

МОЛОДОЙ
УЧЁНЫЙ



VII Международная научная конференция

ЭКОНОМИКА УПРАВЛЕНИЕ ФИНАНСЫ

Часть II



Краснодар

Главный редактор: *И. Г. Ахметов*

Редакционная коллегия сборника:

М. Н. Ахметова, Ю. В. Иванова, А. В. Каленский, В. А. Куташов, К. С. Лактионов, Н. М. Сараева, Т. К. Абдрасилов, О. А. Авдеюк, О. Т. Айдаров, Т. И. Алиева, В. В. Ахметова, В. С. Брезгин, О. Е. Данилов, А. В. Дёмин, К. В. Дядюн, К. В. Желнова, Т. П. Жуйкова, Х. О. Жураев, М. А. Игнатова, К. К. Қалдыбай, А. А. Кенесов, В. В. Коварда, М. Г. Комогорцев, А. В. Котляров, В. М. Кузьмина, С. А. Кучерявенко, Е. В. Лескова, И. А. Макеева, Т. В. Матроскина, Е. В. Матвиенко, М. С. Матусевич, У. А. Мусаева, М. О. Насимов, Б. Ж. Паридинова, Г. Б. Прончев, А. М. Семахин, А. Э. Сенцов, Н. С. Сенюшкин, Е. И. Титова, И. Г. Ткаченко, С. Ф. Фозилов, А. С. Яхина, С. Н. Ячинова

Руководитель редакционного отдела: *Г. А. Кайнова*

Ответственные редакторы: *Е. И. Осянина, Л. Н. Вейса*

Международный редакционный совет:

З. Г. Айрян (Армения), П. Л. Арошидзе (Грузия), З. В. Атаев (Россия), К. М. Ахмеденов (Казахстан), Б. Б. Бидова (Россия), В. В. Борисов (Украина), Г. Ц. Велковска (Болгария), Т. Гайич (Сербия), А. Данатаров (Туркменистан), А. М. Данилов (Россия), А. А. Демидов (Россия), З. Р. Досманбетова (Казахстан), А. М. Ешиев (Кыргызстан), С. П. Жолдошев (Кыргызстан), Н. С. Игисинов (Казахстан), К. Б. Кадыров (Узбекистан), И. Б. Кайгородов (Бразилия), А. В. Каленский (Россия), О. А. Козырева (Россия), Е. П. Колпак (Россия), К. И. Курпаяниди (Узбекистан), В. А. Куташов (Россия), Лю Цзюань (Китай), Л. В. Малес (Украина), М. А. Нагервадзе (Грузия), Ф. А. Нурмамедли (Азербайджан), Н. Я. Прокопьев (Россия), М. А. Прокофьева (Казахстан), Р. Ю. Рахматуллин (Россия), М. Б. Ребезов (Россия), Ю. Г. Сорока (Украина), Г. Н. Узаков (Узбекистан), Н. Х. Хоналиев (Таджикистан), А. Хоссейни (Иран), А. К. Шарипов (Казахстан)

Экономика, управление, финансы: материалы VII Междунар. науч. конф. (г. Краснодар, Э40 февраль 2017 г.). — Краснодар, издательский дом «Новация», 2017. — iv, 70 с.

ISBN 978-5-9909386-2-5

В сборнике представлены материалы VII Международной научной конференции «Экономика, управление, финансы».

Предназначен для научных работников, преподавателей, аспирантов и студентов экономических специальностей, а также для широкого круга читателей.

УДК 330
ББК 65

СОДЕРЖАНИЕ

МАРКЕТИНГ, РЕКЛАМА И КОММУНИКАЦИИ

- Андросова А.А.**
Развитие рынка рекламы в Республике Саха (Якутия) 71
- Еремина Н.А., Мурашова Е.О.**
Проблема художественного решения формы персонала предприятий общественного питания 73

ЭКОНОМИКА ТРУДА

- Агакеримова Ф.Т.**
Кадровая политика как фактор удовлетворенности трудом персонала 76
- Баранова И.В., Мирук В.А.**
Анализ факторов, влияющих на расходы на содержание органов государственной власти в России. . . . 78
- Бутузова А.С., Морозова С.А.**
Проблема роста безработицы в Самарской области. 81
- Казарьян М.М., Вазим А.А.**
Эффективность управления персоналом в компании (на примере ООО «Газпром инвест») 84
- Кузьминов А.Н., Крутиков В.В.**
Концептуальные основы нормирования труда в современных условиях. 87
- Угай А.В.**
Влияние социально-психологического климата на удовлетворённость трудом 89

ЭКОНОМИКА И ОРГАНИЗАЦИЯ ПРЕДПРИЯТИЯ,
УПРАВЛЕНИЕ ПРЕДПРИЯТИЕМ

- Абдуллаева М.Н., Акбарова Л.У.**
Особенности инвестиционно-инновационной среды малых промышленных предприятий в условиях модернизации национальной экономики 92
- Алборова М.В.**
Особенности управления предприятиями малого бизнеса 94
- Бутузова А.С., Морозова С.А.**
Влияние экономического кризиса на развитие малого предпринимательства в Самарской области 97
- Евдокимова А.Б.**
Выбор информационных систем для компаний малого бизнеса 99
- Ляшенко М.А.**
Модели стратегического управления деятельностью центров обработки данных. 103
- Попова Е.Ю., Окладникова Д.Р.**
Совершенствование инновационной деятельности для малого предпринимательства 108
- Решетников Н.С.**
Экономические аспекты организации производства 111
- Текиев М.В., Болиева И.А., Панкратов С.В.**
Таксономия механизма стратегического управления 113
- Чувасова А.А.**
Оценка вариантов инвестирования в модернизацию нефтеперерабатывающих заводов России с точки зрения увеличения их доходности 114

РЕГИОНАЛЬНАЯ ЭКОНОМИКА**Семиколонова Е.А., Береговая И.Б.**

Исследование розничной инфраструктуры г. Сорочинска 118

Фищенко К.С.Особые режимы хозяйствования в стратегическом планировании
(на примере г. Комсомольска-на-Амуре) 121**Хохлова Г.И.**Инвестиционная деятельность экономических субъектов и факторы, влияющие на ее развитие
в регионах России. 126**ВНУТРЕННЯЯ И ВНЕШНЯЯ ТОРГОВЛЯ****Минченко Л.В., Кандратова Т.А.**Последовательный анализ динамики внешней торговли России по купле-продаже судов, лодок
и плавучих конструкций. 130**ТУРИЗМ****Борисова А.А.**

Анализ современного состояния туристской отрасли в Республике Саха (Якутия)..... 134

ЖИЛИЩНО - КОММУНАЛЬНОЕ ХОЗЯЙСТВО**Нагорная Т.С.**

Зарубежный опыт работы управляющих компаний. 137

МАРКЕТИНГ, РЕКЛАМА И КОММУНИКАЦИИ

Развитие рынка рекламы в Республике Саха (Якутия)

Андросова Аграфена Анатольевна, студент

Северо-Восточный федеральный университет имени М.К. Аммосова (г. Якутск)

Как всем известно маркетинг, как направление экономики, достаточно молодая наука. Сначала разберемся, когда же появился маркетинг в нашей стране? Существует несколько периодов развития маркетинга в нашей стране (начиная с 1880 года) с определенными интервалами. В 1992–1993 гг. экономика России потерпела изменения, которые позволяют говорить о начале нового этапа в развитии Российского маркетинга. Как раз в то время и появилась потребность в профессиональных маркетологах.

В нашей республике маркетинг появился с начала 2000х г. В то время открылась кафедра «Маркетинга и экономики» в Финансово-Экономическом институте, задачей которой было подготовка высококвалифицированных специалистов в области организации рыночной деятельности предприятия. После распада СССР постепенно в нашей столице, да и в других районах республики, стало развиваться предпринимательство, которое нуждалось в использовании маркетинга. Все существующие организации задумались о реконструкции основ управления, которую можно связывать с менеджментом и маркетингом. Стала проявляться концепция совершенствования сбыта, предприятия стали рекламировать свои товары и услуги через СМИ, посредством спонсорства и т.п.

Маркетинг является одним из самых важных составляющих в процессе управления проектом. Ведь будущий успех проекта во многом зависит именно от правильно разработанного маркетингового плана. При наличии инновационной идеи недостаточно просто реализовать ее, а необходимо все правильно рассчитать. В первую очередь необходимо выявить «А будет ли спрос на данный товар(услугу) на рынке. Если реализовать идею, при этом не проанализировав потребности потенциальных потребителей, может оказаться, что никому данный товар (услуга) не нужен, даже если он интересный и инновационный. Также немаловажно изучить конкурентов: выявить их сильные, слабые стороны, возможности и угрозы внешней среды и понять выдержите ли конкуренцию, нужно показать отличительные преимущества от них. Маркетинг проектов одними исследованиями не заканчивается. Необходимо разработать стратегию маркетинга, т.е. какие шаги предпринять, чтобы реализовать данный товар (услугу). На этом этапе продумывается каким образом, за какую цену, через какие каналы будет продаваться данный товар (услуга).

И, пожалуй, одним из самых важных инструментов маркетинга проекта является правильно разработанная рекламная кампания. Реклама в 21 веке занимает большое место в нашей повседневной жизни. Так или иначе человек каждый день сталкивается с огромным потоком информации: наружная реклама, теле- и радиореклама, реклама в печатных изданиях, в Интернете и т.п. В наши дни большинство потребителей обычно узнают о какой-нибудь организации и его мероприятии из рекламы. Поэтому необходимо правильно разработать каналы распределения рекламы, чтобы достичь максимально эффективного результата.

Прошло много лет и сейчас на улицах города практически на каждом шагу можно увидеть множество баннеров и реклам различных предприятий. (Информация об открытии новой организации, о проведении акций и скидок, о их месторасположении и графике работы) Благодаря СМИ, я думаю, концепция совершенствования сбыта в нашей республике достаточно развита. На данный момент в Якутске есть много предприятий, которые работают в сфере маркетинга и маркетинговых исследований. Также всегда можно увидеть в объявлениях о том, что требуются маркетологи. Это говорит о том, что предприятия стали задумываться о потребности в маркетологах. С недавних пор организации стали делать опросы о потребностях потребителей. (Потребительская концепция) Множество имеют свой сайт или страницу в социальных сетях, где потребитель может узнать различные информации.

Реклама — распространяемая в любой форме, с помощью любых средств информация о физическом или юридическом лице, товарах, идеях и начинаниях (рекламная информация), которая предназначена для неопределенного круга лиц и призвана формировать или поддерживать интерес к этим физическому, юридическому лицу, товарам, идеям и начинаниям и способствовать реализации товаров, идей и начинаний. [1, с. 21]

Задача рекламы — информировать, убеждать, напоминать, побуждать к совершению покупки, стимулировать повторную покупку товара. В этом и состоит влияние рекламы на продажу. Задача маркетинга — разрабатывать решения. Задача рекламы — эти решения разъяснять потребителю.

Функции рекламы определяются поставленными перед ней целями и задачами. Выделяют 5 основных функций рекламы:

1) Информационно-просветительская, информирующая покупателей о новых товарах и услугах;

2) Социально-культурная, способствующая развитию и укреплению эстетических норм поведения и жизни общества;

3) Организаторская, влияющая на организацию жизни общества в определенных сферах жизни;

4) Экономическая, стимулирующая сбыт товара и способствующая росту прибыли;

5) Контролирующая процессы создания предпочтений определенных групп потребителей к товарам различного ассортимента. [2, с. 9]

Реклама может быть телевизионной, печатной (газеты, журналы), визуально-передвижной (автобусы, метро), рекламой прямой почтой или почтовым заказом, радиорекламой, рекламой через компьютерные сети (Интернет). [3, с. 181]

Реклама на телевидении. Телевидение — самое разностороннее из рекламных средств. Телевизионная реклама самая дорогостоящая, самая престижная и массовая. Особенность телевизионной рекламы заключается в том, что ей присущи сочетания звукового и зрительного воздействия, огромные по сравнению с другими рекламными средствами. [4, с. 94]

Наружная реклама, называемая среди рекламистов «наружкой», является особым направлением в сфере рекламных услуг. Во-первых, уличное объявление увидят тысячи жителей города, многие из которых ищут именно «что-то в этом роде». Во-вторых, наружная реклама опирается на самые разные способы воздействия на потребителей, включающие такие изобразительные средства, как краски, пластик, металл, стекло, иногда древесина, электрический свет (в том числе «неон»). [5, с. 5]

Прямая почтовая рассылка представляет собой адресное распространение рекламных материалов среди потенциальных покупателей. К преимуществам рассылки можно отнести то, что рекламные тексты, во-первых, прочитываются практически всеми получателями, во-вторых, они лучше запоминают прочитанное и, в-третьих, прямая почтовая рассылка осуществляется, как правило, скрытно от завистливых взглядов конкурентов, что не позволяет им предпринять адекватные рекламные и иные меры. [6, с. 411]

Сеть Интернет — новое средство коммуникации, представляемое коммуникационной моделью «многие — многим», в основе которой лежит pull-модель получения информации потребителями. Кроме того, сеть Интернет является гипермедийным способом предоставления информации, значительно отличающимся от традиционных средств массовой информации интерактивной природой, высокой гибкостью и масштабностью. [7, с. 56]

С целью изучить из каких источников потребители узнают об организации или о каком-нибудь товаре (услуге) было проведено анкетирование на сайте survey.com среди жителей РС(Я).

Анкета заполнялась респондентами в течение трех дней и включала в себя 3 вопроса. Проведен анализ полученных данных:

Всего в опросе участвовали 1110 респондентов. Как показали результаты анкетирования, большую часть опрошенных составляют женщины — 67,83% (736 чел.), а мужчины — 32,17% (349 чел.). Из них в возрасте «менее 35 лет» — 51,76% (559 чел.), «от 35 до 55» — 37,34% (404 чел.), «от 56 и выше» — 10,90% (119 чел.).

Самый главный вопрос анкеты под номером 3: «Из каких источников обычно узнаете об организации или о каком-нибудь товаре (услуге)?»

- Лидирует ответ — «Whatsapp» — 32,29% (426 чел.);
- «Соц.сети» — 21,30% (281 чел.);
- «Якутск Вечерний» (местная газета) — 11,83% (156 чел.);
- «НБК Саха» (местное ТВ) — 8,87% (117 чел.);
- «Сайт ykt.ru» — 6,9% (91 чел.);
- «Кыым» (местная газета) — 4,17% (55 чел.);
- «Баннеры на улице» — 3,64% (48 чел.);
- «Саха 24» (местная ТВ) — 3,26% (43 чел.);
- «Флаер» — 2,96% (39 чел.);
- «Афиша» — 2,51% (33 чел.);
- «Другое» — 1,28% (17 чел.);
- «Видеоролик на к/т «Центральный»» — 0,99% (13 чел.).

Из этого следует, что продавцам выгоднее продвигать свой товар (услугу) через соц. сети. Большим плюсом является количество потенциальных потребителей, так как почти все, от малого до старого, пользуются соц. сетями. А самое главное через соц. сети продвигать свой товар (услугу) можно абсолютно бесплатно и не выходя из дома. В нашей республике популярны следующие социальные сети: vk.com, facebook.com, twitter.com. А также приложения для смартфонов с элементами социальной сети — WhatsApp и Instagram. Пожалуй, все пользуются первым приложением, даже люди в возрасте до 60–65 лет даже больше.

Хотела бы отметить следующие средства рекламы:

— Ykt.ru — главный портал Якутии, который объединяет множество сайтов, мобильных сервисов, блогов. Количество посетителей в сутки составляет порядка 170 тыс. чел.

— Телереклама также является самым распространенным и эффективным рекламным средством. ГБУ НБК «Саха» является одним из основных электронных средств массовой информации в РС(Я). Главным преимуществом является большой охват аудитории. НБК «Саха» транслируется во всех населенных пунктах РС(Я), что означает информирование жителей из улусов. «Саха 24» — городской канал, что означает информирование жителей г. Якутска.

Хотелось бы выделить самые главные проблемы в становлении маркетинга в РС(Я). Как я считаю, существует такая проблема, как неправильная интерпретация маркетинга. Маркетинговый отдел часто становится просто маленькой копией отдела сбыта, что неправильно. Самой главной проблемой, по моему мнению, является недооценка предприятием значимости маркетинга. Этот отдел должен стоять наравне с главными отделами. Руководи-

тели не понимают, что с помощью маркетинга можно эффективно конкурировать на рынке. Еще одной проблемой является нехватка профессиональных, образованных маркетологов. В нашей республике просто негде учиться на маркетолога. К сожалению, организациям жалко тратить лишние деньги на содержание отдела маркетинга или на услуги маркетинговых исследований. Например, бывают случаи, что предприятие обращается за услугой проведения рекламной кампании, и, когда результат не дает

ему значимой прибыли, он больше не готов платить дополнительные деньги за такие услуги.

На мой взгляд, проблемы развития маркетинга связаны прежде всего с тем, что Россия пока не перешла полностью на рыночную экономику в чистом виде, тогда как в развитых странах это наблюдается и они отводят маркетингу ведущую роль. В РС(Я) маркетинг постепенно развивается, но всё равно существует ряд проблем, которые тормозят его и которые необходимо решать.

Литература:

1. Васильев Г. А. Основы рекламы: учеб. пособие для студентов вузов / Г. А. Васильев, В. А. Поляков. — М.: ЮНИТИ — ДАНА, 2012. — 719 с.
2. Васильева Е. А. Как сделать рекламу эффективной? 25 беспроигрышных идей: Практическое пособие / Е. А. Васильева — 2-е изд. — М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К'», 2012. — 156 с.
3. Годин А. М. Маркетинг: Учебник для бакалавров / А. М. Годин. — 11-е изд., перераб. и доп. — М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К'», 2014. — 656 с.
4. Основы рекламы [Электронный ресурс]: учебное пособие / — Электрон. текстовые данные. — Саратов: Научная книга, 2012. — 106 с. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/8216>. — ЭБС «IPRbooks» (дата обращения: 08.04.2015).
5. Бердышев С. Н. Эффективная наружная реклама: Практическое пособие. — 2-е изд. — М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К'», 2012. — 132 с.
6. Беляев В. И. Маркетинг: основы теории и практики: учебник / В. И. Беляев. — 4-е изд., перераб. и доп. — М.: КНОРУС, 2010. — 680 с.
7. Синяева И. М. Маркетинговые коммуникации: Учебник / И. М. Синяева, С. В. Земляк, В. В. Синяев; под ред. проф. Л. П. Дашкова. — 5-е изд. — М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К'», 2011. — 324 с.

Проблема художественного решения формы персонала предприятий общественного питания

Еремина Наталья Александровна, старший преподаватель;
Мурашова Елена Олеговна, студент
Нижегородский государственный инженерно-экономический университет

В данной статье рассмотрено решение проблемы высокой конкуренции среди предприятий общественного питания, с помощью предложения формы персонала, как оригинального арт-объекта. Выявлены определённые требования к униформе официантов. Представлены примеры креативного оформления рабочей одежды официантов, как оригинального дополнения к интерьеру. Выявлена и обоснована необходимость разработки неповторимой и запоминающейся формы для официантов.

Ключевые слова: арт-объект, официант, униформа персонала, предприятия общественного питания, узнаваемость, оригинальность, выдерживание единого стиля

В современных крупных городах и туристических центрах с развитой инфраструктурой создается высокая конкуренция во всех сегментах ресторанного бизнеса. Предприятия гостеприимства функционируют с разной степенью эффективности, поэтому мониторинг сервисных предложений становится обязательным для удерживания личных позиций на конкурентном рынке. И хотя ресторанный сервис в первую очередь отождествляется с хорошей кухней, просто высокого качества еды в борьбе за предпочтения гостя в современной конкурентной среде бывает недостаточно.

Современный человек, приходя в кафе или ресторан, хочет ощущать себя «как дома» или погрузиться в атмосферу, аутентичную его представлениям о комфорте и уюте. Названная тенденция всегда вне времени. Нужно сказать, что сегодня она укрепляется фактом старения человечества, констатированным ООН. Это явление не становится тотальным, но, безусловно, изменяет запросы общества к качеству жизни и определяет смещение вектора эстетических ценностей средового пространства, в котором оно развивается и функционирует.

нирует. По мнению психологов, перестройка жизненно важных процессов регуляции и адаптации в стареющем организме превращает «открытую» систему в «замкнутую» [1]. Гарантом психологического и социального самочувствия становятся объекты и ситуации, ассоциируемые с установившимися жизненными ценностями и переносимыми человеком в привычную для него среду или ситуацию.

Концепция замкнутого пространства делает актуальными интерьеры ресторанов, в основе которых прочитывается:

- оригинальная идея, яркая индивидуальность,
- идентификация интерьера по устойчивым социальным маркерам, например, апеллирование к особенностями национальной кухни,
- аутентичность среды, например, трансляция элементов прошлого времени или культовых мероприятий, важных для клиентов,
- воспроизведение домашней атмосферы, располагающей к общению, отдыху, приятному времяпрепровождению и прочее.

Дизайн интерьера становится «эмоциональным», обеспечивающим положительную коммуникацию уже на входе гостя в кафе или ресторан. Безусловно, что функциональность и комфорт интерьера должны сочетаться с эстетикой, заданной концепцией заведения. Внешний вид официантов и барменов не только создаёт обстановку радушия и приветствия, но и сигнализирует об общей культуре работы с гостем. А в ряде случаев — и качестве подаваемых блюд. Это и понятно, поскольку лишь целостность трансляции корпоративной культуры сохраняет достойный уровень обслуживания на всех производственных участках предприятия [2].

Востребованность арт-идей и стилизованных обликов для формы персонала обусловлено всё возрастающей популярностью т.н. тематических ресторанов или тематических вечеров, организуемых классическими предприятиями общественного питания. Общее решение одежды в направлении «эмоционального дизайна» должно соответствовать как стилю вечера, так и интерьеру обстановки. Маркетологи отмечают, что гость зачастую прощает огрехи кухни, впечатляясь атмосферой предприятия и внешним видом персонала, работающего в зале.

Для того чтобы форма официанта стала объектом внятной визуальной коммуникации, транслирующей специфику заведения или направленность тематического вечера, необходимо соблюдение определённых требований:

1. Узнаваемость стилизуемого облика или объекта в форме персонала. Например, моряк шхуны, русалка, Золушка и прочее. Впечатление узнавания создаст эмпатическое «единство» с заведением. Гость не будет испытывать тревожности, т.к. окружающие образы будут знакомы.

2. Оригинальность — форма для официантов должна выглядеть выигрышно. Гостям будет интересно общаться с персоналом, а значит, и приятнее проводить время;

3. Выдерживание единого стиля — суши-ресторану лучше приобрести кимоно, а в рыбацком кафе официанты могут ходить в образе пиратов или моряков;

4. Удобство и функциональность формы. Она должна иметь карманы, не стеснять движений, подходить по размеру сотрудникам;

5. Гигиеничность;

6. Эстетичность. Форма должна сохранять внешний вид в течение рабочего дня [3].

Официант — работник предприятия общественного питания, непосредственно обслуживающий посетителей. В России официанты появились вместе с ресторанами европейского типа. В середине XIX века только одно заведение в Москве — «Славянский базар» — имело название ресторана. Официанту полагалось носить фрак, белый жилет, галстук-бабочку и перчатки, быть побритым и постриженным. Остальные питейные заведения именовались трактирами. В них посетителей обслуживали половые, которые были одеты в белые штаны и холстинную рубаху навыпуск. Она была подпоясана кушаком, за которым затыкался «лопаточник» — прообраз бумажника для расчетов и чаевых.

Ресторанный бизнес в современной России старается соответствовать мировым тенденциям. И уж если не копирует лучшие образцы, то однозначно придерживается общепринятых предпочтений. Униформа для официантов давно отражает тренды моды и социального выбора, а не стереотипный имидж предприятия общественного питания. Всего лишь несколько лет назад посетители ресторанов в нашей стране и представить себе не могли, что их станут обслуживать не официанты в строгой одежде, а «герои» в камзолах и париках, в разноцветных пестрых майках и потертых джинсах или национальных костюмах [4].

Однако проблема создания целостной гармоничной визуальной среды предприятия общественного питания остаётся острой. Зачастую концепция ресторана не реализуется в нужном качестве из-за отсутствия дизайнерских компетенций и умения критически оценивать желаемые претензии в сравнении с уже имеющимся опытом интерьерного моделирования предприятий гостеприимства. Формирование сервисных предложений для формы персонала предприятий общественного питания в направлении арт-решений актуализировано дефицитом эксклюзивных обликов, поддерживающих нужный месседж предприятия, соответствующих его имиджу, являющихся запоминающимся для гостей. Рассмотрим варианты оригинальных решений костюма официантов из ресторанов разных стран.

Необычную рекламную кампанию провели рестораны «Макдональдс» на острове Тайвань. Работники каждого из ресторанов сети нарядились в определенную форму и должным образом обслуживали заинтересованных посетителей. Кто-то выбрал наряды школьниц, кто-то служанок, один из ресторанов устроил из заведения борт самолета с настоящими пилотами и стюардессами. Вместо привычного приветствия девушки с улыбкой «отдавали

честь», а официантки-служанки обращались к посетителю словом «хозяин». Все посетители были в неопишемом восторге и весело реагировали на все происходящее.

Ресторан *NinjaNewYork* (Нью-Йорк, США), посвящен теме самых загадочных воинов и шпионов средневековой Японии — ниндзя. Официанты одеты во все черное, и на поясах у них висят самые настоящие мечи. Все официанты владеют кунг-фу и мастерски управляют с острыми, словно бритва, метровыми мечами.

Ресторан *A380* (Китай) — это ресторан-самолет. Интерьер ресторана оформлен, как лайнер *A380*, официанты-стюардессы, кресла, роскошная обстановка и «высокая кухня».

BarbieCafe (Тайбэй, Тайвань) — это ресторан, посвященный кукле Барби, как и полагается, выкрашен в ярко-розовый цвет, кресла в нем украшены кружевными пачками и корсетной шнуровкой, столики имеют форму туфель на шпильке, официантки носят кукольные кружевные платья. Всем посетительницам, которые пришли в заведение, одевшись в костюм куклы Барби, положена скидка и бесплатный десерт.

Ресторан-«тюрьма» «*Devil-Island-Prison-Restaurant*» — Тюрьма на острове Дьявола (Тайбэй, Тайвань) — непременно понравится поклонникам русского шансона и блатной романтики, а также простым любителям острых ощущений. При входе в заведение на клиентов по желанию надевают наручники и просят оставить отпечатки пальцев. Затем гостям предлагают отведать «воровской» коктейль и переодеться в тюремную робу, в которой и проследовать за решетку. Зал ресторана оформлен в виде тюремных камер, официанты одеты в форму надсмотрщиков, а булочки хлеба выпечены в форме маленьких гробов.

Ресторан *Heart Attack Grill* (Феникс, США). В нем можно отведать максимальное количество вредной для здоровья пищи. В меню — еда с огромным количеством холестерина, в комбинированные обеды и ужины включаются пиво и сигареты. Колориту заведению придают официантки, одетые в вызывающие костюмы медсестер, готовых прийти на помощь. Если же посетителю удастся съесть самый большой в меню бургер, то в качестве бонуса очаровательные официантки отвезут его на кресле-каталке до автомобиля. В меню не найти сигарет без фильтра и диетической кока-колы [5], [6].

Литература:

1. Ермолаева М. Практическая психология старости [Электронный ресурс] — URL: <http://syntone.ru/book/prakticheskaya-psihologiya-starosti/>
2. Абакумов Л. И., Дергач Г. И. Арт-объекты в современном средовом дизайне // Царскосельские чтения. 2015. № XIX С. 88—91.
3. Как сделать костюм рабочий и спецодежду частью вашего интерьера? [Электронный ресурс] — URL: <http://ivanovo672.ru/kostyum-rabochiy-i-spetsodezhdu.htm>
4. Униформа для официантов как неотъемлемый атрибут отображения статуса заведения или ресторана [Электронный ресурс] — URL: <http://kostum4you.ru/uniforma-dlya-oficiantov/>
5. Электронный ресурс: URL: http://www.zarubejom.ru/samye_neobychnye_restorany_mira
6. Электронный ресурс: URL: <http://www.nashaamerica.com/blogi/business/item-7823/>

Наши соотечественники не уступают иностранным коллегам. В пивном ресторане «Баден-Баден» города Адлер, отдавая дань немецким традициям, потребителей ждут блюда немецкой и европейской кухни, лучшие сорта пива со всей Европы, приветливые официанты в национальной одежде и, конечно же, теплая и уютная обстановка интерьера. Все передает образ древнего немецкого города или замка.

Предприятия общественного питания являются наиболее типовой средой, охотно включающей в свою структуру разнообразные дизайнерские решения. Конкуренция в современном сегменте рынка предприятий общественного питания высока, поэтому каждое кафе, бар или ресторан стремятся найти свою фишку, запомниться гостям и хорошей кухней, и уютным интерьером, и стильным внешним видом персонала в зале.

Имидж предприятия общественного питания во многом зависит от интерьера и формы персонала. Искусство дизайна в интерьере ресторана — это не просто картина в раме, висящая на стене. Это неповторимая атмосфера, которая как бы авансом накладывается на восприятие обслуживания в целом. По-настоящему уникальным, законченным и статусным интерьер делает единство стилистического решения всех составляющих — от оформления вывески до дизайна блюд, т.н. подачи. Эстетически и стилистически целесообразная форма персонала делает обстановку неповторимой и оригинальной, передает определенное настроение, служит «изюминкой» предприятия.

Сегодня появляется много заведений общественного питания, где люди могут не только поесть, но и провести свой досуг, отдохнуть. Рестораны, кафе и бары принимают клиентов разных возрастов из разных социальных групп, и для любого гостя дегустация обычных блюд и простой вечер могут превратиться в настоящую феерию, если предложить тематику неповторимого интерьера, включая в него подходящие арт-объекты, в том числе, форму персонала.

Создавая «тему» или «микросреду», рестораторы значительно оптимизируют первое впечатление, которое получает гость, позволяют ему почувствовать себя выше привычного и банального. Мотивация к возвращению гостя именно в этот ресторан или кафе определена, а, значит, получен шанс стабильности среди конкурентов.

ЭКОНОМИКА ТРУДА

Кадровая политика как фактор удовлетворенности трудом персонала

Агакеримова Фатима Тельмановна, стажер
ООО «Юридическая клиника» (г. Владивосток)

Статья о том, как устранить риск низкой удовлетворенности трудом работников, повысить их результативность, а организациям снизить уровень текучести кадров, улучшить эффективность работы в целом.

Ключевые слова: результативность персонала, удовлетворенность трудом персонала, кадровая политика организации, профессиональное самоопределение, адаптация персонала, ротация кадров

Каждая организация функционирует благодаря работе персонала. К сожалению, работники не всегда выполняют свои функциональные обязанности результативно. Результативность труда — мера оценки труда, характеризующаяся значениями показателей трудовой деятельности, отражающих достигнутый конечный результат труда. Результативность труда снижается, если у персонала низкий уровень удовлетворенности трудом.

Удовлетворенность трудом — это эмоционально окрашенное оценочное представление субъекта деятельности о результате своей трудовой активности, о самом процессе работы и внешних условиях, в которых она осуществляется [1, с. 140].

Можно выделить несколько показателей удовлетворенности трудом: соответствие индивидуальных интересов и склонностей работника профилю работы [2, С. 872–873]; система денежных вознаграждений является существенным, но сложным и неоднозначным фактором удовлетворенности трудом [3, С. 59–62]; психологический климат, групповые нормы, межличностные отношения людей в процессе их производственной деятельности выступают в качестве мощного и самостоятельного фактора удовлетворенности трудом [4]; условия работы, их роль менее однозначна, в широком диапазоне «средних» они явно не сказываются на результативности и удовлетворенности, более определенными мотиваторами условия работы выступают, когда они явно «плохие» или «хорошие» [5].

Перечисленные элементы объединены в кадровой политике организации. По мнению А.Я. Кибанова кадровая политика организации представляет собой генеральное направление кадровой работы, совокупность принципов, методов, форм, организационного механизма по выработке целей и задач, направленных на сохранение, укрепление и развитие кадрового потенциала, на создание квалифицированного и высокопроизводительного сплоченного коллектива, способного своевременно реагировать на постоянно меняющиеся требования рынка с учетом стратегии развития организации [6, с. 191].

В кадровую политику входят такие элементы, как отбор и найм персонала, подготовка работников к работе и их дальнейшее периодическое обучение, мотивация и организация труда, планирование служебного роста.

Если не реагировать на состояние работников, их мотивацию, понимание функционала, желание развиваться, то и работа таких сотрудников будет нерезультативна. Кадровая политика организации должна быть сформирована так, чтобы учитывать интересы всех категорий работников и социальных групп трудового коллектива. В этом случае, возможно поддерживать высокий уровень удовлетворенности сотрудников работой в организации.

Правильно сформированная кадровая политика позволит наиболее эффективно реализовать способности и возможности персонала в соответствии с целями организации, с учетом наиболее полного удовлетворения их своей работой.

Для эффективного развития организации, одной из важных задач, является подбор и формирование квалифицированного и работоспособного кадрового состава. При подборе важно учитывать специфику деятельности организации и социально-возрастной критерий нынешнего кадрового состава.

Также необходимо учитывать профессиональное самоопределение кандидатов. В работах Э.Ф. Зеера дается понимание профессионального самоопределения как процесса самостоятельного осознания своих профессионально-психологических возможностей в соответствии с содержанием и требованиями профессиональной деятельности, а также нахождение смысла выполняемого труда в конкретной социально-экономической ситуации [7, С. 47–48].

Правильное самоопределение повысит удовлетворенность персонала трудом и результативность их труда. Помимо этого, нужно ввести систему тестирования на выявление профессиональных склонностей человека на этапе отбора в организацию. Для этого, необходимо определить к какому типу можно отнести вакантную должность.

Определить перечень компетенций, которые необходимы на данную должность. Затем провести с кандидатом тест на выявление у него склонности к данной сфере и провести тест на выявление необходимых компетенций.

Наиболее часто применяются на практике две типологии профессий: типология Е. А. Климова, классифицирующая профессии по предмету труда и типология профессий Голланда, связывающая тип личности и тип профессиональной среды.

Данные тестовые методики помогут выявить подходящего кандидата на вакантную должность и сократят риск снижения удовлетворенности будущих сотрудников из-за несоответствия профессиональных склонностей выполняемому функционалу.

Важно с самых первых дней максимально внедрить нового работника в организацию. Для этого необходимо выстроить систему адаптации. При формировании такой системы важно помнить, что существуют разные формы адаптации такие, как: социальная адаптация к нормам и ценностям организации; производственная адаптация к нормам трудовой деятельности; профессиональная адаптация — освоение знаний, навыков, формирование компетенций; психофизиологическая адаптация к условиям труда; социально-психологическая адаптация к коллективу; организационная адаптация к месту своего подразделения и должности в общей системе целей и в организационной структуре; экономическая адаптация к уровню заработной платы и времени ее выплаты.

Внедрить механизм наставничества в организацию. Это благоприятно повлияет не только на новых сотрудников, но и на работниках организации, которые в этом процессе приобретут опыт руководства.

Со стороны организации — работодателя должны быть предприняты определенные действия для того, чтобы сформировать у сотрудников (особенно у новичков) правильное понимание своей профессиональной деятельности и адекватные ожидания. Речь, прежде всего, идет о таком понятии как «внутренний маркетинг персонала», который ориентирован на то, чтобы каждый сотрудник четко знал и ясно представлял: диапазон своих задач и ответственности; возможности профессионального роста, построения карьеры; возможности обучения, повышения квалификации; особенности социально — психологического климата и мог ответить на вопрос: «Насколько я нужен организации и насколько она нужна мне?» [8, С. 113—116]. Такой подход, позволяет достигать максимальной удовлетворенности трудом за счет нахождения именно своей работы.

Правильно выстроить систему обучения сотрудников. На входе в учреждение для обеспечения высокого уровня понимания своего функционала и сферы деятельности. А постоянное обучение в процессе работы персонала позволит поддерживать заинтересованность в своей работе и давать чувство стабильности, надежности.

Одним из прогностических способов, позволяющих получить достаточно достоверные сведения о потенци-

альной успешности в профессиональной деятельности, является добровольная сертификация профессиональных квалификаций [9, С. 33—36]. Статус добровольности как нельзя лучше может свидетельствовать о правильности сделанного профессионального выбора. Только удовлетворенный своей профессией, уверенный в своём профессиональном выборе человек, способен принять решение о добровольном прохождении аттестационных процедур для подтверждения уровня квалификации.

Также важно обеспечивать работникам возможность для карьерного роста, профессионального развития. Осуществлять ротацию кадров, то есть перемещения сотрудников на различные должности в пределах одной компании с целью развития многофункциональности сотрудников, возможности проявить себя в разных областях и с целью подбора работнику более подходящего функционала в организации при низких результатах его деятельности при выполнении прежних обязанностей.

Существуют разные виды ротации. В данном случае желательно осуществлять перемещения по горизонтали. Горизонтальная ротация — переход работника в другое подразделение и изменение при этом направления деятельности [10, С. 68—71].

По траектории движения ротация будет кольцевой (временные перемещения с возвращением на исходную должность), по частоте перемещения — годовая. По уровню специализации изначально она будет основана на результатах профориентационных тестов, а после того, как определится наиболее результативный профиль работы, ротация будет осуществляться по той же специальности, но с изменением характера работы или без существенного изменения характера работы. Проведение ротации сплотит коллектив, так как сотрудники будут учиться взаимодействовать друг с другом.

Еще необходимо внедрять механизма участия — привлечение людей к решению важных для организации вопросов, опора на их возможности. Участие работников в управлении — это программа мотивирования их путем предоставления возможности участвовать в обсуждении и принятии решений по деятельности учреждения. На уровне рабочих групп участие в управлении осуществляется посредством обсуждения и выработки решений членами этих групп в рамках представленных полномочий. Преимуществами такого управления являются преодоление отчужденности работников от результатов труда и укрепление сплоченности членов коллектива организации.

Поддерживать у сотрудников осознание заинтересованности и значимости в них. Внедрить систему нематериального поощрения, которое связано с принадлежностью работника к организации. Признание вклада сотрудника — наиболее важная и эффективная разновидность нематериального поощрения.

Виды поощрений, которые необходимо применять в организации: устная благодарность; звание «лучший работник месяца»; доска почета с фотографиями или спи-

сками тех, кто постоянно выполняет поставленные цели; помещение различных записей о достижениях работника в его личный файл.

Только заинтересованный в своей работе человек и удовлетворенный ею может по-настоящему результативно работать, приносить пользу организации и себе.

Литература:

1. Словарь / Под. ред. М. Ю. Кондратьева // Психологический лексикон. Энциклопедический словарь в шести томах / Ред. — сост. Л. А. Карпенко. Под общ. ред. А. В. Петровского. — М.: ПЕР СЭ, 2006. — 176 с.
2. Рудалева И. А. Факторы удовлетворенности трудом работников организации / И. А. Рудалева, И. А. Кабашева // Фундаментальные исследования. — 2014. — № 11–4. — С. 872–873.
3. Жуков А. Л. Оценка эффективности и качество работы персонала / А. Л. Жуков // Евразийский союз ученых. — 2015. — № 10–5. — С. 59–62.
4. Чегринцова С. В. Влияние социально-психологического климата на производительность труда работников / С. В. Чегринцова // Экономика, социология и право. — 2015. — № 1.
5. Ефимова М. С. Социологическое исследование лояльности и удовлетворенности работников трудового коллектива / М. С. Ефимова // Современные проблемы науки и образования. — 2014. — № 4.
6. Кибанов А. Я. Управление персоналом организации: учебник / А. Я. Кибанов. — М.: ИНФРА-М, 2009. — 638 с.
7. Зеер Э. Ф. Психология профессий: учеб. пособие для студентов вузов / Э. Ф. Зеер. — М.: Академический проект, Фонд «Мир», 2005. — 336 с.
8. Якимова З. В. Маркетинг персонала как способ профилактики кадрового дефицита / З. В. Якимова // Тезисы докладов второй региональной научно-практической конференции «Управление персоналом: как привлечь, удержать и мотивировать ценных сотрудников — 2011». 27 октября 2011 г. — Великий Новгород: НГУ им. Ярослава Мудрого, 2011. С. 113–116.
9. Якимова З. В. Добровольная сертификация профессиональных квалификаций как диалог между вузом, студентом и работодателем [Текст] / З. В. Якимова // Высшее образование Сегодня. — 2013. — № 12. — С. 33–36.
10. Дебро Ж. Ротация кадров как элемент управления деловой карьерой персонала / Ж. Дебро // Справочник по управлению персоналом. — 2009. — № 7. — С. 68–71.

Анализ факторов, влияющих на расходы на содержание органов государственной власти в России

Баранова Инна Владимировна, доктор экономических наук, профессор;
Мирук Виктория Андреевна, магистрант
Сибирская академия финансов и банковского дела (г. Новосибирск)

Начиная с 2001 года в Российской Федерации поэтапно реализуется ряд взаимообусловленных изменений в сфере государственного управления, которые отражены в свете административной реформы, а также в Концепциях реформирования бюджетного процесса и системы государственной службы в Российской Федерации. Все три реформы взаимосвязаны и имеют единые цели — оптимизировать пути использования ограниченных ресурсов для достижения поставленных целей государственной политики, повысить результативность и прозрачность государственного сектора экономики. Достижение данных целей, в первую очередь, связано с изменением базовых принципов деятельности органов государственной власти — переходом от затратной модели функционирования к бюджетированию, ориентированному на результат, суть которого состоит в повышении эффективности бюджетных расходов, в том числе расходов на содержание аппарата государственного управления.

В сравнении со многими странами Россия находится далеко не на первом месте по числу государственных служащих в расчете на душу населения. Но этот факт ничего не говорит об избытке или недостатке бюрократии и о мере ее эффективности.

Проведем анализ расходов на содержание и обеспечение деятельности органов государственной власти. Анализ данных, представленных на едином портале бюджетной системы РФ «Электронный бюджет» [3], показал, что в федеральном бюджете Российской Федерации объем бюджетных ассигнований по разделу «Общегосударственные вопросы» в период с 2010–2015 гг. увеличился на 26% (с 886,0 млрд руб. до 1 117,6 млрд руб. — рис. 1.).

В этой связи определенный интерес представляет анализ динамики объема бюджетных ассигнований на содержание органов государственной власти в России с точки зрения влияния на него отдельных показателей, в той или иной степени характеризующих аппарат государственного управления. Стоит отметить, что ак-

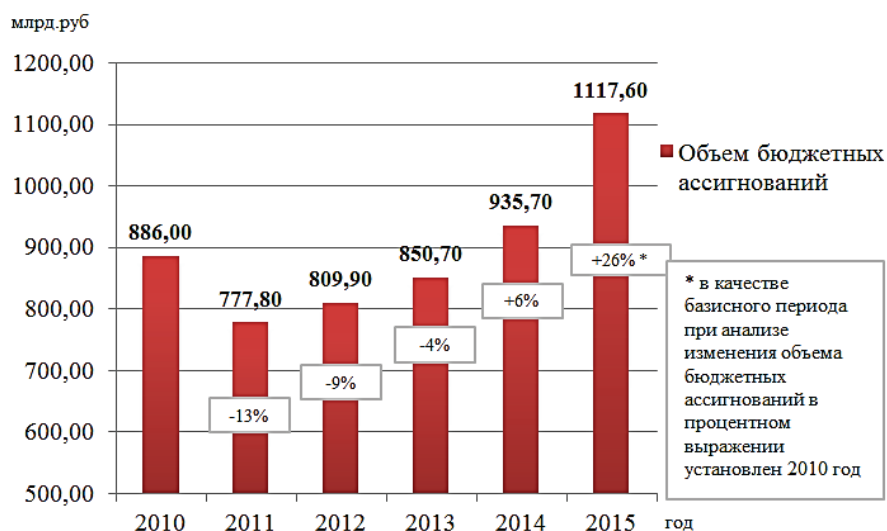


Рис. 1. Изменение объема бюджетных ассигнований по разделу «Общегосударственные вопросы» в структуре федерального бюджета РФ 2010–2015 гг.

цент в данной работе сделан на анализе показателей федеральных исполнительных органов государственной власти РФ (далее — ФИОГВ). С точки зрения разделения властей по ветвям государственного управления, подавляющее большинство государственных служащих приходится на органы исполнительной власти. В целом численность сотрудников органов исполнительной власти в РФ в среднем в 40 раз больше численности сотрудников органов законодательной власти и более чем в 6 раз — численности органов судебной власти [6].

На основе анализа проблем, представленных в Докладе расширенной коллегии Минфина РФ «Об основных направлениях повышения эффективности бюджетных расходов в Российской Федерации» [2], выделен ряд факторов, оказывающих влияние на изменение объема расходов на государственное управление в структуре бюджета РФ (табл. 1):

1) численность федеральных государственных гражданских служащих (x_1 , тыс. чел.);

2) среднемесячная заработная плата служащих федеральных исполнительных органов государственной власти РФ (x_2 , тыс. руб.);

3) ведомственная децентрализация и дублирование избыточных функций, выражающаяся в создании новых структурных единиц/подразделений и т.д. (x_3 , ед.).

В качестве математического инструментария, позволяющего выявить и проанализировать взаимосвязь показателей, отраженных в табл. 1, использован метод корреляционно-регрессионного анализа. Корреляционный анализ позволяет установить тесноту и вид связи между показателями и осуществить обоснованный выбор признаков для построения регрессионной модели. С целью выявления приоритетного фактора, влияющего на изменение объема расходов на государственное управление, построена матрица коэффициентов парных корреляций (табл. 2).

Полученные результаты говорят о слабой зависимости между собой факторов x_2, x_3 (среднемесячной заработной платы служащих федеральных исполнительных органов го-

Таблица 1

Динамика основных факторов, оказывающих влияние на изменение объема расходов на государственное управление

Год	x_1	x_2	x_3	y
	Численность ФГГС в исполнительных органах власти, тыс.чел.	Среднемесячная заработная плата, тыс.руб.	Количество федеральных исполнительных органов государственной власти, ед.	Расходы федерального бюджета по подразделу «Функционирование Правительства РФ, высших исполнительных органов власти», тыс.руб.
2010	671,1	57,4	78	2900000,0
2011	639,1	60,8	78	2900000,0
2012	612,1	67,6	79	3800000,0
2013	589	90,6	79	5800000,0
2014	1250	100,9	78	6000000,0
2015	1226,2	100,2	76	6200000,0

Таблица 2

Матрица парных корреляций факторов, оказывающих влияние на изменение объема расходов на государственное управление

	x1	x2	x3	y
x1	1			
x2	0,76647	1		
x3	-0,72199	-0,38626	1	
y	0,68354	0,98946	-0,32487	1

сударственной власти РФ и ведомственной децентрализацией и дублированием избыточных функций, выражающихся в создании новых структурных единиц/подразделений и т.д.), и средней зависимости между собой факторов x_1, x_2, x_1, x_3 (численности федеральных государственных гражданских служащих — среднемесячной заработной платы служащих федеральных исполнительных органов государственной власти РФ и ведомственной децентрализацией и дублированием избыточных функций, выражающихся в создании новых структурных единиц/подразделений, соответственно).

Наиболее сильное влияние на результативную переменную y (расходы федерального бюджета по подразделу «Функционирование Правительства РФ, высших исполнительных органов власти») оказывает фактор x_2 (среднемесячная заработная плата служащих федеральных исполнительных органов государственной власти РФ).

Анализируя данные таблицы 3, можно утверждать, что полученное уравнение множественной регрессии $y(x) = -1151,75x_1 + 90580,27x_2 - 69783,54x_3 + 3791830,79$ обладает высоким качеством, о чем свидетельствует коэффициент детерминации, максимально близкий по значению к 1. Более того, результатом F-теста признается статистическая значимость полученного уравнения регрессии. Аналогичные результаты получены в результате построения однофакторной регрессионной модели по ведущему фактору — среднемесячной заработной платы служащих федеральных исполнительных органов государственной власти РФ.

Итак, в результате корреляционного-регрессионного анализа представляется целесообразным выбор в качестве ведущего фактора, оказывающего влияние на изменение объема расходов на государственное управление в структуре бюджета РФ — среднемесячной заработной платы в ФИОГВ (x_2). В связи с чем, дальнейший анализ

оценки эффективности бюджетных расходов на содержание ФИОГВ необходимо осуществлять под углом зрения изменения среднемесячной заработной платы государственных служащих, что, в свою очередь, возможно только при осуществлении изменений внутренней структуры и штатных расписаний ФИОГВ. Не рост численности государственных служащих, а сложившаяся организационная патология, когда становится «слишком много вождей, но недостаточно индейцев» («too many chiefs and not enough Indians», идиома, англ. [7]) сказывается не только в нарушении норм управляемости, но и в ежегодном увеличении бюджетных расходов на содержание ФИОГВ в России.

Вместе с тем, справедливо отметить, что Министерством финансов РФ разработан ряд предложений, основанный на консолидации опыта субъектов РФ, по реализации точечных мероприятий в рамках повышения эффективности бюджетных расходов на государственное управление, например, в части административного ограничения численности государственных гражданских служащих, оценки необходимой штатной численности работников для исполнения установленных функций с учетом необходимых компетенций, централизация и аутсорсинг функций.

Таким образом, необходима дальнейшая работа по внедрению мероприятий, ориентированных на сдерживание развития тех факторов, которые в большей мере влияют на рост бюджетных расходов в сфере государственного управления. Реализация данных мероприятий, прежде всего, необходима на федеральном уровне, что позволит определить направления дальнейшего совершенствования федерального законодательства и методического обеспечения функционирования системы государственной службы в России в рамках бюджетирования, ориентированного на результат.

Таблица 3

Результаты регрессионного анализа

Вид регрессии	Уравнение регрессии	Показатели качества множественной регрессии		
		Коэффициент детерминации	F-критерий Фишера	t-статистика Стьюдента
Множественная	$y_{(x)} = -1151,75x_1 + 90580,27x_2 - 69783,54x_3 + 3791830,79$	0,9935	103,49	10,17
Парная (по ведущему фактору)	$y_{(x_2)} = -1611996,1763 + 78056,4965 \cdot x_2$	0,9790	186,91	13,67

Литература:

1. Гусарова О. М. Эконометрический анализ статистической взаимосвязи показателей социально-экономического развития России // Экономические науки. Фундаментальные исследования. — 2016. — № 2. — С. 357–361
2. Доклад расширенной коллегии Минфина РФ «Об основных направлениях повышения эффективности бюджетных расходов в Российской Федерации» М.: / [Электронный ресурс]. URL: http://minfin.ru/ru/document/?id_4=113905, 2016 (дата обращения: 16.12.2016)
3. Единый портал бюджетной системы РФ «Электронный бюджет» [Электронный ресурс]. <http://budget.gov.ru> (дата обращения: 17.12.2016)
4. Овчарова Л. Н., Бирюкова С. С. Динамика оплаты труда гражданских служащих в федеральных органах государственной власти. — М.: НИУ ВШЭ, 2015. — 24 с.
5. Официальный сайт Федеральной службы государственной статистики / [Электронный ресурс]. URL: <http://gks.ru/> (дата обращения: 15.12.2016)
6. Итоговый отчет «О результатах деятельности экспертных групп по проведению оценки эффективности расходов федерального бюджета и представлению предложений по их оптимизации». — М., 2013 / [Электронный ресурс]. URL: http://minfin.ru/common/gen_html/?id=19933&fld=FILE_MAIN#_Тoc365597386 (дата обращения: 27.11.2016)
7. Шебураков И. Методики нормирования численности служащих // Государственная служба. — 2015. — № 2 (94). / [Электронный ресурс]. URL: <http://ra-journal.ranepa.ru/articles/r42/428/> (дата обращения: 16.12.2016)

Проблема роста безработицы в Самарской области

Бутузова Анастасия Сергеевна, студент

Морозова Светлана Анатольевна, кандидат экономических наук, доцент, научный руководитель

Самарский национальный исследовательский университет имени академика С.П. Королёва

В современном мире одной из основных причин безработицы является экономический кризис. Безработица — это важный социально — экономический критерий, с помощью которого анализируется состояние экономического развития страны. В настоящее время экономисты рассматривают безработицу двух видов: краткосрочную и застойную. Самый большой вред с экономической, социальной, моральной точки зрения приносит застойная безработица. Поэтому государству необходимо разрабатывать способы преодоления последствий застойной безработицы. Безработица — это противоположная сторона занятости. Так если уровень занятости населения повышается, то значит, уровень безработицы снижается, и наоборот. Согласно положениям, указанным в макроэкономике, безработица отражает превышение предложения труда экономически активным населением спроса труда со стороны работодателей [1].

В настоящее время затруднительным процессом является определение реального уровня безработицы, как в Самарской области, так и в целом по России. Так как критерии безработицы неоднозначны, то есть непонятно в течение, какого времени она может продолжаться, чтобы человек получил статус безработного. А также наличие регистрационного подхода, то есть для подтверждения статуса безработного, гражданин должен пройти процедуру регистрации в службе занятости. Влияние этих фак-

торов не дает реальных показателей безработицы, преуменьшает её масштаб.

На резкий рост безработицы в Самарской области повлиял мировой экономический кризис в 2008 году. Так с конца 2008 года по конец 2009 года наблюдается рост численности безработного населения на 34,3 тыс. человек (рисунок 1). А также вторым фактором повышения безработицы является локальный кризис 2014–2015 года, возникший вследствие экономических санкций. Так с конца 2014 года по конец 2015 года наблюдается рост безработного населения на 1,5%. Негативно влияют экономические кризисы на экономику, как Самарской области, так и в целом на экономику России. Это проявляется в понижении спроса на товары и услуги со стороны покупателей, а, следовательно, у предпринимателей возникает нехватка денежных средств на выплату заработной платы своим сотрудникам и поэтому они сокращают численность рабочего персонала, чтобы сократить свои расходы [2].

Анализ распределения численности безработных по возрастным группам в Самарской области с 2010 по 2014 годы показал, что наиболее велика доля безработных среди молодежи в возрасте 20–24 лет (рисунок 2). Высокий уровень безработицы также заметен в возрастной группе от 25–29 лет. Причиной возникающих сложностей с трудоустройством у молодых людей является отсутствие опыта работы. Наименьшую долю

Таблица 1

Численность безработных по Самарской области, (тыс. человек)

Годы	Численность безработных, зарегистрированных в государственных учреждениях службы занятости (на конец года) — всего	Мужчины	Женщины
2004	32,5	10,9	21,6
2005	29,2	10,4	18,8
2006	23,9	8,5	15,3
2007	26,4	9,8	16,7
2008	24,0	9,5	14,5
2009	58,3	27,4	30,9
2010	34,9	15,2	19,7
2011	24,5	10,4	14,1
2012	17,5	7,6	9,9
2013	15,1	6,6	8,4
2014	18,0	8,2	9,8

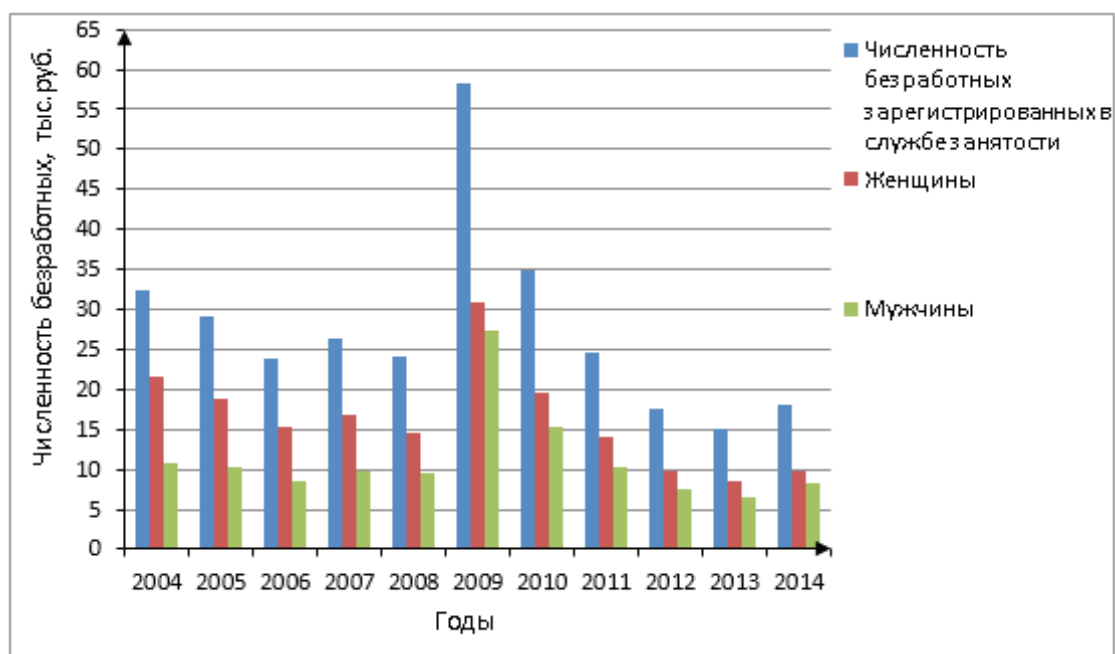


Рис. 1. Численность безработных по Самарской области (тыс. чел.)

Таблица 2

Распределение численности безработных по возрастным группам (в процентах,%)

Годы	до 20 лет	20–24	25–29	30–34	35–39	40–44	45–49	50–54	55–59	60–72
2004	10,4	24,3	15,7	10,9	5,8	11,8	5,3	6,2	5,1	4,3
2005	10,6	17,7	11,8	14,7	6,6	10,8	12,1	10,4	2,9	2,5
2006	10,9	22,6	7,2	5,3	9,4	15,1	9,1	11,4	7,2	1,8
2007	8,6	21,0	14,7	14,3	10,9	11,7	8,2	7,9	1,3	1,4
2008	13,0	21,3	10,0	8,4	7,3	6,1	12,5	8,9	5,8	6,8
2009	5,0	21,4	15,5	12,3	7,8	6,5	7,5	11,6	8,8	3,6
2010	7,0	18,8	13,4	10,5	7,6	7,2	11,5	9,6	7,9	6,5
2011	3,4	24,2	15,4	8,8	8,0	9,9	9,5	8,4	8,4	4,2
2012	6,3	25,3	12,7	9,3	7,6	9,2	9,1	11,2	5,9	3,3
2013	5,7	20,7	14,0	9,4	9,0	10,5	10,4	10,4	5,6	4,2
2014	5,5	22,2	15,9	9,2	12,5	9,7	7,1	8,6	6,3	3,1

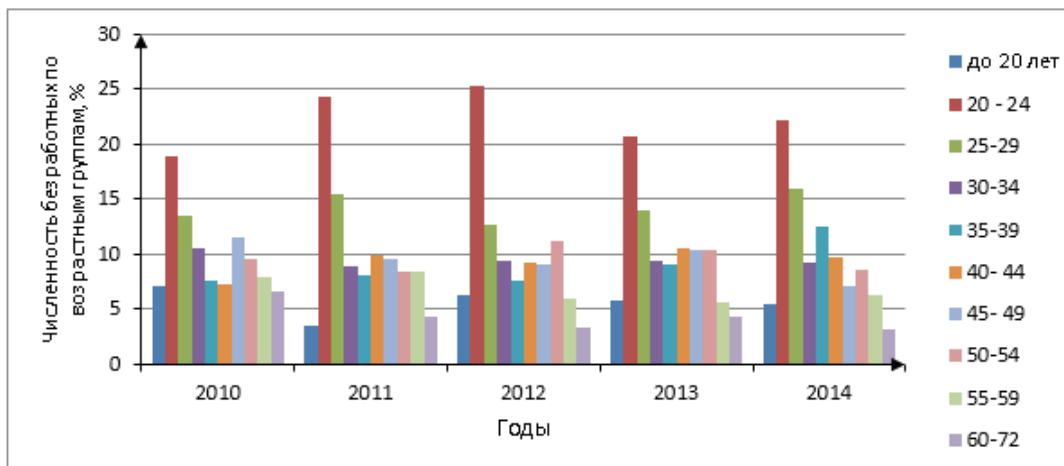


Рис. 2. Распределение численности безработных по возрастным группам в Самарской области в 2010–2014 годах (в процентах)

Таблица 3

Распределение численности безработных по продолжительности поиска работы (в процентах)

Годы	Поиск работы, число месяцев				Среднее время поиска работы, месяцев
	до 3	от 3 до 6	от 6 до 12	12 и более	
2004	33,8	11,7	18,1	36,5	8,0
2005	29,6	15,8	21,5	33,1	8,1
2006	28,1	13,5	13,5	45,0	9,0
2007	24,5	19,2	26,8	29,6	8,2
2008	28,0	19,3	23,0	29,8	7,6
2009	30,2	22,7	22,0	25,1	7,3
2010	26,0	29,3	17,9	26,9	7,3
2011	20,3	20,0	27,0	32,7	8,6
2012	28,4	20,4	21,4	29,9	7,7
2013	22,4	17,5	23,2	37,0	8,8
2014	28,0	20,1	21,9	30,0	7,8

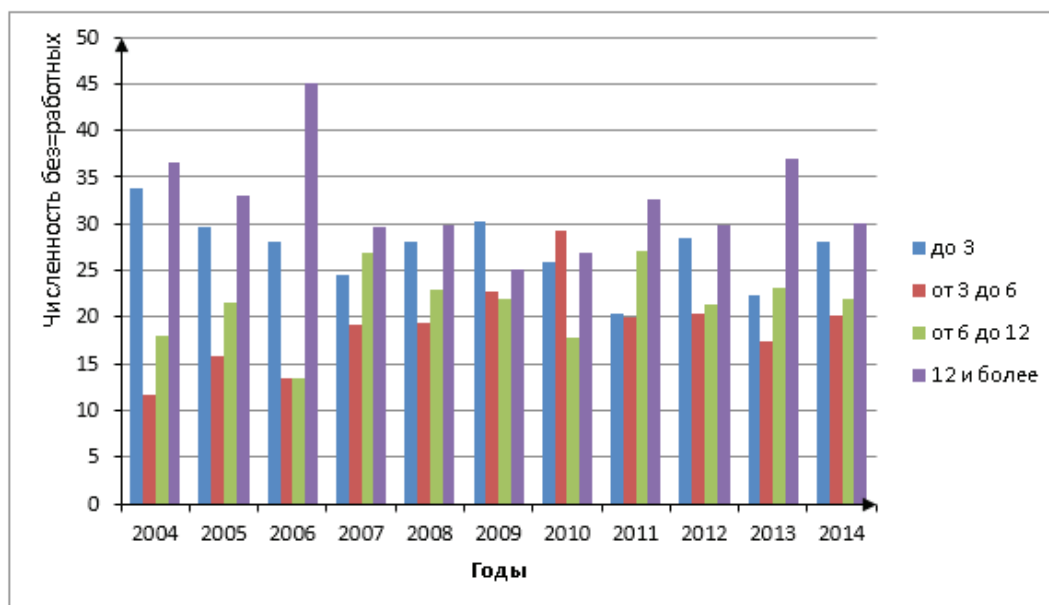


Рис. 3. Распределение численности безработных по продолжительности поиска работы (в процентах)

среди безработных составляет население в возрасте 60–72 лет [3].

Анализ распределения населения по продолжительности поиска работы в Самарской области с 2004 по 2014 годы показал, что преобладает застойная безработица, она является самым опасным видом безработицы, так как население не может найти работу в течение одного года и более одного года. Однако на втором месте находится краткосрочная безработица, которая длится в течение трех месяцев [3].

Таким образом, в настоящее время в Самарской области, так и в России необходимо найти эффективные способы преодоления проблемы роста безработицы. Возможными вариантами решения поставленной проблемы являются:

Литература:

1. Вукович Г. Г., Гелета И. В. Рынок труда. Ростов-на-Дону: Феникс, 2013. с. 240.
2. <http://gks.ru> РОССТАТ.
3. Самарстат.

Эффективность управления персоналом в компании (на примере ООО «Газпром инвест»)

Казарьян Мария Михайловна, магистрант;

Вазим Андрей Александрович, кандидат экономических наук, доцент

В статье определяется актуальность изучения эффективности управления персоналом предприятия, рассматриваются различные подходы к определению данной эффективности, которые включают в себя как количественные, так и качественные характеристики. В работе анализируется система управления персоналом в ООО «Газпром инвест», выделяются ее основные направления, предлагаются различные методические подходы к определению ее эффективности. В статье отмечается, что процесс управления работниками в ООО «Газпром инвест» осуществляется в соответствии с политикой управления человеческими ресурсами, принятой в ПАО «Газпром», хотя и имеет свои характерные особенности.

Ключевые слова: мотивация, управление персоналом, стимулирование, эффективность, бонусная система

Система управления персоналом является неотъемлемой частью функционирования организации. Во многом от того, каким образом происходит управление сотрудниками, их подбор и стимулирование, зависят психологический климат внутри коллектива, показатели экономического развития предприятия, его имидж в глазах персонала и общественности. При этом необходимо отметить, что особую актуальность выстраивание эффективной системы управления работниками компании приобретает для крупных организаций, в которых влияние неформальных связей в рабочем коллективе присутствует в меньшей степени, нежели в небольших компаниях. Кроме того, необходимо учитывать, что все структурные звенья компании должны отражать единые принципы де-

– Предоставление предприятиям государственных бюджетных субсидий, необходимых для выплаты заработной платы дополнительно принятому персоналу предприятия;

– Привлечение иностранных инвестиций. Иностранные инвестиции, предоставляемые предприятию на развитие производства, дают возможность создания новых рабочих мест. Это обеспечит сокращение числа безработного населения;

– Создание рабочих мест, обеспечивающих трудоустройство молодежи.

Предлагаемые меры позволят уменьшить уровень безработицы в Самарской области, так и в целом во всех остальных областях России, что повысит уровень социальной защищенности трудоспособного населения.

ятельности предприятия, его миссию, цель, стандарты управления персоналом.

Следует отметить, что в исследовательской среде не сложилось единого подхода к определению эффективности системы управления персоналом. Ученые предлагают использовать как количественные, так и качественные критерии для ее измерения. В качестве примера количественных показателей выступают:

- прибыль компании; затраты на 1 рубль продукции (услуги);
- рентабельность организации;
- дивиденды на 1 акцию;
- производительность труда (норма выработки на 1 работника);

- общий фонд оплаты труда (его величина в денежном выражении);
- темпы роста производительности труда и зарплаты [1, с. 992].

Качественными показателями могут выступать степень удовлетворенности работников их местом работы, результатами своей трудовой деятельности, текучесть персонала, имидж компании в глазах своих сотрудников. Необходимо отметить, что выделение качественных характеристик носит субъективную оценку и может быть обусловлено влиянием внешних и внутренних факторов. Субъективность качественных показателей затрудняет их оценку, но в то же время обладает значительными возможностями для более полного анализа эффективности управления персоналом компании.

Как уже было отмечено выше, в организациях небольшого типа значительное влияние на процесс управления персоналом оказывают неформальные связи. В крупных компаниях выстраивание системы управления сотрудниками носит более формальный характер, основываясь на единых подходах и стандартах компании к управлению персоналом. В качестве примера можно рассмотреть опыт управления работниками на предприятии ООО «Газпром инвест». В данной организации осуществляется политика управления человеческими ресурсами ОАО «Газпром», его дочерних обществ и организаций, утвержденная в 2006 г. [5]

Система мотивации в компании направлена на привлечение и удержание квалифицированного персонала, повышение заинтересованности работников в результатах собственного труда. Поэтому в своей деятельности ООО «Газпром инвест» соблюдает высокие стандарты ПАО «Газпром» и международные стандарты в вопросах социальной и кадровой политики, предоставляя широкие возможности для раскрытия потенциала и карьерного роста своих сотрудников.

В компании внедрена и действует Система менеджмента профессиональной безопасности и охраны труда, сертифицированная в соответствии с международным стандартом OHSAS18001.

В ООО «Газпром инвест» ежегодно проходят практику студенты опорных вузов ПАО «Газпром», расположенных в Санкт-Петербурге. Компания приветствует появление в своих рядах специалистов, чья энергия и профессиональные знания способствуют достижению амбициозных целей, которые ставит перед собой компания [3].

Стратегия управления персоналом в ООО «Газпром инвест» строится в соответствии с бизнес-стратегией компании, с учетом целей и задач устойчивого развития и ожиданий заинтересованных сторон.

На данный момент в ООО «Газпром инвест» трудятся 676 работников. Оплата труда сотрудников ООО «Газпром инвест» включает в себя материальные и нематериальные составляющие. Системы оплаты труда предусматривают установление должностных окладов и тарифных ставок с учетом квалификации и деловых качеств, текущее премирование за результаты производ-

ственной деятельности работников, доплаты и надбавки в зависимости от условий труда и объема выполняемых работ, единовременное премирование, а также выплату вознаграждения по итогам работы. Как стимулирующие выплаты предусмотрена система бонусных выплат по итогам года [3].

Значительные средства направляются компанией на обучение персонала потому, как одним из принципов функционирования ООО «Газпром инвест» является непрерывность обучения. Обучение сотрудников может осуществляться в виде переподготовки, обучения на курсах повышения квалификации, получении дополнительного образования. Направляются на обучение сотрудники в соответствии с производственной необходимостью, а также с учетом их личных пожеланий.

В целях стимулирования работников Группы «Газпром» реализована система поощрения их государственными наградами Российской Федерации, наградами Минэнерго России и ПАО «Газпром» [4].

Следует констатировать, что оценка эффективности управления персоналом в ООО «Газпром инвест» осуществляется по количественным и качественным показателям. Для этого анализируется прибыльность компании в целом и отдельных ее структурных подразделений, эффективности работы каждого конкретного сотрудника. Кроме того, на предприятии осуществляется учет эффективности затраченного рабочего времени на выполнение той или иной деятельности. Также важную роль играет диагностирование сотрудников об их степени удовлетворенности работой на данном предприятии, осуществляется анализ социально-психологического климата как во всей организации, так и в ее структурных подразделениях, анализируются причины текучести кадров и ее темпы.

В целом можно констатировать, что система управления персоналом в ООО «Газпром инвест» включает в себя несколько направлений:

- оплата труда работников;
- материальное и нематериальное стимулирование персонала;
- обучение сотрудников компании;
- работа с выпускниками и студентами;
- управление трудовой карьерой сотрудников;
- оказание социальной поддержки работникам.

Оценка эффективности управления персоналом, как правило, включает несколько так называемых методических подходов.

Экономическая эффективность управления персоналом.

- соизмеряются прибыль и затраты;
- экономическая эффективность управления персоналом позволяет оценить работу предприятия по реализованным проектам;
- оценка экономической эффективности управления персоналом, например, осуществляется по таким показателям: коэффициент эффективности затрат; срок окупаемости затрат; годовой экономический эффект и другое.

Социальная эффективность управления персоналом организации:

- оценивается общественный характер труда;
- для этого измеряется: мотивация персонала; социально-психологический климат в рабочих группах; уровень развития человеческих ресурсов в компании (по критериям: средняя заработная плата работника; удельный вес фонда оплаты труда в выручке; темпы роста заработной платы и другое).

Организационная эффективность управления персоналом.

- для этого оценивается то, как организована трудовая деятельность управленческого и производственного персонала, а также особенности системы управления компанией;

- измеряется и оценивается равномерность загрузки персонала; нормы управляемости работниками на одного руководителя; коэффициент прироста кадров; качество управленческого персонала и другое.

Существуют и другие подходы к изучению качества управления персоналом. Например, можно оценить:

- конечные результаты работы всей организации, используя экономические показатели (объем продаж; чистая прибыль; затраты и другое);

- производительность труда (по показателям: стоимостной оценки производительности; выработки на одного работника; темпов роста производительности труда и другое);

- качество трудовой жизни посредством анализа особенностей рабочих групп, системы оплаты труда, возможностей карьерного роста и другое;

- трудовой вклад (например, при бестарифной системе оплаты труда и повременной оплате) и другое.

На наш взгляд, перспективным является учет экономической, социальной и организационной эффективности управления персоналом для ООО «Газпром инвест». При этом невозможно основываться только на количественных показателях или учитывать только мнения сотрудников об их деятельности, независимо от результативности самой деятельности, поэтому следует контролировать совокупность предложенных параметров. Кроме того, необходимо учитывать, что ООО «Газпром инвест» является дочерней организацией ПАО «Газпром», поэтому система управления пер-

сонала в ООО «Газпром инвест» основывается на тех же принципах, преследует те же цели и задачи, что и система управления сотрудниками в ПАО «Газпром», хотя и имеет свои специфические особенности, которые определяются стратегией развития предприятия, направлениями его деятельности.

Оценка эффективности управления персоналом организации необходима для отслеживания ситуации в целом и принятия оперативных и тактических управленческих решений [2, с. 736].

Эффективное управление персоналом возможно при соблюдении ряда условий:

- ориентированности кадровой политики и деятельности службы персонала на цели компании;

- соответствие кадрового состава компании состоянию внешней среды (владение работниками современными технологиями производства, понимание психологии потребителей и другое);

- совместимости работников со сложившейся организационной культурой;

- внутренняя целостность и непротиворечивость системы управления персоналом;

- вовлеченность руководителей компании в проблемы управления персоналом;

- наличие штата высококвалифицированных и мотивированных сотрудников.

Анализ эффективности управления персоналом в ООО «Газпром инвест» позволяет говорить о том, что рассматриваемая компания ответственно подходит к подбору, стимулированию сотрудников, их обучению, карьерному и личностному развитию. Для этого организация использует разнообразные методы и средства, которые включают в себя как материальные, так и нематериальные составляющие. Процесс управления работниками в ООО «Газпром инвест» осуществляется в соответствии с политикой управления человеческими ресурсами, принятой в ПАО «Газпром». Представляется целесообразным проводить оценку эффективности управления кадрами как всей корпорации ПАО «Газпром», так и ее дочерних организаций, в том числе и ООО «Газпром инвест», и отдельных филиалов компании. Совокупный анализ данных позволит выделить как общие тенденции управления персоналом предприятия, так и специфические местные особенности данного процесса.

Литература:

1. Бикметов А. Г., Малышева О. С., Хафизов А. М., Капустин Г. В. О методах управления персоналом на примере ОАО «Газпром Нефтехим Салават» // *Фундаментальные исследования*. — 2015. — № 12–5. — С. 992–995.
2. Клименко К. А. Оценка результативности управления персоналом // *Молодой ученый*. — 2016. — № 10. — С. 736–739.
3. ООО «Газпром инвест»: официальный сайт // <http://invest.gazprom.ru/>
4. ПАО «Газпром»: официальный сайт // <http://www.gazprom.ru/>
5. Политика управления человеческими ресурсами ОАО «Газпром», его дочерних обществ и организаций // http://www.gazprom.ru/i/posts/70/788857/hr_politics.pdf

Концептуальные основы нормирования труда в современных условиях

Кузьминов Александр Николаевич, доктор экономических наук, профессор;

Крутиков Вадим Владимирович, соискатель

Южный федеральный университет

В статье рассматривается новый подход к формированию концептуальных основ нормирования труда, основанный на системе стратегического целеполагания и самоорганизации. Показано, что нормирование труда вновь становится существенным фактором повышения эффективности предприятия и обеспечения его устойчивости. Ретроспективный анализ теоретических подходов позволил выявить основные тенденции развития методологии и инструментария нормирования, направленные на микроэлементный и технический анализ и моделирование. Усложнение ассортимента и оборудования, особенно в отраслях дистрибуции, требует внедрения техноценнологического подхода, снимающего возможные кибернетические ограничения.

Ключевые слова: нормирование труда, устойчивость, техноценозы, оптовая торговля, техническое нормирование

Переход к совершенно новым системам управления производством, таким как «пространство, так называемых, «3S», или Smart-Safe-Sustainable систем [1, С. 65] позволяет решать многочисленные задачи более точного формирования производственного задания и точечного закрепления функций за сотрудниками. Однако, современная экономическая наука сталкивается с противоположно направленной тенденцией управления — усложнение процедур, ассортимента продукции, структуры потребителей и других качественных характеристик, которые сохраняют высокую степень неопределенности в данной системе менеджмента.

Современный менеджмент должен объединить различные концепции в изучении вопросов политики нормирования. Основной исследовательский прием, который используется при этом заключается в формировании некоторой «упрощенной модели», что затрудняется проблемами методологического характера, а именно, выбором стратегии и вариантов политики ее реализации. Всё это обусловлено тем, что в системе нормирования (регулирования) трудовых процессов сталкиваются противоречивые интересы и цели всех участников трудовой и производственной деятельности, которые формируют концептуальные рамки исследования. К основным элементам указанной системы целеполагания нужно отнести следующие: желаемая прибыль, технологические ограничения, состояние спроса-предложения на труд, социальные и государственные режимы регулирования труда, расходы по координации и мотивации работников, затраты оппортунистического характера, производительность труда, степень загрузки производства, инвестиции и т.п. [2]. Каждая из перечисленных систем отличается собственной вероятностной составляющей, что также усложняет процесс нормирования.

В этих условиях стоит подчеркнуть, что нормирование труда выполняет не только функции по оценке затрат рабочего времени, определению численности работников в разрезе их квалификационного признака, исчисление сумм заработной платы, а также нормирование труда

включает в себя всю систему стратегического и оперативного прогнозирования и планирования. Оценивание системы нормирования трудовой деятельности осуществляется для повышения ее эффективности и постепенного улучшения, а также с целью определения истинной стоимости предприятия в целом (установление рейтинга фирмы, либо в целях продажи).

Согласимся с мнением Коптяевой М.Н., что «инструменты нормирования труда, примененные совместно с другими средствами управления, обеспечивают существенный рост эффективности работы всего подразделения с улучшением показателей текучести персонала, удовлетворенности трудом, качества работы. Таким образом, прагматичное применение механизмов нормирования труда весьма целесообразно в производственных стратегиях с низкими издержками и в стратегиях диверсификации» [3, с. 98].

Невзирая на тот факт, что оценка системы нормирования труда важный и нужный элемент управления предприятием в российской научной литературе значительно сократилось число современных рыночных методик оценивания и анализа систем нормирования труда, а иностранная научная литература не содержит в себе методик анализа состояния нормирования труда, так как подобные программы принято считать личным делом и ответственностью непосредственно руководства предприятия.

Как показывает зарубежный и отечественный практический опыт, сегодня принято считать, что методология организации и нормирования трудовой деятельности разработана в достаточной степени и не нуждается в развитии. Вместе с тем, в аспекте методологии нормирования труда наблюдаются кардинальные перемены, в том числе обусловленные совершенствованием концептуальных подходов.

Основоположниками организации труда, в том числе нормирования трудовой деятельности, считают зарубежных ученых, таких как, Ф. Тэйлор и Ф. Гилбрет, которыми впервые была разработана и применена на практике методика исследования трудозатрат с помощью хрономе-

тражных наблюдений, аналитическая методика нормирования труда, анализ трудовых движений и уровня их рациональности.

Исследования интенсивности при различных работах и размером надбавок времени на отдых Карла Барта и Дуайта Меррика послужили основой для технического анализа при нормировании, которые, однако, подвергались справедливой критике специалистами советской научной школы (В. Иоффе, Я. М. Пучинский, А. Г. Попов, С. Г. Глебов) за низкий уровень аргументации и статистического подтверждения.

Впоследствии, ключевым компонентом организации труда стало нормирование трудовой деятельности по микроэлементам, что значительно повышало трудоемкость этого процесса, требовало технических средств высокого уровня. Так, по утверждению А. П. Бугрова нормирование труда это не экономическая, а техническая категория, что поддерживал и И. Н. Котенко [4]. На этапе формирования нормирования труда, один из ведущих специалистов в данной области П. Ф. Петроченко в своей позиции также подтверждал вариативную направленность нормирования труда. Петроченко отмечал, что, так как в качестве объекта нормирования труда выступает такая экономическая категория как труд, это подтверждает, что, невзирая на тесные взаимосвязи нормирования с техникой и технологиями, его следует причислить к экономическим наукам [5, с. 69].

В. И. Котелкиным в своих работах удалось объединить точки зрения многих советских ученых, с разных позиций, оценивавших категорию науки, к которой можно отнести нормирование труда [6]. Он считал, что нормирование труда, в форме общего состояния общественного труда, которое можно рассматривать с его вещественной стороны, следует отнести прямо на производственную сторону, выделяемую под названиями «техническая организация труда», «техническая сторона производства», «технические, технологические отношения», «техничко-экономические отношения», «трудовые отношения». Нормирование труда имело основополагающее значение в ходе анализа проблематики формирования заработной

платы, который отразили в своих исследованиях Е. И. Капустин, А. Г. Аганбегян, В. Ф. Майер, С. И. Шкурко, Л. С. Бляхман, Л. А. Костин, Р. А. Баткаев.

Значительный вклад в разработку новой модели нормирования — технического нормирования внес проф. Шарафеев И. Ш., разработавший концептуальный подход, основанный на компьютерном моделировании [7].

Необходимо также отметить, что для организаций дистрибуции в России проблема нормирования кроме своего стратегического значения обуславливается спецификой отрасли, что подтверждает в своей диссертации Командиров М. А., и требует совершенно новых подходов, основанных на самоорганизационных моделях, учитывающих высочайшую сложность ассортимента современного предприятия оптовой торговли [8].

Существует доля рабочих мест, включая рабочие места на предприятиях непромышленного экономического сектора, в ходе изучения проблематики нормирования и организации труда следует принимать во внимание структуру оборудования и средств труда [9]. Как было отмечено ранее, немало российских и зарубежных ученых считали нормирование труда наукой технической, по этой причине одним из ключевых факторов становится анализ структуры оборудования и его воздействие на уровень эффективности работы сотрудников.

Многосторонний анализ отличительных характеристик рабочих мест, оборудования и степени интенсивности трудовой деятельности сотрудников дает возможность сделать вывод о многогранности и значении процедуры организации труда, в том числе и нормирования труда, для развития организаций, функционирующих в разных экономических отраслях. К такому выводу приходят практически все российские и иностранные специалисты, занимающиеся анализом и изучением организации и нормирования труда. Совместить перечисленные требования в рамках единой методологической концепции, на наш взгляд, позволит техноценологический подход [10], который позволяет рассматривать отдельные подсистемы как ценозы, внося в целеполагание по и оптимизации критерии ценологической устойчивости.

Литература:

1. Кузьминов А. Н., Коростиева Н. Г. Филиппов С. В. Развитие моделей управления устойчивостью промышленных предприятий // Journal of Economic Regulation. 2016. Т. 7. № 3. С. 65–78
2. Berg V. Fundamentals of Economic Regulation Sanford Distinguished Service// Public Utility Research Center University of Florida http://warrington.ufl.edu/centers/purc/purcdocs/papers/0317_Berg_Fundamentals_of_Economic.pdf
3. Коптяева М. Н. Применение механизмов нормирования труда в стратегии современного производства // Успехи современной науки и образования 2016, № 7, Том 3 с. 96–99
4. Проблемы экономики труда. Материалы теоретической конференции. Научно-исследовательский институт труда Государственного комитета Совета Министров СССР по вопросам труда и заработной платы. М.: 1963.
5. Петроченко П. Ф. Экономика труда и основы нормирования [Текст]: учебное пособие для студентов экономических вузов и экономических факультетов / П. Ф. Петроченко, И. А. Лясников, Г. Н. Холодная; Ред. П. Ф. Петроченко; Всесоюзный заочный финансово-экономический институт. — М.: Экономика, 1965. — 280 с. — Библиогр.: с. 277.

6. Котелкин, В. И., Сергиенков, А. Н. Улучшение нормирования труда важное условие совершенствования распределения по труду. Л., 1980
7. Шарафеев И. Ш. Индивидуально-динамическое укрупненное нормирование труда // Вестник Казан. гос. тех. Ун-та им. Туполева А. Н. 2008. № 3. с. 20–23
8. Командиров М. А. Повышение эффективности организации труда предприятий розничной торговли на основе нормирования труда. Дисс-я на соис. уч. степ. к. э. н. ФГБУ «Научно-исследовательский институт труда и социального страхования» министерства труда и социальной защиты Российской Федерации. Москва — 2015
9. Кузьминов А. Н., Горбачева И. Е. Justification optimize maintenance management in Russia. // Materialy VIII mezinarodni vedecko — prakticka conference «Veda a technologie: krok do budoucnosti — 2012»/ Dil 6. Ekonomickévedy: Praha. Publishing House «Education and Science» s.r.o — 96 stran. С. 20–23.
10. Кузьминов А. Н., Джуха В. М., Филиппов С. В. Инструменты обеспечения технико-экономической устойчивости производственных систем // Вестник Донского государственного технического университета. 2012. Т. 12. № 1–2 (62). С. 173–181.

Влияние социально-психологического климата на удовлетворённость трудом

Угай Анастасия Владимировна, стажер
ООО «Юридическая клиника» (г. Владивосток)

В статье раскрываются понятия «социально-психологический климат» и «удовлетворённость трудом». Социально-психологический климат рассматривается как один из факторов удовлетворённости трудом. Проведённое в статье исследование показывает степень важности данного фактора.

Ключевые слова: персонал организации, социально-психологический климат, удовлетворённость трудом

Всем известно, что персонал организации является её ключевым ресурсом. Это та основа, на которой строится вся организация. Именно от персонала в большой степени зависят два ключевых показателя деятельности организации — её жизнеспособность и конкурентоспособность. [1]

Коллектив компании не может существовать разрозненно и всегда сопровождается взаимодействием людей друг с другом. Стремление человека к плодотворной работе определяется тем, насколько хорошо он чувствует себя в данном коллективе. А хорошо ему именно тогда, когда у него складываются доброжелательные взаимоотношения с коллегами по работе. Когда ранним утром его встречают с улыбкой, а вечером провожают домой с пожеланием приятного отдыха. Поэтому успешность трудовой деятельности во многом определяется тем, какую эмоциональную окраску, позитивную или же негативную, носит психологическая обстановка в трудовом коллективе.

Анализируя роль социально-психологического климата в удовлетворенности трудом персонала организации, для начала разберёмся в понятиях.

Существует множество определений понятия «социально-психологический климат». В большинстве случаев его употребляют примерно в идентичном смысле наряду с такими понятиями как «морально-психологический климат», «психологический климат», «эмоциональный климат» и т. п.

Доктор философских наук В. М. Шепель под социально-психологическим климатом понимает эмоциональную

окраску психологических связей членов коллектива, возникающую на основе их симпатии, совпадения характеров, интересов и склонностей. [2]

Кратко говоря, психологический климат — это преобладающий в коллективе эмоциональный настрой. Он достаточно устойчив и определяется настроениями людей, их душевными переживаниями, отношением друг к другу, к своему руководству, а также к самой работе.

Общепринято разделять социально-психологический климат на 2 категории: благоприятный и неблагоприятный.

При благоприятном социально-психологическом климате в коллективе преобладает деловое, творческое настроение, жизнерадостный тон взаимоотношений между работниками. Если же мы говорим о неблагоприятном психологическом климате, то здесь, напротив, можно наблюдать пессимизм, раздражительность, конфликтность отношений в группе, нежелание работников вкладывать усилия в свою работу. [3] Определить атмосферу в трудовом коллективе не сложно. Порой и одного дня может быть достаточно, для того чтобы выявить явные признаки сплочённости коллектива, психологическое состояние и общее настроение. Почему же руководителям организаций так важно поддерживать благоприятный социально-психологический климат?

Во-первых, организация всё-таки работает как единый организм. И все процессы, происходящее в этом «организме» тесно взаимосвязаны между собой. И если у организации появляется какое-либо большое место, то общее самочувствие идёт на спад и производительность падает.

Во-вторых, если в коллективе появляется хоть парочка недовольных, то со временем начинается эпидемия. Сотрудники начинают сплетничать, обсуждать по углам новости, каждую задержку зарплаты и прочее. [4]

В-третьих, ничто так не мешает качественному выполнению работы, как постоянное отсутствие настроения для работы и враждебность со стороны коллег. Здесь начинает работать эффект «социальной ингибиции», который выражается в торможении активности человека в присутствии других людей. Это препятствует повышению трудовых показателей гораздо больше, чем даже отсутствие автоматизации, передовой технологии или надлежащих экономических условий.

К сожалению, чаще всего о необходимости управления психологическим климатом руководители компаний задумываются тогда, когда обстановка в компании оказывается настолько напряженной, что ставит под угрозу её дальнейшее существование. Удовлетворенность трудом, согласно социологическому словарю, — это состояние сбалансированности требований, предъявляемых работником к содержанию, характеру и условиям труда, и субъективной оценки возможностей реализации этих запросов.

Американский социолог Е. Локк, определяя понятие «удовлетворенность трудом», формулировал его таким образом: «удовлетворенность трудом является результатом оценки своей работы, позволяющей достичь определенных ценностей, связанных с работой, при условии, что эти ценности дают возможность удовлетворить потребности индивида». [5] Список факторов, влияющих на удовлетворенность трудом достаточно широк. Их можно разбить на пять больших групп: оплата труда, карьера, психологический климат, руководство, непосредственно работа. [6]

На сегодняшний день психологами установлена прямая связь между состоянием социально-психологического климата коллектива и его трудовыми показателями. По их мнению, чем более благоприятным является социально-психологический климат трудового коллектива, тем выше удовлетворенность трудом его членов. Низкая удовлетворенность трудом может рассматриваться как одна из причин снижения производительности труда персонала. Бесспорно, каждому хочется иметь такую работу, на которой и зарплата достойная, и коллектив дружный, и вдобавок ещё и нагрузка небольшая. Большинство работодателей, в свою очередь, предлагают меньше привилегий, зато больше требований.

Для выявления степени влияния социально-психологического климата на удовлетворенность трудом был проведён опрос сотрудников ПАО СК «Росгосстрах». Опрос проводился с помощью рассылки анкет на корпоративную почту сотрудников. Количество человек, принявших участие в анкетировании — 21.

Анкета включала в себя 3 вопроса. В первом вопросе рассматривалась степень влияния того или иного фактора на общую удовлетворенность трудом. Во втором вопросе оценивалось, насколько работник удовлетворён каждым

из факторов. И в третьем, работник самостоятельно оценивал свой общий уровень удовлетворенности трудом в настоящий момент.

Результаты проведённого исследования показали, что общая удовлетворенность трудом сотрудников составляет 67,3%.

Всего в опрос было включено 12 факторов. Результаты расположены в порядке убывания их значимости для сотрудников организации. Среди факторов были выявлены: уровень зарплаты (78%), режим труда (76%), атмосфера в коллективе (72%), транспортная доступность (70%), содержание труда (65%), отношение руководства (53%), моральная мотивация (50%), карьерный рост (48%), условия труда (48%), социальный пакет (46%), корпоративная культура (37%), престижность компании (36%).

Также для сотрудников была предоставлена возможность добавить свой фактор, влияющий на удовлетворенность трудом.

Обратите внимание на то, как распределились факторы. Лидирующие позиции занимают — заработная плата (78%) и режим труда (76%). И это вполне логично, так как персонал — это люди, которым в первую очередь необходимо быть сытыми и испытывать комфорт. Если вспомнить известную нам пирамиду А. Маслоу, то можно заметить, что именно эти два фактора относятся к физиологическим потребностям, удовлетворить которые необходимо в первую очередь.

Однако нахождение в рабочем коллективе должно приносить не только материальное удовлетворение. Не удивительным оказался факт достаточно высоких показателей такого фактора, как атмосфера в коллективе (72%).

Очень хорошо, если вместе с достойным заработком и удобным режимом труда работник получает и приятную рабочую атмосферу.

Именно рабочая атмосфера нередко выступает основной причиной текучести кадров в одних организаций и причиной многолетней преданной работы сотрудников в других. В одних организациях люди работают, развиваются, активно участвуя во всех внутрифирменных мероприятиях, хотя, возможно, на другой работе и зарплата могла быть больше, и должность перспективней. В других же организациях достаточно быстро меняется состав сотрудников, в атмосфере преобладает пессимизм и наблюдается нежелание сотрудников выходить на работу. [7]

Кроме того, большое значение для поддержания социально-психологического климата в коллективе, играет то, каким образом в организации выстроены процедуры сопровождения увольнения персонала. Аутплейсмент (англ. outplacement — «помощь в трудоустройстве уволенных») представляет собой комплекс мер, направленных на сглаживание негативных последствий увольнения сотрудников, включающих в себя социально-психологическую поддержку, информирование и консультирование увольняемых/уволенных сотрудников, помощь им в дальнейшем трудоустройстве за счет средств бывшего работодателя. [8] Работодатель, должен осознавать, что в случае,

если с сотрудником приходится расставаться «не очень хорошо» и он вынужден отработать в организации две недели, то эта отработка может в значительной мере разрушить существующий социально-психологический климат, так как увольняющийся, негативно настроенный сотрудник будет проецировать и транслировать свой негатив на оставшихся сотрудников.

Итак, в ходе исследования социально-психологического климата коллектива ПАО СК «Росгосстрах» и уровня удовлетворенности трудом членов коллектива мы выявили, что эти два показателя тесно взаимосвязаны друг с другом.

Благоприятный социально-психологический климат — это не только один из решающих факторов успешной профессиональной деятельности человека, но и, как выяснилось, одно из важнейших условий удовлетворенности

трудом. Благоприятный социально-психологический климат представляет собой итог систематической психологической работы с членами трудового коллектива, осуществления специальных мероприятий, направленных на создание и сохранение доброжелательных взаимоотношений между сотрудниками. Формирование и совершенствование социально-психологического климата постоянная практическая задача. Она требует понимания психологии людей, их эмоционального состояния, настроения, душевных переживаний, отношений друг с другом.

Здоровая психологическая атмосфера является залогом успеха в жизнедеятельности отдельного человека как части целого механизма, и, соответственно, самого механизма — всего трудового коллектива. И данным фактором пренебрегать не то чтобы не стоит, делать это просто нельзя.

Литература:

1. Горшкова О. В., Богдан Н. Н., Дикусарова М. Ю., Масилова М. Г., Могилёвкин Е. А., Новгородов А. С., Якимова З. В. Теоретико-прикладные аспекты управления персоналом в малом и среднем бизнеса [Текст]: монография. — Владивосток: Изд-во ВГУЭС, 2015. — 240 с.
2. Попов В. И. Некоторые проблемы определения понятия социально-политического климата // Ползуновский вестник. — 2006. — № 3. — С. 289–293.
3. Лобыня А. П. Влияние социально-психологического климата на сплочение и развитие коллектива // Трансформация научных парадигм и коммуникативные практики в информационном социуме. — 2013. — С. 226–227.
4. «Дружный коллектив»: насколько сильно его влияние на бизнес // SalesGeneration.URL: <http://salesgeneration.ru> (дата обращения: 30.01.2017).
5. Черноусова У. Н. Проблема удовлетворенности трудом сотрудников УВД // Международная научно-практическая Интернет-конференция «Актуальные проблемы современной психологии»: сборник научных статей. Кемеровский государственный университет. — Кемерово: Редактор и К. — 2010. — С. 101–106
6. Гуськова. Е.А., Ярушкин Н.Н. Взаимосвязь социально-психологических характеристик трудового коллектива с удовлетворённостью работы персонала // Вестник самарской гуманитарной академии. Серия «Психология». — 2014. — № 2(16).
7. Психологический климат на работе: как важно быть здоровым // Карьерист.ру. URL: <http://careerist.ru> (дата обращения: 30.01.2017).
8. Завдоева А. Е., Якимова З. В. Аутплейсмент как современная персонал технология // Тезисы докладов второй региональной научно-практической конференции «Управление персоналом: как привлечь, удержать и мотивировать ценных сотрудников — 2011». — Великий Новгород: НГУ им. Ярослава Мудрого — 2011. — С. 79–83.

ЭКОНОМИКА И ОРГАНИЗАЦИЯ ПРЕДПРИЯТИЯ, УПРАВЛЕНИЕ ПРЕДПРИЯТИЕМ

Особенности инвестиционно-инновационной среды малых промышленных предприятий в условиях модернизации национальной экономики

Абдуллаева Матлуба Нематовна, кандидат экономических наук, доцент;

Акбарова Лайло Упашевна, ассистент

Ташкентский институт инженеров железнодорожного транспорта (Узбекистан)

Сформировавшиеся нынешние рыночные отношения в Узбекистане требуют применения новых подходов и методов в управлении малыми предприятиями, поскольку на первый план выходят экономические, а также рыночные критерии их деятельности. Реформирование отечественной экономики направлено на создание такой экономической системы, в которой должны быть задействованы эффективные формы и методы хозяйствования, требующие теоретического обоснования. В связи с этим необходимо совершенствовать инструменты и технологии управления малыми промышленными предприятиями с целью повышения эффективности хозяйственной деятельности и максимизации прибыли.

Среди факторов, определяющих стратегическую эффективность малых промышленных предприятий, главное место приобретает уровень внедрения инноваций, вызывающий принципиальное обновление технологии производства, выпуск новых видов продукции. При этом возможности инновационного развития определяются не только финансовым состоянием и характеристиками ресурсного потенциала малого предприятия, уровнем развития инновационной инфраструктуры в регионе, но и, прежде всего, существующими методами управления.

В нынешних условиях малые промышленные предприятия вынуждены пересматривать свои позиции на рынке, добиваясь конкурентных преимуществ. Это невозможно сделать без четко сформулированной программы развития, которая предусматривает позиционирование этих предприятий, как на внутреннем, так и на внешнем рынках. В связи с этим в республике была разработана Антикризисная программа, которая состоит из комплекса мероприятий направленных на решение основных задач [1].

Между тем несколько слов об особенностях деятельности субъектов малого предпринимательства. Как известно перед малыми предприятиями стоит задача не завоевания рынков путем вытеснения монополий, а заполнение «свободной ниши», образующейся в промежутках между товарной массой, поставляемой на рынок крупными предприятиями. Вследствие того, что потребители конкретных товаров на современных рынках

больше, чем поставщиков, индивидуальные особенности каждого потребителя не могут быть удовлетворены. Крупные поставщики ориентируются в основном на усредненные товары и потребности, из которых выпадает масса неудовлетворенного или не полностью удовлетворенного розничного спроса. Это и является «нишей» для малого предпринимательства.

Во-вторых, не менее важна роль малых промышленных предприятий в формировании конкурентных отношений в экономике.

В-третьих, развитие конкуренции создает систему сильных мотивационных стимулов для более полного использования знаний, умений, энергии и трудолюбия населения, что в свою очередь позволяет более активно разрабатывать и использовать имеющиеся материальные, кадровые, организационные и технологические ресурсы.

В-четвертых, присущие малому предпринимательству гибкость и высокая приспособляемость к изменчивости рыночной конъюнктуры способствует стабилизации макроэкономических процессов в стране. Малое предпринимательство успешно функционирует на небольших рыночных сегментах. Если крупные формы предпринимательства способствуют повышению общехозяйственной эффективности за счет экономии на масштабах деятельности, то малые предприятия придают хозяйству гибкость, мобильность.

В-пятых, изменение технологий и структуры отдельных отраслей промышленности, ускоряя процесс перераспределения капиталов из устаревших отраслей в наиболее перспективные и быстроразвивающиеся.

В-шестых, формирование диверсифицированной и качественной системы бытовых, организационных и производственных услуг, позволяющей создавать аналогичные рыночные отношения, стимулировать развитие более гибких и мобильных организационно-производственных структур.

В-седьмых, развитие инновационного потенциала экономики.

В современных условиях хозяйствования главным фактором функционирования рынка является потенциальная

конкуренция со стороны малых предприятий, использующих современные технологии. Необходимо отметить, что «... модернизация, техническое обновление и диверсификация производства, широкое внедрение инновационных технологий — надежный путь преодоления кризиса и выхода Узбекистана на новые рубежи на мировом рынке» [1]. Поэтому для успешного функционирования малым промышленным предприятиям необходимо эффективно реализовывать инвестиционно-инновационные стратегии. В данных условиях необходимы инструменты и механизмы эффективного стратегического развития промышленных предприятий, направленные, прежде всего, на развитие стратегического потенциала предприятий и повышение их инновационной активности в целом. В этой связи, когда любая производственная структура имеет весьма ограниченный объем финансовых средств, все большее значение приобретает инвестиционная деятельность как фактор его дальнейшего развития.

Учитывая постоянно растущие потребности малого промышленного предприятия в ресурсах для развития и исключительной важности их наличия или доступности во внешней среде, нужно проводить оценку динамики изменений во внешней среде и ее благоприятности путем оценивания доступности ресурсов.

При выборе стратегии необходима оценка внутренней среды предприятия. Для малого промышленного предприятия это — оценка внутренних элементов организации, развитие которых формирует ее потенциал и конкурентоспособность. Эта оценка должна рассматриваться как характеристика развития бизнес-фундамента данного субъекта.

Главный показатель высокой степени развития компетенций в области организационного развития малого промышленного предприятия — это формирование его структуры, позволяющей максимально использовать возможности и сильные стороны ее внутренних ресурсов и выстраивать эффективные и рациональные отношения с внешней средой. При анализе существующей структуры управления малым инновационным предприятием помимо известных параметров оцениваются также перспективы организации научно-исследовательского центра и создания собственной патентно-лицензионной службы, наличие группы стратегического развития и т.п.

На начальном этапе развития малого предприятия необходимы сильные движущие силы и высокий уровень инициативности делу со стороны всего персонала малого предприятия. Также необходимо оценить лидерские качества руководителя малого предприятия и его способность донести свою идею в отношении инвестиционно-инновационной стратегии до персонала.

Между тем главной проблемой остается слабая способность привлечения инвестиций сферы малого предпринимательства. Она выражается, прежде всего, в отсутствии на многих субъектах малого предпринимательства достаточного количества предложений в виде эффективных инвестиционных проектов для вложения капитала.

Реализацию инвестиционной деятельности малого промышленного предприятия по блокам влияния на процессы развития его экономики можно представить следующим образом [2]:

- создание имиджа объекта инвестирования;
- привлечение прямых инвестиций;
- создание экономических стимулов и гарантий для привлечения инвестиций.

Реализация комплекса мер по данным блокам позволяет повышать уровень развития малых промышленных предприятий и достигать позитивных социально-экономических и финансовых результатов инвестиционной деятельности этих субъектов хозяйствования.

Основными направлениями влияния инвестиционной деятельности малых промышленных предприятий на стратегическое развитие малого бизнеса в целом являются проблемы их развития; определение целевых установок инвестиционной деятельности; выбор организационно-экономических форм и методов активизации инвестиционной деятельности для повышения экономического потенциала в сфере малого бизнеса.

Инвестиционная деятельность тесно связана с объектами инвестиционной деятельности, которыми являются вновь создаваемые или модернизируемые основные фонды, оборотные средства в отраслях и сферах народного хозяйства, ценные бумаги, целевые денежные вклады, научно-техническая продукция, другие объекты собственности, включая имущественные права и права на интеллектуальную собственность.

В свою очередь, эффективность инвестиционной деятельности малого промышленного предприятия определяется степенью улучшения экономики в сфере малого предпринимательства в более благоприятную сторону, что в свою очередь прямым образом влияет на дальнейшее совершенствование инвестиционного процесса.

Необходимо отметить, что основной целью инвестиционно-инновационного развития является выпуск конкурентоспособной продукции. Для увеличения объемов спроса на реализуемую конкурентоспособную продукцию стратегия должна базироваться на четырех составляющих: производство, инвестиции, модернизация производства, развитие и расширение научно-технического потенциала.

Стратегическая инвестиционно-инновационная деятельность предприятия предполагает формирование последовательных, проникающих друг в друга пяти основных факторов: оценка финансового и производственного состояния малого предприятия; отбор инновационных проектов; планирование параметров инновационного мониторинга и прогнозирование внедрения инновационных проектов; анализ текущей и перспективной инновационной деятельности; стратегическая ориентация. Проведенный мониторинг предоставит возможность учитывать конъюнктуру рынка, влияние инфляции на внутреннюю и внешнюю среду.

Для повышения эффективности инвестиционной деятельности малых предприятий целесообразно использо-

вать стратегический подход, позволяющий значительно усилить инвестиционную привлекательность данных субъектов малого предпринимательства в рамках ряда показателей.

В целом стратегический подход к развитию малых промышленных предприятий должен быть направлен на решение следующих ключевых проблем:

- эффективное обеспечение субъектов малого предпринимательства трудовыми ресурсами, в первую очередь кадрами высокой квалификации, способными работать с современными передовыми технологиями и обеспечить значительный рост оборота малого бизнеса на базе существенного увеличения производительности труда;

- эффективное стимулирование межотраслевой ротации трудовых ресурсов малого предпринимательства путем расширения доступности для предпринимателей и работников, занятых в малом предпринимательстве,

программ обучения, повышения квалификации и профессиональной переподготовки;

- преодоление ограничений сбыта продукции, а также работ, услуг, присущих внутрорегиональному рынку, в том числе путем стимулирования и поддержки выхода малых предприятий на новые рынки, в рамках межрегионального обмена и экспорта;

- повышение конкурентоспособности малых промышленных предприятий прежде всего за счет обеспечения широкого доступа к финансовым ресурсам, а также за счет облегчения доступа к новейшим технологиям;

- структурирование и формирование независимых саморегулируемых некоммерческих организаций субъектов малого предпринимательства, способных эффективно представлять их интересы.

Таким образом, решение вышеперечисленных проблем обеспечит высокий уровень развития малых промышленных предприятий.

Литература:

1. Каримов И. А. «Мировой финансово-экономический кризис. Пути и меры его преодоления в условиях Узбекистана». — Т.: «Узбекистан» — 2009 г.
2. Дворкович А. В. и др. Экономическая стратегия и инвестиционный климат. — М.: 2000 г., с. 61.

Особенности управления предприятиями малого бизнеса

Алборова Мадина Валерьевна, магистрант

Северо-Осетинский государственный университет имени К.Л. Хетагурова (г. Владикавказ)

В статье рассматриваются такие вопросы как актуальность малого бизнеса, а также его преимущества и недостатки. Выявлены функции менеджмента и их реализация путем различных методов. Выведены предложения для эффективного функционирования предприятия.

Ключевые слова: малый бизнес, предпринимательство, функции, методы

The article deals with issues such as the relevance of small businesses, as well as its advantages and disadvantages. Identified management functions and their implementation by different methods. Derived proposals for the effective functioning of the enterprise.

Keywords: small business, entrepreneurship, functions, methods

Означении малого бизнеса в последние годы говорится очень часто и в СМИ и в учебной литературе. Малое предпринимательство является неотъемлемым элементом современной рыночной системы хозяйствования, без которого экономика и общество в целом не могут эффективно существовать и развиваться. И, действительно, роль малого бизнеса переоценить очень сложно, так как является одной из главных составляющих экономики страны, решает проблемы безработицы, пополняет государственную казну налоговыми отчислениями, заполняет ниши, где работа крупных предприятий является нерентабельной и удовлетворяет потребности конечных потребителей. Организатором малого бизнеса часто является

предприниматель в единственном числе, который берет на себя весь риск работы в нестабильных условиях внешней среды, поэтому он должен обладать знаниями и опытом во всех сферах, касающихся своей деятельности.

Для того, чтобы предприятие процветало необходимо принимать эффективные и грамотные управленческие решения в условиях столь динамичного развития рынка. Предприятию необходимо рассматривать целый комплекс экономических показателей, четко отражающих сложившуюся ситуацию, как на самом предприятии, так и вне него. Сбор и последующий анализ информации (по всем направлениям, не только экономическим) считается наиболее важным вопросом в управлении, так как принятие

своевременных и грамотных управленческих решений не представляется возможным и успешным в отсутствие данных о финансовом состоянии предприятия.

В настоящее время в управленческой мысли широко распространен процессный подход к управлению, который рассматривает управление как процесс, состоящий из ряда определенных последовательных шагов — функций управления. Все функции управления взаимосвязаны и каждая представляет собой процесс, т.к. состоит из серии взаимосвязанных действий.

Функции управляющей системы, т.е. менеджмента как такового, определяет всего несколько основных видов функций:

- 1) Планирование;
- 2) Организация;
- 3) Стимулирование /мотивация/;
- 4) Контроль.

Планирование — процесс подготовки на перспективу решения о том, что должно быть сделано, как, когда, какие и сколько ресурсов должно быть использовано. Функция планирования отвечает на три вопроса:

- где организация находится в настоящее время;
- куда она хочет двигаться;
- как организация собирается сделать это.

Организация.

Этапы:

1. структурная организация (включает структуру полномочий и структуру коммуникаций);
2. организация процесса производства (включает организацию работы персонала, работы во времени, работы в пространстве).

Мотивация — максимальное удовлетворение потребности работников организации в обмен на их эффективную работу.

Этапы:

1. определение потребности работников;
2. предоставление возможности работнику удовлетворить эти потребности через хорошую работу.

Контроль — процесс обеспечения того, что организация действительно достигла своей цели.

Этапы:

1. установление стандартов;
2. измерение того, что было фактически достигнуто и сравнение достигнутого с намеченными стандартами;
3. определение источников расхождения и действий, необходимых для коррекции планов.

Концепция управленческого процесса применима ко всем типам организаций, поскольку процессный подход определяет лишь основные общие шаги при управлении и предоставляет возможность их использования и выбора содержания в зависимости от условий каждой конкретной фирмы [1].

Реализация функций и принципов управления осуществляется путем применения различных методов. Выделяют:

Административные методы. Ориентированы на такие мотивы поведения, как осознанная необходимость дисци-

плины труда, чувство долга, стремление человека трудиться в определённой организации и т.п. Эти методы воздействия отличает прямой характер воздействия: любой регламентирующий или административный акт подлежит обязательному исполнению. Для административных методов характерно их соответствие правовым нормам, действующим на определённом уровне управления, а также актам и распоряжениям вышестоящих органов управления.

Экономические методы. *Экономические методы носят косвенный характер управленческого воздействия.* Такими методами осуществляют материальное стимулирование коллективов и отдельных работников; они основаны на использовании экономического механизма.

Социально-психологические методы. Социологические методы играют важную роль в управлении персоналом, они позволяют установить назначение и место сотрудников в коллективе, выявить лидеров и обеспечить их поддержку, связать мотивацию людей с конечными результатами производства, обеспечить эффективные коммуникации и разрешение конфликтов в коллективе. *Психологические методы играют очень важную роль в работе с персоналом*, т.к. направлены на конкретную личность рабочего или служащего и, как правило, строго персонифицированы и индивидуальны. Главной их особенностью является обращение к внутреннему миру человека, его личности, интеллекту, чувствам, образам и поведению с тем, чтобы направить внутренний потенциал человека на решение конкретных задач предприятия

Говоря о малом бизнесе можно отметить тот факт, что малое предпринимательство во всем мире является одной из движущих сил экономического и научно-технического прогресса, а также главным организатором рабочих мест в экономике и важнейшим стратегическим фактором устойчивого экономического развития.

Факторами, влияющими на эффективность структуры, являются: технология, внешнее окружение, размер предприятия, стратегия, персонал, система решений, сложившаяся традиционная структура. В основном, малые предприятия работают в сфере торговли и сервиса. Некоторые предприятия выбрали строительство и промышленность, общественное питание. Форма собственности связана с небольшим количеством числа руководителей, чаще всего — это ООО, АО, ЗАО, производственный кооператив. Значительное влияние на работу бизнеса оказывают личные качества руководителя, его поступки и опыт. Выделяют авторитарный, демократический и либеральный стили управления. Первый характеризуется подчинением решений руководителя, во втором — решения принимаются коллегиально, в третьем — решения формируются исходя из личной ответственности каждого работника.

Предусмотрены следующие инструменты поддержки малого бизнеса:

- гранты начинающим на создание собственного бизнеса;

- гранты малым и средним инновационным компаниям;
- содействие развитию лизинга оборудования и специализированных автотранспортных средств, приборов, аппаратов, агрегатов, установок, машин, средств и технологий;
- содействие развитию микрофинансирования;
- создание и развитие гарантийных фондов.

В настоящее время существующая система поддержки малого бизнеса направлена на оказание поддержки тем хозяйствующим субъектам, которые могут предоставить достаточное залоговое обеспечение, и недоступна для большинства субъектов малого и среднего предпринимательства.

Следует отметить, что наибольшее количество предприятий малого и среднего бизнеса заняты торговлей. Чуть меньше — сельским хозяйством, строительством, связью и транспортом, что достигается за счет снижения предпринимательства в промышленности.

Малые предприятия в России в своей деятельности сталкиваются с большими трудностями и проблемами, а именно:

Основная проблема — недостаточная ресурсная база, как материально-техническая, так и финансовая.

Следующая проблема — законодательная база, на которую сейчас может опираться малое предпринимательство. Проблема правовой основы малого предпринимательства в конечном счете будет убедительно решена лишь тогда, когда удастся избавиться от правового нигилизма. Это, конечно, никак не исключает необходимости специальных законодательных мер регулирования малого бизнеса.

Отсутствует система проведения глубокого анализа деятельности малых предприятий. Нет надлежащего учета результатов их работы, практически отсутствует отчетность по тем показателям, которые дают право малым предприятиям воспользоваться льготами по налогообложению.

Материально-техническое обеспечение малых предприятий осуществляется в недостаточном объеме и несвоевременно. Машины, оборудование, приборы, предназначенные для малых предприятий и учитывающие их специфику, отсутствуют. Ограничен доступ малых предприятий к высоким технологиям, так как их покупка требует значительных одноразовых финансовых затрат.

Следующая важная проблема — кадры. Часто говорят, что предпринимателем надо родиться. Против этого трудно возразить, но нельзя не считаться, во-первых, с тем, что урожденных предпринимателей все же меньше, чем реально нужно обществу, во-вторых, что и им требуется приобрести определенный объем знаний: ведь обучают же, скажем, урожденных музыкантов, ученых, спор-

тсменов. Нет оснований считать, что к предпринимателям нужно подходить с иной меркой.

Непростая проблема связана и с социальной защитой предпринимательской деятельности. Как известно, ранее существовавшая на основе распределения общественных фондов система социальных гарантий и социального обеспечения в условиях нынешнего переходного периода оказалась практически подорванной.

Как показывает мировая практика, малое предпринимательство играет большую роль для государства. Анализируя зарубежный и отечественный опыт развития малого предпринимательства, можно указать на следующие его преимущества:

1. Более быстрая адаптация к изменяющимся условиям хозяйствования.
2. Значительная независимость действий субъектов малого предпринимательства.
3. Гибкость и оперативность в принятии решений.
4. Большая возможность для реализации собственных идей.
5. Более низкая потребность в первоначальном капитале.
6. Более высокая оборачиваемость собственного капитала.

В то же время субъектам малого предпринимательства свойственны и определенные недостатки:

- более высокий уровень риска,
- зависимость от крупных компаний,
- слабый профессиональный уровень руководителей,
- трудность в получении кредита и субсидий.

На неудачах малого бизнеса сказывается невысокая профессиональная подготовка предпринимателей, а также размер финансирования на первом этапе. Чем больше первоначальный капитал, вложенный в малую фирму, тем больше у нее возможности сохранить деятельность в кризисный период.

Таким образом создание нового предприятия требует продуманного подхода и тщательной подготовки. Вновь созданное предприятие должно иметь четко отлаженный и управляемый «организм», включающий концентрацию внимания на рынке, финансовое предвидение, своевременное создание высшего звена и умение определять участки наиболее эффективного применения своих сил и способностей. Так же, важным для эффективного функционирования предприятия является выбор оптимальной технологии и организации производства; своевременное и рациональное ресурсное обеспечение; формы и методы реализации продукции и т.д. В условиях рыночной системы хозяйствования диапазон использования этих факторов чрезвычайно большой, поэтому каждое предприятие должно стремиться к их оптимальному сочетанию.

Литература:

1. Егоршин А. П. «Управление персоналом», 2003

2. Акимов О. Ю. «Малый и средний бизнес: эволюция понятий, рыночная среда, проблемы развития», 2011
3. Волкова-Гончарова Т. А. «Современная оценка экономического и налогового потенциала малого предпринимательства: региональный аспект», 2013

Влияние экономического кризиса на развитие малого предпринимательства в Самарской области

Бутузова Анастасия Сергеевна, студент

Морозова Светлана Анатольевна, кандидат экономических наук, доцент, научный руководитель

Самарский национальный исследовательский университет имени академика С.П. Королёва

Малое предпринимательство представляет собой совокупность небольших предприятий, способных быстро принимать решения при меняющихся условиях функционирования рынка, контролирующих процесс производства и изменяющих его, учитывая изменения интересов и предпочтений потребителей [2].

Возникающие в настоящее время экономические кризисы оказывают негативное воздействие на деятельность малого бизнеса. Из-за экономического кризиса происходит сокращение объемов оборота малых предприятий

и снижение инвестиций на их деятельность. Так под влиянием мирового экономического кризиса с конца 2008 года по конец 2009 года в Самарской области наблюдается сокращение числа малых предприятий на 2747 единиц и снижение оборота предприятий на 290,8 млрд руб. А локальный экономический кризис 2014–2015 годов, возникший вследствие экономических санкций, не повлиял на изменение количества предприятий. Наблюдается рост малого бизнеса в Самарской области с конца 2014 по конец 2015 года на 4415 единиц (рисунок 1) [1].

Таблица 1

Число предприятий малого предпринимательства с 2005 по 2015 годы в Самарской области, единиц

Годы	Число предприятий
2005	102913
2006	109118
2007	108787
2008	112400
2009	109653
2010	112296
2011	102597
2012	101818
2013	102560
2014	107110
2015	111525

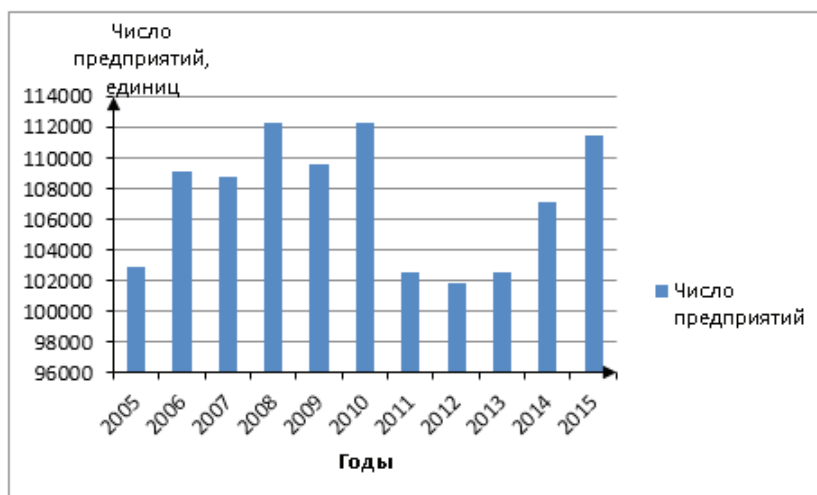


Рис. 1. Число предприятий малого предпринимательства с 2005 по 2015 годы в Самарской области, единиц

Таблица 2

Динамика отраслевой структуры предприятий сферы малого бизнеса с 2008 по 2012 годы
в Самарской области, единиц

Экономическая деятельность	2008	2009	2010	2011	2012
Сельское хозяйство, охота и лесное хозяйство	3642	3507	3332	3167	2447
Обрабатывающие производства	11251	10287	10393	9522	9556
Строительство	11079	10949	10935	9949	9782
Оптовая и розничная торговля;	43977	41545	42161	36239	35821
Гостиницы и рестораны	2066	2064	2130	1990	2007
Транспорт и связь	5243	5820	6260	6241	6566
Операции с недвижимым имуществом, аренда и предоставление услуг	17569	18379	19752	19577	19985
Предоставление прочих коммунальных, социальных и персональных услуг	7219	7088	7237	6258	6223

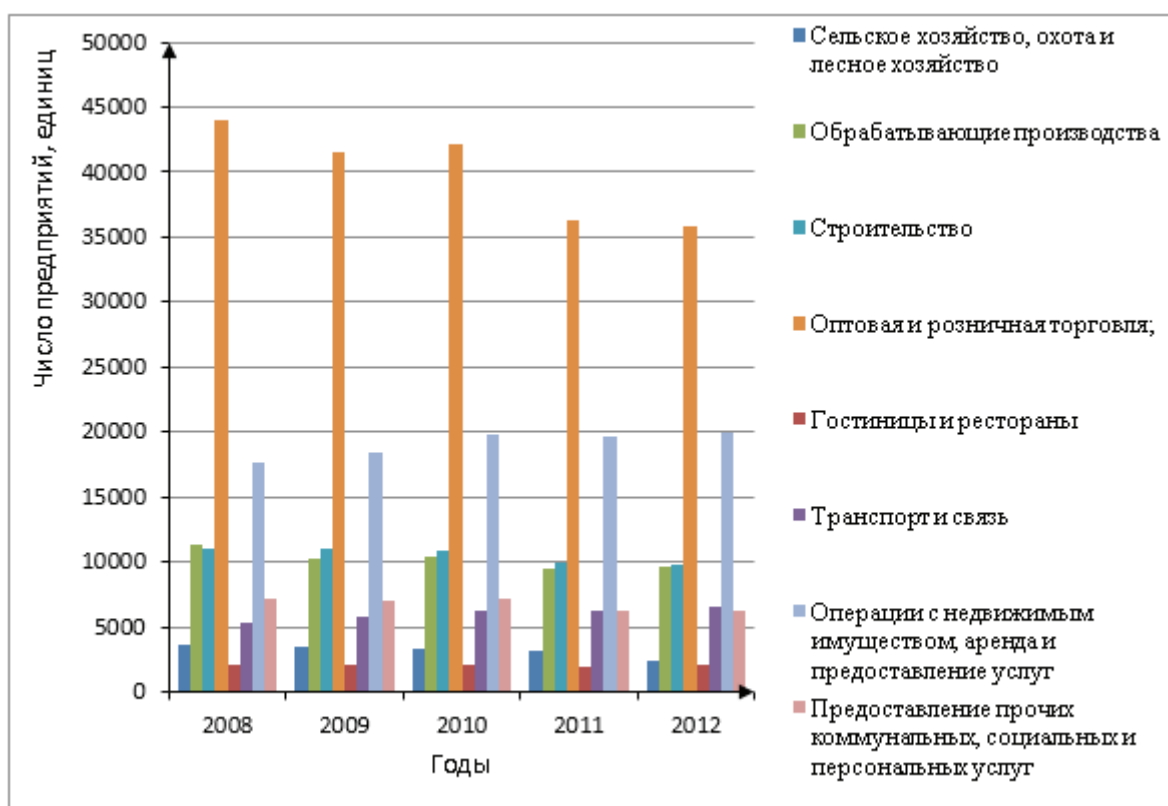


Рис. 2. Динамика отраслевой структуры предприятий сферы малого бизнеса с 2008 по 2012 годы
в Самарской области

Анализ динамики отраслевой структуры предприятий малого бизнеса с 2008 по 2012 годы в Самарской области (рисунок 2) показал, что в период мирового экономического кризиса с конца 2008 по конец 2009 года происходит уменьшение количества предприятий малого бизнеса, в таких отраслях экономической деятельности, как сельское хозяйство, лесное хозяйство, обрабатывающее производство, строительство, предоставление прочих коммунальных, социальных и персональных услуг. А рост числа предприятий происходит в таких отраслях, как транспорт и связь, при осуществлении операций с недвижимым имуществом, арендой и предоставлением услуг. Динамика численности малых предприятий в сфере оп-

товой и розничной торговли, гостиничного и ресторанного бизнеса отражает циклический характер развития экономики [1].

Анализ оборота организаций малого предпринимательства (рисунок 3), показал, что в период мирового экономического кризиса, с конца 2008 по конец 2009 года наблюдается сокращение оборотов организаций (в действующих ценах, млрд руб.) в таких отраслях, как сельское хозяйство, охота и лесное хозяйство, добыча полезных ископаемых и обрабатывающее производство [1].

Таким образом, в настоящее время в Самарской области необходимо найти эффективные меры, направленные на развитие малого предпринимательства в усло-

Таблица 3

Оборот организаций с 2008 по 2014 годы в Самарской области (в действующих ценах, млрд руб.)

Экономическая деятельность	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014
Сельское хозяйство, охота и лесное хозяйство	10,1	9,9	11,9	11,9	17,0	15,5	19,8
Добыча полезных ископаемых	90,7	88,5	105,6	141,9	169,4	182,1	201,1
Обрабатывающие производства	564,3	384,2	516,3	644,8	709,1	777,2	822,3

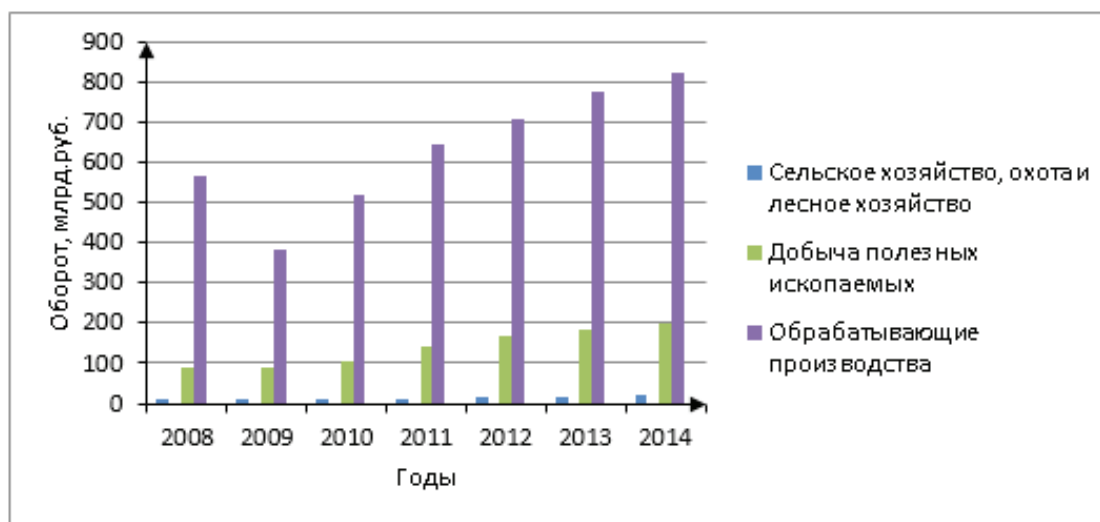


Рис. 3. Оборот организаций с 2008 по 2014 годы в Самарской области (в действующих ценах, млрд руб.)

виях экономического кризиса. Возможными способами, ведущими к преодолению предприятиями последствий кризиса, являются [3]:

– Увеличение государственного финансирования малых предприятий. Выдача бюджетных субсидий, необходимых для развития и осуществления экономической деятельности малого бизнеса;

– Государственная поддержка в сфере информационной обеспеченности предприятий необходимыми для осуществления их деятельности сведениями;

– Создание условий, способствующих объединению промышленных и научных предприятий малого предпринимательства в предпринимательские сети, которые будут обеспечивать возможность объединения малого бизнеса с крупным бизнесом на основе взаимовыгодного сотрудничества.

Предлагаемые меры позволят снизить негативное влияние последствий экономического кризиса на деятельность предприятий малого бизнеса, то есть будут способствовать их стабильному развитию.

Литература:

1. Самарский статистический ежегодник 2004–2015 год [Электронный ресурс].
2. М. Г. Лапуста. Малое предпринимательство [Текст], ИНФРА — М, 2010.
3. О. Ю. Акимов. Малый и средний бизнес [Текст] М, 2011.

Выбор информационных систем для компаний малого бизнеса

Евдокимова Анисия Борисовна, аспирант
Санкт-Петербургский политехнический университет Петра Великого

В статье рассматривается вопрос автоматизации бизнес-процессов малого предприятия. Обозначена проблематика выбора из существующих на рынке типовых информационных систем. В статье предлагается методология выбора информационного решения для компании, ориентированная на задачи автоматизации.

The article discusses the automation of business processes of small enterprises. These problems of choice available on the market model of information systems. The article proposes a methodology for selecting an information solutions company focused on automation tasks.

Облачные технологии открывают новые возможности для доступа, хранения и обработки информации. С развитием рынка облачных технологий и сервисов многие производители программного обеспечения стали предлагать решения и сервисы доступные на облачных платформах. В современных условиях коммерческие компании сталкиваются с необходимостью предоставления высококачественных сервисов и товаров клиентам при условии минимизации затрат, для удержания позиций на рынке. Внедрение облачных технологий в операционную работу компании позволяет достичь не только экономических результатов, в виде экономии и дополнительной прибыли, но и сделать процесс управления компанией прозрачным и доступным в любое время и из любого места. Сегодня рынок информационных решений может предложить компаниям разные варианты использования облачных сервисов: аренда облачного пространства, конкретная система или приложение, которое доступно в облаке, средства для работы с данными с последующей возможностью настройки облачного пространства. В зависимости от сложности и масштаба бизнес-процессов, которые необходимо автоматизировать, целесообразно руководству компании выбирать подходящее облачное решение. Для компаний среднего и малого бизнеса возможно внедрение уже готовых сервисов и приложений, доступных в облачном пространстве. Автоматизация бизнес-процесса работы с клиентами и продажа товара является одним из приоритетов во многих компаниях. Решением этой задачи служит внедрение CRM систем, которые управляют процессом взаимоотношений с клиентами, накапливают информацию о клиентах, продажах и позволяют её обрабатывать и анализировать. На рынке CRM систем появились и комплексные решения, применимые в компаниях среднего и малого бизнеса. В статье рассмотрено внедрение облачного корпоративного портала для автоматизации бизнес-процессов, протекающих в организации.

Актуальность

Применение современных технологий в бизнесе помогает компании выигрывать в конкурентной борьбе. В условиях мирового экономического кризиса компании в бизнесе сталкиваются с усилением конкурентной борьбы и со снижением потребительского спроса, что приводит к необходимости повышать эффективность используемых компанией ресурсов и снижать себестоимость продукта, повышая при этом качество обслуживания клиентов. Автоматизация бизнес-процессов решает поставленные задачи перед менеджментом компаний. Однако внедрение сложных программно-аппаратных комплексов для авто-

матизации бизнес-процессов требует существенных финансовых затрат от компаний. Для предприятий среднего и малого бизнеса внедрение корпоративных информационных систем может быть слишком дорогим для применения этих технологий в условиях кризиса. Актуальным становится вопрос финансово доступных технологий, применение и внедрение которых в бизнесе покажет высокую эффективность для компании. Решением поставленных задач могут стать облачные технологии и типовые информационные системы, доступные в облачном пространстве. [1]

Постановка задачи

Доступные финансово технологии автоматизации бизнес-процессов для малого и среднего бизнеса представлены среди типовых приложений доступных в облачном пространстве. Среди предлагаемых на рынке решений для автоматизации работы компании или создания так называемого «бэк-офиса» можно выделить отраслевые решения и универсальные решения для компаний из разных сфер деятельности.

Задачи, которые успешно решает внедрение и использование облачных сервисов в организации для автоматизации бизнес-процессов:

1. Доступность — доступ к информации не требует присутствия в офисе, наличия специализированного программного обеспечения. Сотрудники компании могут осуществлять коммуникацию между собой, производить обмен информацией, принимать решения, используя свой мобильный телефон, планшет или ПК с доступом к интернету.

2. Скорость принятия решений — при доступе не только к отдельным частям информации, а к целой информационной системе организации в любое время сотрудники получают возможность оперативно принимать решения на основе достоверных данных.

3. Повышение качества предоставляемых услуг — решение вопросов и обработка запросов от клиентов компании при интеграции облачного сервиса для обмена информацией позволяет находить решение и упрощает коммуникацию между подразделениями компании, что приводит к быстрому и качественному ответу клиенту компании.

4. Повышение эффективности работы сотрудников компании — с сокращением времени на коммуникацию между собой и перенесением этих процессов, например, в виртуальное пространство корпоративного портала в виде бизнес-чата, повышается ещё и производительность труда сотрудников, которые меньше отвлекаются от текущих задач.

Внедрение облачных сервисов в компании также приводит к ряду положительных сопутствующих эффектов. Одним из эффектов может стать экономия на обслуживании — облачные сервисы не требуют специализированного программного обеспечения, соответственно компания экономит на локальном обслуживании информационной инфраструктуры. Снижение стоимости бизнес-процессов, путем экономии на количестве распечатываемых документов, достигается благодаря автоматизации документооборота компании. [2]

Методология

Для компаний среднего и малого бизнеса целесообразно выбирать для внедрения типовое облачное решение, которое по своим функциональным возможностям будет отвечать нуждам компании. Среди трёх основных разновидностей облачных сервисов: программное обеспечение, платформа или инфраструктура, можно сконцентрировать выбор на готовом программном обеспечении.

На рынке представлено большое количество разных облачных решений для автоматизации деятельности организации: отраслевые решения, сфокусированные на конкретных функциях программы, универсальные решения. При позиционировании облачного продукта на рынке компания разработчик определяет свою целевую аудиторию, то есть типы и виды компаний, для которых было создано программное обеспечение. [3]

При выборе типового программного продукта доступного в облачном пространстве следует просмотреть сначала предлагаемые на рынке отраслевые решения, а затем изучить функциональные блоки программ и возможно сосредоточиться на выборе универсального по отраслям применения ПО, но с конкретными функциями. [4]

Для решения данной задача может быть предложена следующая методология выбора информационного решения:

1. Определение бизнес-процессов, которые должны быть автоматизированы, с указанием ожидаемой формы решения данной автоматизации.

Таблица 1

Список автоматизируемых бизнес-процессов

Бизнес-процесс	Функция в системе
Регистрация входящих заявок	Блок CRM + интеграция с телефонией (IP) + интеграция с почтой
Процесс обработки заказа	Блок CRM
Постановка задачи сотрудникам	Блок планирования и постановки задач
Автоматизация документооборота менеджер-бухгалтер	Интеграция с 1С: Бухгалтерия
Коммуникация сотрудников между собой	Бизнес-чат
Хранилище данных общее	Общий диск
Доступ с мобильного телефона	Приложение для мобильных устройств и планшетов

2. Выявление существующих на рынке решений по классификации:

- отраслевые решения (для бизнеса компании: для колл-центра, для турфирмы, для интернет-магазина),
- универсальные решения (облачный офис — инфраструктура, платформа в облаке, готовые решения для бизнеса на базе CRM блоков, корпоративные порталы).

3. Анализ существующих решений в каждой группе по принципу соответствия функций необходимых компании.

4. Выбор из альтернатив: отраслевое или универсальное решение на основе критериев

— совпадение с функциональными задачами автоматизации — показатель: количество автоматизируемых бизнес-процессов.

— интегрируемость с существующей инфраструктурой компании — показатель: количество сервисов существующей ИТ инфраструктуры с которыми интегрируется.

— стоимость решения — показатель: цена за год использования

— сложность настройки и внедрения решения — показатель: стоимость настройки и цена внедрения и стоимость обслуживания в год.

Таблица 2

Пример списка отраслевых и универсальных решений

Отраслевые решения	Универсальные решения
1С: турагент	Битрикс24
Event Office	Манго CRM
Само Тур	Prostoy

Таблица 3

Анализ наличия функций в сравниваемых отраслевых решениях

Функция в системе	Система 1	Система 2	Система 3
Блок CRM + интеграция с телефонией (IP) + интеграция с почтой	+	-	+
Блок CRM	-	-	-
Блок планирования и постановки задач	+	+	+
Интеграция с 1С: Бухгалтерия	-	+	-
Бизнес-чат	+	+	-
Общий диск	+	+	-
Приложение для мобильных устройств и планшетов	-	+	+

Таблица 4

Анализ наличия функций в сравниваемых универсальных решениях

Функция в системе	Система 1	Система 2	Система 3
Блок CRM + интеграция с телефонией (IP) + интеграция с почтой	+	-	+
Блок CRM	-	-	-
Блок планирования и постановки задач	+	+	+
Интеграция с 1С: Бухгалтерия	-	+	-
Бизнес-чат	+	+	-
Общий диск	+	+	-
Приложение для мобильных устройств и планшетов	-	+	+

Таблица 5

Анализ автоматизируемых процессов

Решение	Количество автоматизируемых процессов	Количество сервисов интеграции	Итоговый показатель: Автоматизируемые в единую систему бизнес-процессы
Отраслевое	4	3	7
Универсальное	5	2	7

Таблица 6

Анализ стоимости решения

Решение	Стоимость в год	Стоимость обслуживания в год	Стоимость настройки под нужды компании	Стоимость внедрения	Итоговый показатель: Стоимость
Отраслевое	10000	2000	3000	1000	16000
Универсальное	5000	4000	4000	1000	14000

В итоге данной классификации будет получен стоимостной результат по каждой системе, также показатель количественный автоматизируемых бизнес-процессов. На основе этих полученных результатов менеджмент компании может принять взвешенное решение о выборе информационного сервиса или решения для интеграции

в компанию. Однако стоит заметить, что при подсчете количественного показателя автоматизируемых бизнес-процессов не учитывается качественное значение показателя (например, реализованы статистические функции против отсутствия бизнес-чата (что может быть заменено внедрением отдельной опции)).

Литература:

1. Информационные системы для управления в малом бизнесе. Ушакова О. А. // Известия Российского экономического университета им. Г. В. Плеханова. 2015. № 2 (20). С. 90–95.
2. <http://www.kp.ru/guide/oblachnye-tehnologii-i-resheniya.html>
3. http://marketing.rbc.ru/reviews/it-business/chapter_6_2.shtml

4. Критериальная оценка возможности автоматизации бизнес-процессов предприятий малого бизнеса на платформе публичного облака. Аниканова М. А., Моргунов А. Ф. // Бизнес-информатика. 2015. № 3 (33). С. 55–64.

Модели стратегического управления деятельностью центров обработки данных

Ляшенко Марина Александровна, аспирант

В основе современной модели стратегического управления деятельностью ЦОД находится подход, в рамках которого основами формирования стратегии выступают сегодня две тенденции развития, которыми, по словам Дж. Рафа, можно определить как: консолидация и виртуализация. [7]

Наиболее часто основой определения модели стратегического управления дата-центрами выступают технологические характеристики и условия, среди которых ведущими выступают их конструктивные особенности и параметры оптимизации оборудования и программного обеспечения. Экономические же условия и параметры, в этом случае, воспринимаются как своего рода среда, которая, безусловно, оказывает воздействие на стратегическое управление ЦОД, но проявляется оно в наиболее общем плане определения направления развития.

Именно на таких основаниях сегодня сформировано большинство стратегических моделей дата-центров крупных интернет компаний. В настоящее время сюда примыкают и крупные предприятия и государственные органы по всему миру, всё чаще и чаще предпринимающие амбициозные проекты постройки огромных центров обработки данных, которые призваны сконцентрировать информацию как их самих, так и всех, или, по меньшей мере, большинства их филиалов, дочерних предприятий и контрагентов. В этих центрах концентрируются основные информационные услуги от виртуального хостинга до коллокации оборудования, которые, как показывает практика оказывает непосредственное и отчетливое влияние на определение стратегии развития ЦОД и формирование модели управления.

Весь объем услуг дата центров следует разделить на три группы на основе их связи с облачными вычислениями:

- 1) Традиционные услуги дата центров: аренда площади, аренда оборудования, телекоммуникационные услуги;

- 2) Услуги на основе «облачных» вычислений — ХaaS (X (anything) as a service);

- 3) Дополнительные услуги: системы охранного видеонаблюдения за серверными стойками, система контроля и управления доступом к стойкам, аренда помещений для размещения персонала клиентов на территории дата центра, обучение персонала клиентов, реклама.

Однако, по нашему мнению, на передний план определения стратегии развития центров обработки данных,

выходит сегодня именно организационно-экономическая составляющая, усиленная ещё и тем, что при решении о размещении на той или иной территории дата-центра, руководствуются комплексом показателей, таких как удалённость от возможных источников стихийных бедствий и катастроф, равно как и возможность протяжки до центра оптоволоконных сетей. В этих условиях, центры обработки данных становятся ещё одним источником экономического развития территории, на которой они расположены, предоставляя рабочие места обслуживающего персонала, активизируя энергосистему территории и т.п.

Переходя к рассмотрению обозначенных выше тенденций, необходимо отметить, что первая из них — консолидация, обусловлена непосредственно двумя ведущими процессами. Это, во-первых, поглощение более крупными организациями более мелких. Наиболее ярко это проявилось в политике таких мощных участников рынка дата-центров как Intel и HP, которые предложили комплексную программу присоединения более мелких организаций, в которой открытая и прозрачная организационно-правовая архитектура процесса присоединения совмещалась с возможностями использования инновационного дизайна информационного центра, обеспечивавшего комфортное объединение информационных центров. Во-вторых, амбициозные проекты ряда государственных органов и частных компаний по созданию так называемого публичного облака (public cloud), то есть — комплекса информационно-вычислительных ресурсов, информационных систем, программных продуктов и сервисов, размещенных на ИКТ-инфраструктуре «облачного» оператора и предоставляемых конечным потребителям как ХaaS. В условиях чего «облачный» оператор гарантирует высокую доступность, производительность, целостность и сохранность данных клиента.

Обобщая сказанное выше необходимо отметить, что в этих условиях начинает формироваться новая бизнес-модель функционирования дата центра, которой будет свойственно, как минимум, равное значение технических и экономических факторов, при том, что вторые скорее, со временем будут превалировать. Таким образом, генеральной линией стратегии развития центров обработки данных в перспективе станет способность удовлетворять потребности клиентов (пользователей), которые шире обеспечения бесперебойного электропитания оборудования и эффективного охлаждения.

Руководству дата центра, в такой ситуации, предстоит охватить проблемы, обусловленные растущей сложностью взаимоотношений между акторами этого рынка и формировать стратегию управления и развития информационного центра на основании совмещения моделей IT развития к меняющимся условиям и потребностям бизнеса в направлении их наиболее полного и эффективного удовлетворения как существующих, так и будущих. Дата центр, таким образом перестаёт быть предприятием чисто технологическим и становится, постепенно обыкновенным деловым предприятием занимающим на рынке и в бизнесе равную с другими позицию.

При этом, рынок служб «облачных» вычислений в России в отличие от всего рынка ЦОД находится на более ранней стадии развития, и растет существенно быстрее. Большинство решений, доступных российским пользователям введено на рынок за последние 2–3 года. Все еще имеет место то, что многие поставщики ХaaS в стране являются небольшими частными компаниями или даже стартапами. Три основных модели развития бизнеса применяются в зависимости от размера бизнеса потребителя.

Пользователи услуги используют и платят за аппаратную инфраструктуру ЦОДа и программные продукты вместо того, чтобы покупать и владеть ими. Эти решения доступны только через общественные «облака».

Частные «облака» обычно создаются крупными российскими компаниями, которые можно оценить как инструмент эффективного использования ИТ-ресурсов в связи с виртуализацией аппаратных средств. Однако, в целом, владелец «облака» несет полные расходы, связанные с его созданием и обслуживанием, так как является единственным пользователем облачных ресурсов. Частные облака широко распространены среди крупных российских корпоративных компаний по соображениям безопасности.

В случае с ХaaS политика поставщиков программного обеспечения позволяет владельцам закрытых облаков становиться поставщиками ХaaS. Однако вендоры взимают свою абонентскую плату за каждого конечного пользователя программного обеспечения. Если его программное обеспечение представлено в открытом облаке или в его частной копии, с финансовой точки зрения нет



Рис. 1. Бизнес-модели «облачных» сервисов

никакого различия. Продажи закрытого облака могут быть ограничены, потому что крупная компания, создавшая это облако для его собственных потребностей, имеет определенное число пользователей и не пытается увеличить это.

В формировании и функционировании модели стратегического управления деятельностью ЦОД равно участвуют как сами информационные центры, представленные своим руководством, так и потребители предоставляемых ими услуг. Поэтому она будет состоять из следующих внешних и внутренних компонентов. К внешним компонентам можно отнести следующие:

1. Уровень риска. Вероятность возникновения природной или техногенной катастрофы в регионе размещения ЦОД;

2. Геополитические особенности региона размещения ЦОД и особенности нормативно-правовой базы. Цели местных политических партий, политический лоббизм, жесткое регулирование интернета. Специфика строительных норм и правил, нормы пожарной безопасности и др;

3. Автономность. Обеспечение доступности и непрерывной операции в течение 72 часов.

4. Доступность и стоимость энергии и воды. Расходы на электроэнергию и охлаждение является существенными в структуре эксплуатационных расходов центра обработки данных. Менеджмент должен сосредоточить внимание на стоимости энергии в долгосрочной перспективе. Большинство обычных систем охлаждения используют испаряющие системы, требующие значительного количества относительно чистой воды (обычно питьевая вода от муниципального водоканала);

5. Уровень квалификации трудовых ресурсов. Для нормальной работы дата центра его штат должен быть укомплектован: системными администраторами, программистами, инженерами, механиками и охранниками;

6. Техническая поддержка оборудования. Возможность провести ремонт и модернизацию оборудования, а также обновление программного обеспечения.

Внутренние компоненты:

1. Эластичность. Эта категория предполагает ответ потребителя услуг на вопрос — строить ли собственный информационный центр или выгоднее обратиться к поставщику услуг по обработке данных. Решая указанный вопрос, потребитель, усматривает наиболее часто два основных пути, выбор которых определяется большим количеством факторов, решающим, среди которых, в конечном итоге становится желание или нежелание принимать на себя расходы на формирование собственной инфраструктуры центра обработки данных (сооружение, технологическое оснащение и пр.);

2. Время простоя. Исторически модель стоимости в эффективном управлении ИТ представляла собой модель стоимости времени простоя. Именно через неё выражается в экономическом виде признак надежности информационного центра — ключевой компонент к тому, как информационный центр должен функционировать

и каковы для этого требования инфраструктуры. Стоимость времени простоя кардинально различается между различными типами фирм и обуславливает собой средства и конструктивные соображения которыми осуществляется оптимизация простоя систем. В конечном итоге именно работа без простоев, по любым причинам, является важным залогом успешной экономической деятельности дата центра;

3. Укомплектованность персоналом — часто упускаемый или недооцениваемый фактор в определении экономического состояния информационного центра. В дополнение к ИТ штату сотрудников, в любом информационном центре требуется штат технических специалистов, призванных обеспечить надежность работы оборудования информационного центра. В свою очередь, требования к службе безопасности изменяются в зависимости от размера информационного центра и индивидуальных потребностей бизнеса, однако базовые условия работы 24 часа в день и 365 дней в году остаются неизменными. Таким образом, эти вопросы также ложатся на плечи бизнеса, в том случае, если проектируется собственный информационный центр;

4. Финансовые параметры:

Выбор места: включает в себя отражение географии местоположения информационного центра на стоимость его услуг и активов, что включает в себя налоговые условия данной территории, местные ставки по сервису и обслуживанию и пр.

Распределение налогового бремени: включает использование контрольных методов оценки, выделить или распределить затраты на отдельные компоненты дата центра как комплексного объекта собственности (например, земля, мелиорация земель, здания, оборудование, мебель и крепления, и т.д.), для определения налогового бремени.

Фактор восстановления капитала: предполагает оценку реальных капитальных затрат информационного центра, в призме отношения постоянного ежегодного дохода к текущей стоимости его получения в течение данного отрезка времени.

Внутренняя Норма Доходности (IRR): представляет собой оценку предполагаемой IRR для дата-центра, построенного по разработанному проекту, понимаемая как процентная ставка, при которой чистая приведенная стоимость = 0, где чистая приведенная стоимость рассчитывается на основании потока платежей, дисконтированного к сегодняшнему дню;

5. Тайминг. Предполагает экономический учет устаревания оборудования, технологического и программного обеспечения, при постройке информационного центра. В этом направлении выявляется соотношение затрат на адаптацию услуг, предоставляемых дата-центром с реальными запросами бизнеса и ИТ стратегию развития с риском потребностей дополнительного финансирования увеличения энергопотребления и обеспечения охлаждения оборудования;

6. Масштабируемость. Это означает объём облака, зависящий от эластичности инфраструктуры информа-

ционного центра и его возможностей, обусловленных доступной площадью. Это означает возможности интенсификации работы центра при том же удельном весе энергопотребления и охлаждения оборудования, не нарушая бизнес-процессы. В этих условиях повышение вертикальной масштабируемости дата центра становится залогом активного развития центра, его адаптируемости к изменению деловых потребностей и будущей оптимизации затрат на обеспечение дополнительного энергопотребления и охлаждения оборудования, в целях соответствия новому уровню развития ИТ.

Непосредственное воздействие на формирование модели стратегического управления дата-центром оказывают два ключевых фактора это масштабируемость и экономический комплекс-фактор.

Масштабируемость играет решающую роль в вопросе интенсивного развития любого бизнеса и информационные центры не являются исключением. Сегодня, когда появились и широко применяются технологии виртуализации изменилось само понятие масштабируемости, что привело к сокращению количества серверов и позволило увеличить плотность работы (загрузки) конкретного сервера. Увеличение ИТ потребностей, реализуемое сегодня через интернет-фирмы, служащие провайдером для миллионов конечных пользователей или предприятий с увеличивающимися запросами услуг, покрывается более интенсивным использованием оборудования, но, вместе с тем, и предъявляет особые требования к его энергообеспечению и охлаждению.

Рост энергетических потребностей оборудования вынуждает в процессе реализации модели стратегического управления дата центром обращать пристальное внимание на эффективность использования энергии, альтернативные энергетические ресурсы и финансовую ответственность за время простоя информационного центра. Вертикальная масштабируемость подразумевает, что оценка необходимого энергообеспечения, требующегося для информационного центра сегодня, даёт возможность спрогнозировать потребность в электроэнергии при увеличении как объёмной, так и линейной загрузки оборудования центра. Это, в свою очередь, возможность определить стратегический предел возможностей центра в его нынешнем состоянии и выявить направления необходимой модернизации, что способно эффективно удвоить срок жизни информационного центра.

Литература:

1. A Generation Lost in the Bazaar. Quality happens only when someone is responsible for it. URL: <http://queue.acm.org/detail.cfm?id=2349257>.
2. Best Practices for Increasing Data Center Energy Efficiency // Dell. URL: <http://www.dell.com/downloads/global/power/ps1q08-20080185-Rad.pdf>.
3. <http://www.datacenterdynamics.com/news/russias-thirst-for-data/84760.article>.
4. Lyashenko M., Sklyar T., Silberstein O. Data Centers: Trends And Development Prospects// International Journal of Applied Engineering Research. Volume 10, Number 24 (2015). Pp. 45350–45359 URL: <http://www.ripublication.com/Volume/ijaerv10n24.htm>.

В свою очередь экономический комплекс-фактор включает в себя два фактора — экономику эффективного энергопользования и финансовое моделирование.

Преобладающим сегодня средством измерения эффективности использования энергии является Power Usage Effectiveness (PUE), представляющий собой соотношение количества энергии, потребляемого ИТ оборудованием энергией, затрачиваемой на охлаждение оборудования и управление информационным центром. Автоматизация инфраструктуры информационного центра занимающейся сбором и анализом данных посредством системы DCIM (управление инфраструктурой дата центра) позволяет, в этих условиях, оперативно выявлять потери энергии аппаратными средствами и оптимизировать их.

Финансовое моделирование в стратегическом управлении дата-центра состоит из двух частей это капиталовложения и эксплуатационные расходы. Новая парадигма, предусматривающая удлинение срока жизни дата центра отвергает традиционную модель, когда капиталовложения осуществляются на этапе постройки центра, а далее реализуются только эксплуатационные расходы. Сегодня капиталовложения-это не столько здания и сооружения, сколько эффективное, интенсивно работающее оборудование, которое надо периодически обновлять, что приводит нас к периодичности повторения капиталовложений в дата центр, что обеспечивает ему более долгий жизненный цикл.

Выводы

Подводя итог, необходимо отметить, что эффективная модель стратегического управления дата-центром — та, которая сможет эффективно и полно учесть вопросы бизнеса и технологические аспекты в процессе планирования и формирования доступных вариантов. Тем не менее, противоборство между технологическими компонентами и организационно-экономическими имеет место. Выходом из сложившейся ситуации выступает четкое осознание всеми сотрудниками центра, что это именно предприятие, которое предоставляет услуги для бизнеса. Поэтому потребуется определенная деловая гибкость, которая, будучи объединена с эффективным энергопользованием, интенсификацией работы оборудования и снижением времени простоев обеспечат прочное конкурентное положение дата центра в сегменте рынка и успешную реализацию его стратегии.

5. Nasdaq приближается к максимуму эры «бума доткомов» // Смартлаб. URL: <http://smart-lab.ru/blog/199236.php>.
6. Power usage effectiveness (PUE) // TechTarget, Inc. URL: <http://searchdatacenter.techtarget.com/definition/power-usage-effectiveness-PUE>.
7. Rath J. Data center strategies. Simplifying high-stakes, mission critical decisions in a complex industry. Vantage. 2011. URL: http://vantagedatacenters.com/earthday/Pdf/DCK-datacenter_strategies.pdf.
8. Аль-Хаками Али Мохаммед Омар. Модели процессов функционирования корпоративных центров обработки данных: диссертация. кандидата технических наук: 05.13.01 / Аль-Хаками Али Мохаммед Омар; [Место защиты: С. — Петерб. гос. электротехн. ун-т (ЛЭТИ)]. — Санкт-Петербург, 2010. — 103 с.: ил. РГБ ОД, 61 10—5/1775.
9. Веб-парад погибших доткомов // ТВОЙ — ХОСТИНГ. RU. URL: <http://your-hosting.ru/articles/other/dead-dotcoms/>.
10. Воробьев Андрей Игоревич. Формирование методики оптимизации телематического комплекса технических средств интеллектуальной системы маршрутного ориентирования: диссертация... кандидата технических наук: 05.22.01 / Воробьев Андрей Игоревич; [Место защиты: Моск. гос. автомобил. — дорож. ун-т (техн. ун-т)]. — Москва, 2010. — 196 с.: ил. РГБ ОД, 61 11—5/195.
11. Второй пузырь доткомов или новая эра? URL: <http://betaserver.org/1342/vtoroj-puzyr-dotkomov-ili-novaya-era.html>.
12. Где сегодня короли «пузыря доткомов» 90-х? URL: <https://insider.pro/>
13. Иллюстрированное издание о финансовых рынках на русском языке. URL: <https://insider.pro/ru/article/279/>.
14. Инфраструктурные вопросы развития интернет-индустрии <http://www.alldc.ru/interview/2351.html>; Жажда на ЦОД в России. Почему нынешнее замедление темпов развития рынка дата-центров можно назвать временным <http://www.ibs.ru/media/media/zhazhda-na-tsod-v-rossii-pochemu-nyyneshnee-zamedlenie-temprov-razvitiyayrynka-data-tsentrov-mozhno-nazvat-vremennym/>; Russia's thirst for data <http://www.datacenterdynamics.com/news/russias-thirst-for-data/84760.article>
15. Коварный PUE // «Хабрахабр» ресурс для IT-специалистов. URL: <http://habrahabr.ru/company/ua-hosting/blog/244603/>.
16. Ляшенко М. А., Зильберштейн О. Б. Стратегии информационно-телекоммуникационных компаний в сегменте ЦОД: монография / Под науч. ред. Н. А. Ершовой. — Saarbruken. Изд.: LAP LAMBERT Academic Publishing. 2016. 256 с.
17. Макаров С. В. Развитие системы принятия решений в сфере коммуникационных услуг (на примере облачных вычислений). Дисс.к.э. н.: 08.00.05 / Макаров Сергей Валерьевич; [Место защиты: Акад. нар. хоз-ва при Правительстве РФ]. — Москва, 2011. — 161 с.: ил. РГБ ОД, 61 11—8/1805.
18. Не PUE единым // Журнал сетевых решений. URL: <http://www.osp.ru/lan/2014/05/13041191/>.
19. Погоржельский С. Рекомендации по выбору ЦОДа в России. Ликбез по услугам Дата-Центров. URL: <http://habrahabr.ru/users/pogorzelskiy/>
20. Рейтинг российских коммерческих дата-центров http://dcdeforum.ru/sites/default/files/rejting_iks_consulting_групп_сод.pdf
21. Рынок центров обработки данных (ЦОД) РФ. Прогноз развития рынка на период 2012—2016 гг <http://www.mforum.ru/analit/pubs/101679.htm>
22. Рынок ЦОД прячется от аналитиков <http://www.cnews.ru/reviews/free/datacenter/articles/articles3.shtml>
23. Рынок ЦОД в России и Мире Директ ИНФО <http://www.slideshare.net/kondrashov/ss-40964486>
24. Харатишвили Д. Дата-центры в цифрах и фактах // КомпьютерПресс, № 8, 2009. URL: <http://compress.ru/article.aspx?id=20687>
25. ЦОД (рынок России) Коммерческие дата-центры [http://www.tadviser.ru/index.php/%D0%A1%D1%82%D0%B0%D1%82%D1%8C%D1%8F:%D0%A6%D0%9E%D0%94_\(%D1%80%D1%8B%D0%BD%D0%BE%D0%BA_%D0%A0%D0%BE%D1%81%D1%81%D0%B8%D0%B8\)_%D0%9A%D0%BE%D0%BC%D0%BC%D0%B5%D1%80%D1%87%D0%B5%D1%81%D0%BA%D0%B8%D0%B5_%D0%B4%D0%B0%D1%82%D0%B0-%D1%86%D0%B5%D0%BD%D1%82%D1%80%D1%8B](http://www.tadviser.ru/index.php/%D0%A1%D1%82%D0%B0%D1%82%D1%8C%D1%8F:%D0%A6%D0%9E%D0%94_(%D1%80%D1%8B%D0%BD%D0%BE%D0%BA_%D0%A0%D0%BE%D1%81%D1%81%D0%B8%D0%B8)_%D0%9A%D0%BE%D0%BC%D0%BC%D0%B5%D1%80%D1%87%D0%B5%D1%81%D0%BA%D0%B8%D0%B5_%D0%B4%D0%B0%D1%82%D0%B0-%D1%86%D0%B5%D0%BD%D1%82%D1%80%D1%8B)

Совершенствование инновационной деятельности для малого предпринимательства

Попова Елена Юрьевна, доцент

Иркутский национальный исследовательский технический университет

Окладникова Диляра Рамисовна, директор

Фонд поддержки субъектов малого и среднего предпринимательства «Иркутский областной гарантийный фонд»

Формирование эффективных механизмов инновационной деятельности в отечественной экономике с применением потенциала малого бизнеса является актуальной проблемой и заключается в том, что накопленный опыт индустриально развитых и постиндустриальных стран, которые ориентированы на развитие рыночных отношений хозяйствования, безусловно свидетельствует, что малое предпринимательство является необходимым условием достижения экономического успеха, и представляет собой главный двигатель инновационного развития. В развитии такого сектора экономики заинтересованы все структуры, поскольку малый бизнес является основой, на которой будет создаваться вся экономическая пирамида, которая будет способна обеспечить рабочими местами значительную часть населения и формирование среднего класса общества. Отсюда следует, что чем быстрее в отечественном государстве будет создаваться значительный слой субъектов малого бизнеса, тем активнее будет происходить становление эффективной модели рыночной экономики, в том числе реализация задач структурной перестройки экономики и ее переход на новый уровень технологического уклада.

В статье предложено совершенствование инновационной деятельности для малого предпринимательства — как неотъемлемая часть коммерциализации инновации в любом предприятии, которые стремятся стать лидерами на рынке. Таким образом целью статьи является совершенствование развития инновационного малого предпринимательства. На основании поставленной цели необходимо рассмотреть проблематику инновационной деятельности малого бизнеса на основе исследования отечественными и зарубежными авторами. Для этого необходимо решить следующие задачи: 1. Рассмотреть анализ последних исследований и публикаций в области инновационной деятельности. 2. Рассмотреть тенденцию инновационной деятельности малых предприятий за последний период развития. 3. Дать рекомендации дальнейшему использованию и совершенствованию инновационной деятельности для малого бизнеса.

Ключевые слова: инновации, инновационная деятельность, малое предпринимательство, коммерциализация, малый бизнес

Процесс коммерциализации инновационной деятельности является проблемой для малых предприятий, и вместе с тем очень важным этапом инновационной активности малых предприятий (далее МП). Поэтому, происходит возмещение затрат основателя (разработчика) инновационного продукта и в дальнейшем получение прибыли от своей идеи.

Инновационная деятельность — это деятельность, которая направлена поиск новых идей и их дальнейшую коммерциализацию с целью увеличения ассортимента и качества продукции, модернизацию технологий и организации производства [5].

Инновационная деятельность содержит в себе выявленные проблемы предприятий, осуществление инновационного процесса, а также его организацию. Преимущество инновационной деятельности предприятий заключается в том, что все разработанные идеи постепенно стареют. Отсюда следует, что инновация включает в себя изменения в экономике, промышленности, в поведении людей, и поэтому ей необходимо ориентироваться на рынок, удовлетворяя его потребности. Но несмотря на все особенности инновационной деятельности, про-

блема инноваций в малом бизнесе на сегодня остается открытой [6].

На сегодняшний день еще не сформировалась единая теоретическая позиция в формировании и разработки комплексных мер по развитию инновационного предпринимательства, что подразумевает целесообразным продолжение научных исследований в данном направлении.

Проблему оценки инновационного развития малых предприятий изучали исследователи и многие ученые, среди которых можно выделить В.Ю. Бурова [2], М.П. Афанасьева, Н. Андерсона, Р.Л. Акоффа, С. Блока, Р. Вилес, Ф. Даманнура, А. Даунса, Г. Зальтмана, А.Г. Загороднего, Р. Зейлера, Р. Кантера, Д. Кэмпбелла, А.В. Козаченко, М.Н. Крейнина, О.Е. Кузьмина, В. Кушпина, Г. Макмиллана, Я.С. Мелнумова, Р.Х. Мэнли, Н. Николсона, А.А. Орлова, И.М. Петровича, Я.Д. Плоткина, П. Половинкина, А. Поршева, Е. Роджера, Н.Н. Ушакову, Р.А. Фатхутдинову, М.Т. Чумаченко, В.В. Шеремета, А. Яковлева [6] и других.

В зарубежных странах, относящиеся к европейским, малый бизнес рассматривается как наиболее важный тип хозяйствования, в основе которого лежит непосред-

ственно поиск нововведений и возможностей производства товаров, услуг на основе научных исследований. Согласно американским ученым Дж. Кей и С. Дейвис, которые рассматривают малое предпринимательство как особый вид деятельности, который содержит основные обязательные условия и требования [4]. В следствии чего, основатель инновационной идеи инициирует соединения ресурсов, капитала и труда в один процесс производства товара или услуги, а также, он решает задачу в принятии важного решения в процессе производительности продукции, которые в последующем будут определять направление инновационной деятельности малого бизнеса. Также, они считают, что под инициатором проекта понимается предприниматель, который стремится воплотить на основе коммерческой инновационные технологии, а также продукты услуги, с вводом новых форм организации деятельности, которые не имеют аналогов, где инициатор проекта идет на определенный риск.

Помимо всего сказанного, стоит согласиться также с П. Друкер, который выдвигает две предпринимательские функции, которые, на наш взгляд, освещают особые характерные признаки предпринимательства: речь идет о маркетинге и инновации [3]. Ученый утверждает, что бизнес отличается от всех человеческих организаций тем, что он обеспечивает сбыт товаров и услуг, то есть любую организацию, использующую маркетинг при разработке или продаже продукта, можно назвать бизнесом. Вторая функция бизнеса — инновации, то есть предоставление более качественных и дешевых товаров и услуг (недостаточно просто производить дешевые товары и услуги, бизнес должен обеспечивать более качественные и более дешевые). Таким образом, можно говорить о том, что распространение инноваций в экономике является прямым предназначением и функцией предпринимательства. Проблема успешной

разработки и реализации инновационных проектов в контексте проведения экономических реформ в России приобретает принципиальное значение. К сожалению, в современных условиях инновационный потенциал малого предпринимательства в России недоиспользуется.

По данным Росстата удельный вес инновационного товара в малом предпринимательстве, работ, услуг в совокупном объеме отгруженного товара, сделанных работ, в российской экономике, составляет 8,5% по подведенным итогам 2015 года (8,6% по итогам за 2014 год). Удельный вес организаций, которые производят технологические инновации по данным Евростата, составляют 10,1%, вместе с тем как в развитых европейских странах такой показатель чуть больше 30% [7]. Таким образом, потенциал разработок в данном направлении еще не истратил себя.

В странах мира рейтинг по уровню инновационной деятельности малого и среднего бизнеса и результатов, остается неизменным, лидером по-прежнему остается Швейцария. За ней следуют Великобритания, Швеция, Финляндия, Нидерланды, Соединённые Штаты Америки, Сингапур, Дания, Люксембург и Гонконг.

Тенденция отгруженной инновационных продуктов малого предпринимательства можно рассмотреть на графике, где в результате объем отгруженной продукции составил в 2009. — 0,7%, в 2010 г. — 1,2%, в 2011—1,9%, в 2012—2,8%, в 2013 году — 1%, в 2014 году — 1,1%, в 2015 году — 3,1% [7].

За последний период экономического развития наблюдается устойчивая тенденция главных показателей инновационной деятельности. Главный показатель — доля инноваций в результате общего объема отгруженной продукции инновационных предприятий увеличилась и составила 4,1%. Тем не менее, несмотря на наличие ярко выраженных



Рис. 1. Тенденция инновационной деятельности малого предпринимательства на отечественном рынке, %

конкурентных преимуществ по отдельным показателям, сравнение с лидерами демонстрирует масштабное отставание России по многим измерениям рейтинга.

Динамику глобального инновационного индекса России по малому предпринимательству за 2014–2016 гг. представлена в таблице 2.

Таблица 2

Динамика глобального инновационного индекса России за 2014–2016 гг. [8]

Период	ГИИ	Ресурсы инноваций	Результаты инноваций	Эффективность инноваций
2016	43	44	47	69
2015	48	52	49	60
2014	49	56	45	49

Представленные данные глобального инновационного индекса за 2016 период говорит о том, что Россия понемногу улучшает свои позиции по субиндексу ресурсов инноваций (44 место), но не по малому бизнесу. Вместе с тем,

эффективность инновационной деятельности страны заметно слабее (69).

Структура Глобального инновационного индекса малого предпринимательства за 2016 представлена на рис. 2.



Рис. 2. Структура Глобального индекса инновационного малого предпринимательства за 2016 [8]

Малый инновационный бизнес (далее — МИБ) — это предприятия, которые имеют на балансе применяемые объекты промышленной собственности (патенты, полезные модели промышленные образцы,), а также те, систематизируют и дают защиту объектам интеллектуальной собственности с коммерческой тайны.

Вместе с тем, инновационная деятельность малых предприятий, как отмечают эксперты, в отличие от существующего сектора научно-исследовательских разработок, не может быть создана по указанию. Для этого необходимы большие разработки, чем финансирование. Речь идет, в том числе, об образовании инновационных форм, как инструмента совершенствования развития малого бизнеса с использованием необходимых условий для формирования инноваций, их внедрении, коммерциализации, расширении направлений стратегического ме-

неджмента, а также присоединения субъектов государственных инновационных институтов.

В целях улучшения ресурсного обеспечения научно-технической и инновационной деятельности малого инновационного бизнеса (далее МИБ) и решения проблем, авторами предлагается совершенствование инновационной деятельности с введением государственной поддержки в виде инновационной формы как инструмента эффективного развития малого предпринимательства. Данная форма будет иметь вид организации государственных инновационных институтов в виде фондов. Государственное финансирование научной деятельности будет осуществляться по принципу программно-целевого планирования и будет непосредственно связано с возможностями бюджета.

В целях эффективной работы инновационной формы необходимо руководствоваться стратегией инновацион-

ного развития РФ на период до 2020 г., включающая пять ключевых задач: расширить класс инновационных предпринимателей, повысить инновационную деятельность малого и среднего бизнеса, поднять инновационную деятельность государства, сформировать сбалансированный сектор исследований, повысить прозрачность инновационной системы. Стратегия предполагает увеличение доли инновационных предприятий к 2020 г. до 40–50%,

доли российского высокотехнологичного экспорта в общемировом — до 20%, доли инновационной продукции в общем объеме промышленной продукции до 25–35% [1, с. 1212].

В заключение можно отметить, что совершенствование инновационной деятельности малых предприятий, является необходимым направлением для эффективного развития отечественной экономики.

Литература:

1. Бибарсов К.Р. Риски и их влияние на реализацию механизма стратегического управления инновационными проектами // К.Р. Бибарсов, Экономика и предпринимательство, № 11 ч. 3, с. 1212
2. Буров В.Ю. Теория и методология развития системы государственного противодействия теневой экономической деятельности субъектов малого предпринимательства/ В.Ю. Буров, диссертация на соискание ученой степени доктора экономических наук. М., 2015, с. 189.
3. Друкер Питер Ф. Практика менеджмента: пер. с англ. — М.: Вильямс, 2002. — 398 с.
4. Дж. Кей и С. Дейвис. Экономикс — Учебник / Дж. Кей, Издательство: ИНФРА-М, 2003 — с. 236
5. Кретова Н.В. Риски инновационных проектов и методы их управления на стадии внедрения инновации // Е.Ю. Попова, Н.В. Кретова, Экономика и предпринимательство, 2016, № 11, ч. 3 — с. 657.
6. Хохлова Г. И., Окладникова Д.Р. Специфические аспекты инновационно-инвестиционной деятельности субъектов малого и среднего бизнеса в иркутской области // Г.И. Хохлова, Д.Р. Окладникова, Вестник, № 5(76), с — 211–212
7. Федеральной службы государственной статистики: <http://www.gks.ru>
8. Национальный исследовательский университет «Высшая школа экономики» — <http://www.hse.ru>

Экономические аспекты организации производства

Решетников Николай Сергеевич, студент

Уфимский государственный авиационный технический университет

Экономика — хозяйственная деятельность общества и совокупность отношений, которые складываются в системе производства, распределения, обмена и потребления.

Экономика содержит в себе: сектора экономики вещественного производства, реальный сектор (индустрия, сельское хозяйство); сектор экономики непродуцированной сферы, общественную инфраструктуру (здравоохранение, культура). [1, стр. 316–318].

В зависимости от объекта исследования экономику подразделяют на 2 области:

1) микроэкономика — раздел финансовой науки, который исследует поведение отдельных финансовых субъектов (потребителей, компаний); рассматривает трудоспособность рынков, распределение их ресурсов, составление заработков;

2) макроэкономика — раздел финансовой науки, который исследует функционирование экономики страны (темпы подъема государственного производства, безработица, экономный недостаток).

Предприятие — самостоятельный хозяйствующий субъект, производящий продукцию, выполняющий работы и оказывающий услуги в целях удовлетворения потребностей и получения прибыли.

Любое предприятие не существует само по себе, оно обязательно связано с экономикой, с одной стороны, через рынок производственных факторов, с другой — через рынок сбыта. Поэтому и экономика предприятия должна исследовать отношения отдельных предприятий с другими учреждениями, и с рынком. [2, стр. 140–142].

Важнейшей сферой экономики является производство. Без его развития не может быть никакого рынка, так как именно производство рождает товарную массу.

Процесс производства на промышленном предприятии представляет собой совокупность технологических операций по непосредственному изготовлению продукции и разнообразных вспомогательных и обслуживающих процессов, обеспечивающих нормальную работу основных подразделений.

Управление производством — это комплекс принятия решений. Один из основных аспектов производства — преобразование ресурсов, которые приобретает предприятие, в товары, которые продаются потребителям. Это предполагает, что Ваши клиенты считают Ваши товары более ценными по сравнению с конкурирующими товарами. [3, стр. 31–33].

Каждое производство различается на типы.

– Массовый тип производства характеризуется непрерывным изготовлением ограниченными изделиями на узкоспециализированных рабочих местах.

– Серийный тип производства обуславливается изготовлением ограниченными изделиями (сериями), повторяющимися через определенные промежутки времени на рабочих местах с широкой специализацией.

– Единичный тип производства характеризуется изготовлением широкой номенклатуры изделий в единичных экземплярах, повторяющихся через неопределенные промежутки времени или вовсе не повторяющихся, на рабочих местах, они не имеют определенной специализации.

Как и выбор типа производства, так и управление производством оказывает решающее влияние на экономические показатели и на эффективность его деятельности. Управление — это процесс воздействия субъекта управления — управляющей системы на объект управления — управляемую систему с целью достижения заданного результата. [6, стр.8,26–29].

Организация производства — система мер, направленных на рационализацию сочетания в пространстве и времени вещественных элементов и людей, занятых в процессе производства. [4, стр.34–40].

На сегодняшний день для эффективной и конкурентоспособной организации производства используются следующие принципы организации производства:

1. Пропорциональность в организации производства — это соответствие производительностей всех цехов, участков, друг другу.

2. Под параллельностью понимается одновременное (параллельное) выполнение различных производственных процессов по изготовлению одного продукта.

3. В условиях сложного процесса изготовления продукции все большее значение приобретает непрерывность производства, которая обеспечивает ускорение оборачиваемости средств.

4. Прямоточность организации производственного процесса представляет собой обеспечение кратчайшего пути прохождения изделием всех стадий производственного процесса — от запуска в производство исходных материалов до выхода готовой продукции.

5. Для обеспечения полного использования оборудования, материальных ресурсов и рабочего времени большое значение имеет ритмичность производства.

6. Современный уровень научно-технического прогресса предполагает соблюдение гибкости организации производства [5, стр. 67–69].

Литература:

1. Экономика предприятия: учебник /В. И. Титов. — М.: Эксмо, 2008. — 416 с.
2. Экономика предприятия: Учебное пособие/ Хунгуреева И. П., Шабыкова Н. Э., Унгаева И. Ю. — Улан-Удэ, Изд-во ВСГТУ, 2004. —240 с.
3. Бигель Дж. Управление производством. М., 1972. 60 с.
4. Организация производства и управления предприятием /под. ред. Турцовой О.Г., 2004 г. 34–40 с.
5. Организация производства на предприятиях под. ред.Волкова О.И., 2004 г. 69 с.

К формам организации производства относятся концентрация, специализация, кооперирование и комбинирование. [4, стр.36].

Концентрация — это процесс сосредоточения изготовления изделий на предприятиях и в его производственных подразделениях.

Уровень концентрации зависит от величины мощности машин, аппаратов, технологических установок, количества однотипного оборудования, размеров и числа технологически однородных производств. Для измерения уровня концентрации используются показатели объема продукции, численности работников.

Под специализацией понимается сосредоточение на предприятии и в его производственных участках, выпуска однотипной продукции.

Внутризаводское кооперирование проявляется в передаче полуфабриката для обработки из одних цехов в другие, в обслуживании основных подразделений вспомогательными. К основным показателям, характеризующим уровень кооперирования относятся: удельный вес деталей, изделий, полученных по кооперированным поставкам, в общем объеме выпускаемой продукции.

Комбинирование представляет собой соединение в одном предприятии различных производств, которые тесно связаны между собой.

Возможности развития специализации и кооперирования, уровень издержек производства и показатели использования живого труда и оборудования зависят от типа организации производства. Тип производства определяется специализацией рабочих мест, формой связи различных операций по времени и в пространстве, сложностью и устойчивостью номенклатуры продукции, размерами ее выпуска.

Заключение

Постоянное усложнение ситуации на рынке, экономические изменения, снижение нормы прибыли заставляют предприятия проводить глубокие исследования путей повышения эффективности деятельности предприятия.

Организация производства — это единство структуры и содержания производства, и процесса функционирования системы в соответствии с ее миссией по переработке входа системы в ее выход с целью выпуска конкурентоспособного товара.

6. Производственный менеджмент под ред. Ильенковой с. Д, 1999 г. 72 с.
7. Семенова О. И. Экономика предприятия 2005 г. 17, 90 с.

Таксономия механизма стратегического управления

Текиев Марат Владимирович, кандидат экономических наук, доцент, зав. кафедрой;
 Болиева Инга Ахтемировна, кандидат экономических наук, доцент;
 Панкратов Сергей Владимирович, магистрант
 Северо-Кавказский горно-металлургический институт (г. Владикавказ)

Taxonomy of the mechanism of strategic management

Tekiev Marat Vladimirovich;
 Bolieva Inga Akhtemirovna;
 Pankratov Sergey Vladimirovich

Под стратегическим менеджментом понимается особый тип управления организацией, суть которого И. Ансофф определил как «взаимосвязанный комплекс планирования стратегии организации и внедрения выработанных планов в жизнь».

Стратегическое управление представляет собой процесс, определяющий последовательность действий организации по разработке и реализации стратегии. Он включает постановку целей, выработку стратегии, определение необходимых ресурсов и поддержание взаимоотношений с внешней средой, что позволяет организации добиваться поставленных долгосрочных целей и задач [1].

Можно предложить следующую таксономию механизма стратегического управления (таксономия — это наука о классификации объектов, явлений). Она позволяет упорядочить представление о механизме управления и понимание связей между его элементами. Модель механизма стратегического управления представлена на рис. 1.

Размерность модели: $7 \times 5 \times 6 = 210$

Каждая клетка в модели имеет определенный смысл.

Так, клетка 1.3.—2.3. (заштрихована) — означает модель процесса разработки стратегических планов производства продукции; клетка 1.1.—2.2. — модель процесса целеполагания в сфере маркетинга.

Это представление процесса стратегического управления на плоскости. Для объемного представления механизма стратегического управления дополним его третьей характеристикой — элементами. Получим геометрическую фигуру — четырехгранник. Тогда фигура 1.3.—2.3.—3.1. будет означать модель информационной системы процесса разработки стратегических планов производства продукции. В целом же модель будет включать все виды работ, которые необходимо системно выполнять в ходе разработки и осуществления стратегии предприятия.

Совершенствование управления должно быть направлено на то, чтобы поставлять на внутренний и внешний

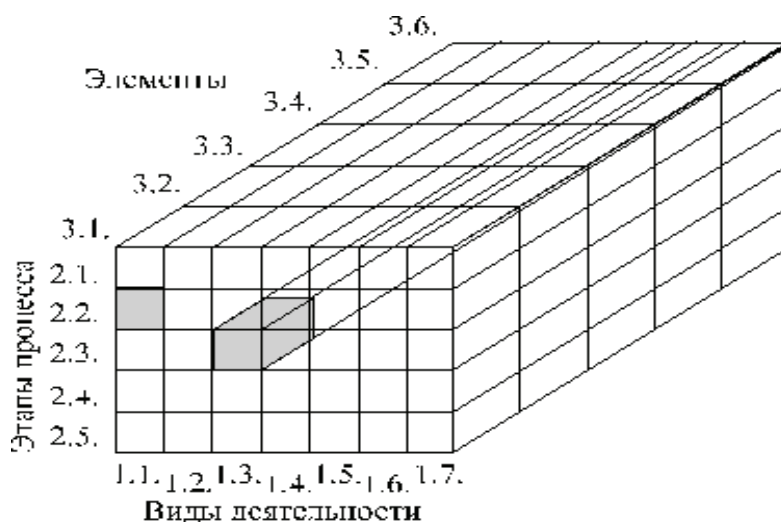


Рис. 1. Модель механизма стратегического управления

рынок качественные и конкурентные, пользующиеся спросом товары и услуги. А это невозможно без внедрения стратегического управления, при этом не отдельных его элементов, а системы механизмов. Для реализации общей экономической цели предприятия система стратегического управления должна быть ориентирована на создание условий для эффективного использования ресурсов и рыночного роста за счет поддержания равновесного состояния организации с внешней средой, т.е. ее адаптации к внешним изменениям, и, следовательно, должна иметь адаптивные механизмы.

Типология адаптивных механизмов стратегического управления основывается на адаптивных системах, существующих в живой природе и технике.

Существуют три типа подобных механизмов:

1. Механизмы с пассивной адаптацией к внешней среде. Они решают задачу функционирования системы в стабильной, несложной и достаточно определенной среде и направлены на выбор наиболее благоприятных условий деятельности организации из тех, что уже имеются в сложившейся нише внешней среды. Существенное изменение условий в рамках выбранной ниши приводит к качественной внутренней перестройке производственно-хозяйственной системы организации. Эти механизмы характерны для таких систем управления, как системы реактивной адаптации, бюджетно-финансового контроля, долгосрочного планирования, стратегического планирования

2. Механизмы с активной адаптацией. В их основе лежит непосредственная адаптация. Они направлены на активное использование элементов внешней среды в деятельности предприятия, в частности, на поиск наиболее благоприятных условий перехода в новые ниши. Адаптивная реакция организации на изменения во внешней среде по большей части проявляется в быстрой

обратимой перестройке внутренних структур и в использовании сложных форм стратегического поведения. Внимание уделяется построению систем прогнозирования состояния среды и разработке ответных внутренних мероприятий. Механизмы с активной адаптацией подходят к типам управления, которые И. Ансофф определил как системы управления путем выбора стратегической позиции, ранжирования стратегических задач, реакции на слабые сигналы, а также управления в условиях стратегических неожиданностей

3. Механизмы, направленные на формирование внешней среды. Они используются для формирования наиболее благоприятных условий для функционирования организации. В их основе лежит предварительная адаптация. Основным направлением использования этих механизмов является формирование элементов среды, обеспечивающих набор внешних параметров, оптимальных для функционирования организации. Стратегические решения при этом принимаются на основе интуитивных предложений о состоянии внешней среды и коллективной логики. Механизмы, направленные на формирование внешней среды, применимы для систем управления на основе коллективной стратегии, инновационного управления и др.

Итак, по своей сути адаптивные механизмы представляют собой совокупности определенных действий (или бездействий) организации, основанные на информации, полученной в результате стратегического анализа с помощью методов SWOT и PEST. Основная функция адаптивных механизмов состоит в том, что они помогают выбрать стратегию взаимодействия организации с внешней средой [3].

Таким образом, все предложенные механизмы должны быть включены в единую систему стратегического управления как элементы общей системы управления.

Литература:

1. Стратегический менеджмент. Основы стратегического управления. Учебник. М. А. Чернышев и др. Ростов-на-Дону: Феникс, 2009. — 506 с.
2. Ансофф И. Стратегический менеджмент: классическое издание. — СПб. Питер, 2009.
3. Проблемы современной экономики, N1/2 (17/18), 2006

Оценка вариантов инвестирования в модернизацию нефтеперерабатывающих заводов России с точки зрения увеличения их доходности

Чувасова Анна Александровна, кандидат экономических наук, доцент

Филиал Красноярского государственного педагогического университета имени В.П. Астафьева в г. Железногорске

Статья посвящена вопросу возможного увеличения прибыли и рентабельности нефтеперерабатывающих заводов. Российские НПЗ сейчас поставлены перед сложным выбором вариантов модернизации производства для выпуска высококачественных продуктов. В статье рассмотрено несколько вариантов модернизации отечественных НПЗ и сделан вывод о эффективности каждого из них.

Ключевые слова: нефтяная отрасль, нефтепереработка, инвестиции, эффективность, доход, гидрокрекинг, нефть, цена

The article is devoted to the possible increase in profit and profitability of refineries. Russian refineries now face the difficult choice of variants of modernization of production to produce high-quality products. The article considers several modernization options for domestic refineries and there is the conclusion about the effectiveness of each variant.

Key words: oil industry, oil refining, investment, efficiency, income, hydrocracking, oil, price

Нефтегазовая отрасль сегодня играет доминирующую роль в экономике всей страны. Доказательством этому может стать оценка факторов экономического развития, среди которых более половины приходится именно на нефтяной подъем на мировых рынках нефти и газа, и продуктов их переработки. Россия от экспорта углеводородов получает около полумиллиона миллионов долларов в день, причем большая часть этих средств изымается в виде налогов, формируя государственный бюджет.

Иными словами нефтегазовый комплекс обеспечивает не только большую часть доходов государства, но и является катализатором инвестиционных вложений в смежные отрасли, а также играет роль мультипликатора всей инвестиционной активности в экономике в целом.

Тем не менее собственные инвестиционные возможности российских недропользователей являются ограниченными. Зачастую удовлетворение сиюминутных конъюнктурных интересов идет в разрез долгосрочной стратегии развития отрасли.

Сегодня у государства есть два сценария развития:

- инерционный (экстенсивный);
- инновационный (интенсивный).

Очевидно, что при первом варианте нефтегазовая отрасль медленно, но верно придет к полному истощению имеющихся (открытых) месторождений.

Второй и наиболее приемлемый путь несмотря на значительные инвестиционные затраты позволит извлекать максимум из каждой тонны извлекаемой нефти и вкладывать в геологоразведку новых месторождений.

Так, для увеличения эффективности переработки нефтяного сырья в нашей стране практически на каждом из функционирующих заводов необходимо провести комплексную глубокую модернизацию.

Критериями оценки эффективности вариантов модернизации, в конечном итоге, выбора того или иного варианта являются количество исходного сырья, структура выпускаемых продуктов, стоимость выпускаемой корзины продуктов, объем капитальных затрат, сроки возврата инвестиций.

Возьмем для примера условный завод с объемом перерабатываемой нефти на уровне 10 млн тонн в год (речь идет о проектной мощности) и рассмотрим три варианта модернизации:

1. первый вариант заключается в том, чтобы улучшить качество производимых продуктов до класса 5 без увеличения глубины переработки нефти и без увеличения мощностей первичной переработки;

2. второй вариант предполагает улучшить качество производимых продуктов до класса 5 без увеличения глубины переработки нефти и с увеличением мощностей первичной переработки;

3. по третьему варианту мы предлагаем улучшить качество производимых продуктов до класса 5 с увеличением глубины переработки нефти и без увеличения мощностей первичной переработки.

В условиях нестабильного ценообразования на мировом рынке нефти особую важность приобретает вопрос о количестве потребляемого заводом сырья.

По этому критерию первый и третий варианты модернизации схожи: завод сохраняет объем потребляемой нефти на уровне 10 млн т/год. В тоже время второй вариант предусматривает увеличение объема потребляемой нефти до 12 млн т/год.

С технологической точки зрения отметим, что как при первом, так и при втором вариантах модернизации предусмотрено включение в схему завода дополнительных установок, улучшающих качество получаемых продуктов: установка очистки рефлюкса, установка алкилирования, дополнительная установка гидроизомеризации, установки гидрооблагораживания бензиновой фракции 70оС-210оС и фракции легкого каталитического газойля после каталитического крекинга установки Г-43–107 С200. Эти установки позволят выпускать бензины экологического класса 5 с октановыми числами 95 и 98 и дизельное топливо также в соответствии с экологическим классом 5. Стоит заметить, что выпуск бензина с октановым числом 92 постепенно будет сокращаться.

Единственным отличием между первым и вторым вариантами модернизации в данном случае состоит в том, что мощность установок при втором варианте модернизации будет больше, чем мощность установок при первом варианте (это обусловлено различным объемом потребляемой нефти). Третий вариант модернизации предусматривает не только строительство новых установок по улучшению качества производимых продуктов, но и строительство установок переработки тяжелых нефтяных остатков: гидрокрекинга гудрона и гидрокрекинга фракции газойля 350оС-540оС. Помимо этого будет увеличена мощность установки каталитического крекинга за счет включения в состав сырья для нее фракции выше 180 оС с установки гидрокрекинга вакуумного газойля.

Логично, что при существующих различиях в объемах потребляемого заводом сырья и предлагаемых нами технологических различиях продуктовые линейки в рассма-

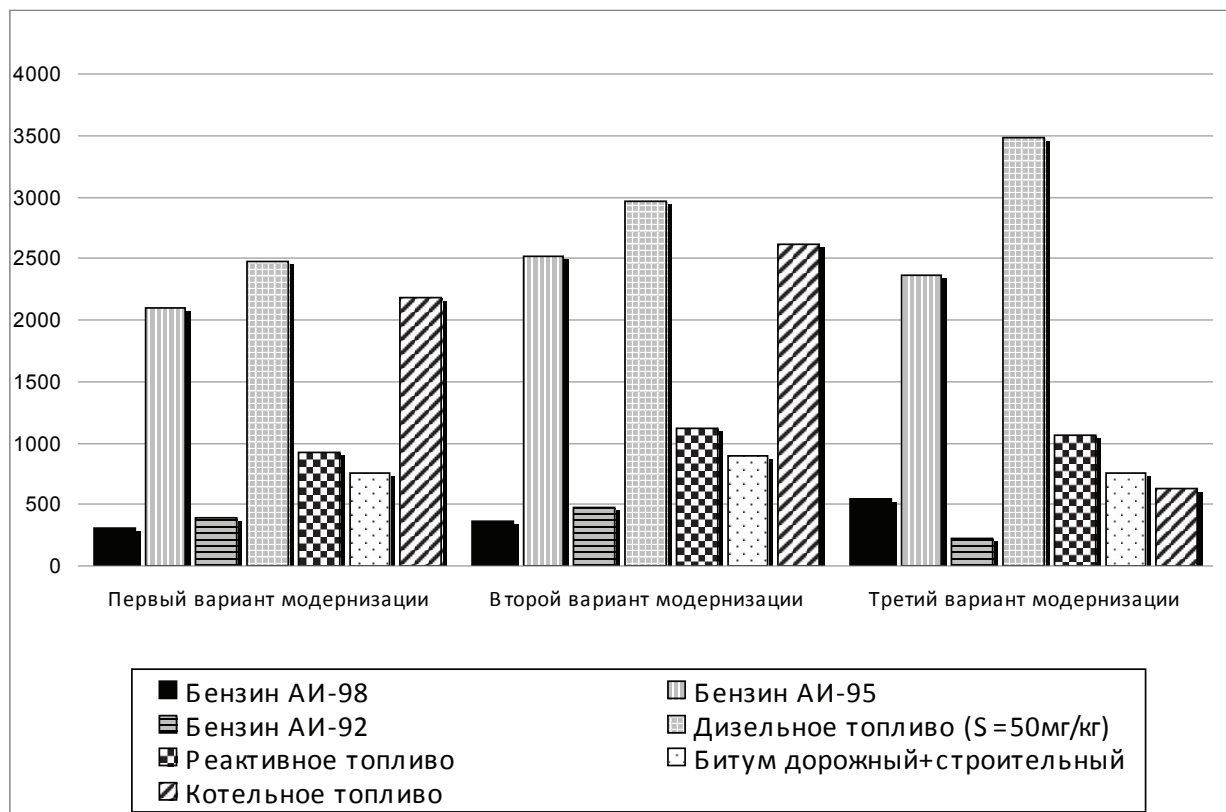


Рис. 1 Выходы основных нефтепродуктов при различных вариантах модернизации завода, тыс. т/год

триваемых вариантах тоже будут отличаются друг от друга (см. схема 1).

Из анализа приведенных данных следует, что включение в технологическую схему завода комплекса глубокой переработки сырья (третий вариант) способствует увеличению в товарно-материальном балансе условного завода доли товарных бензинов на 3,44%; увеличению доли дизельного топлива на 10,12%; увеличению доли реактивного топлива на 1,36%; сокращению доли котельного топлива на 15,48% по сравнению с первым и вторым вариантами модернизации. Стоит заметить, что качество получаемого котельного топлива при третьем варианте модернизации значительно лучше качества котельного топлива, получаемого при двух других вариантах. Большой объем выпускаемых продуктов в натуральном выражении при втором варианте модернизации предприятия объясняется лишь большим количеством потребляемой нефти.

Рассматривая следующий критерий для сравнения предлагаемых вариантов, а именно, уровень доходности завода от продаж, следует заметить, что в данном расчете не учтена возможность изменения цен на нефтепродукты: снижения цен на темные нефтепродукты (котельное топливо, битум) и роста цен на светлые (товарные бензины, дизельное топливо, реактивное топливо).

При анализе этого критерия, наиболее доходным оказывается второй вариант.

Доходность завода при реализации третьего варианта модернизации также представляется достаточно высокой:

она на 85 процентных пункта выше текущей доходности, и лишь на 6,6 процентных пункта ниже доходности по второму варианту.

Немаловажным критерием для выбора пути модернизации завода является и объем капитальных затрат на строительство и реконструкцию соответствующих установок. В нашем случае объем капитальных затрат при первом и втором вариантах отличается незначительно. Так, если принять объем капитальных затрат при первом варианте за 100%, то во втором варианте объем капитальных затрат возрастет всего на 20%. А при реализации программы модернизации завода по третьему варианту капитальные затраты возрастут на 60% в сравнении с размером капитальных затрат при первом варианте. Это связано с большим объемом строительства, дорогостоящими установками гидрокрекинга гудрона и гидрокрекинга газойля.

Что касается оценки срока окупаемости рассматриваемых проектов, то наиболее длительный срок окупаемости в третьем варианте. Он составляет 5,8 лет без учета срока строительства, что всего 28 месяцев длиннее срока окупаемости при первом варианте.

Таким образом, для поддержания конкурентоспособности производимой продукции, увеличения рентабельности производства, реализации возможности выхода на европейский рынок необходимо провести модернизацию всего «условного завода». Нами было рассмотрено три варианта модернизации завода. Все три вари-

анта были оценены по нескольким критериям: годовая мощность завода, техническая сложность изменений, структура выпускаемых нефтепродуктов, общая стоимость корзины выпускаемых нефтепродуктов, доходность от продаж, объем капитальных вложений и срок окупаемости проекта. С нашей точки зрения, третий вариант модернизации является наиболее привлекательным. Несмотря на более длительный срок окупаемости проекта и больший объем капитальных вложений, этот вариант обеспечит заводу большую доходность после реализации проекта. Кроме того, уменьшится зависимость предприятия от неизбежного снижения цен на темные нефтепродукты (мазут, битум). А выпуск большего объема

(по сравнению с другими вариантами) светлых нефтепродуктов позволят условному заводу завоевать большую долю на региональном рынке и экспортировать высококачественные продукты нефтепереработки и нефтехимии. Немаловажным является и тот факт, что благодаря включению в технологическую схему завода комплекса гидрокрекинга гудрона и гидрокрекинга вакуумного газойля глубина переработки нефти увеличится до 92,3%. В первом и втором вариантах глубина переработки нефти останется на уровне 77,2%.

Все это говорит о необходимости и эффективности перевода российских НПЗ на глубокую переработку исходного сырья.

РЕГИОНАЛЬНАЯ ЭКОНОМИКА

Исследование розничной инфраструктуры г. Сорочинска

Семиколенова Екатерина Алексеевна, студент;
Береговая Ирина Борисовна, кандидат экономических наук, доцент
Оренбургский государственный университет

В данной статье проведены результаты исследования розничной инфраструктуры г. Сорочинска. Были рассмотрены особенности размещения автономных и сетевых предприятий, формы и методы обслуживания, наличие парковочных мест.

Ключевые слова: инфраструктура, розничная торговля, торговая сеть

Состояние инфраструктурных элементов различных сегментов потребительского рынка демонстрирует не только уровень развития общества, но обеспечивает эффективность деятельности предпринимателей в данной сфере. Розничная торговля, являясь одним из таких элементов потребительского рынка, достаточно устойчива к рискам экономического развития и, несмотря на кризисное состояние экономики в целом, характеризуется, хоть и незначительным, но ростом количества предприятий. За последние несколько десятилетий существенно изменились формы, методы, подходы, принципы обслуживания. Все это требует изменения соответствующей инфраструктуры, что подчеркивает актуальность рассматриваемой проблемы.

Инфраструктура розничного рынка представляет собой одну из важнейших сфер жизнеобеспечения населения, посредством которой осуществляется рыночное согласование товарного предложения и покупательского спроса, путем продажи через магазины, павильоны, лотки, палатки и другие пункты сети розничной торговли [4, 5].

Розничная торговля, несмотря на сложную экономическую ситуацию, продолжает развиваться. Не является исключением г. Сорочинск, где каждый месяц открывается новое розничное предприятие. По данным Социального паспорта МО Сорочинский городской округ по состоянию на 01.01.2016 в городе насчитывалось 266 стационарных торговых объектов общей площадью 28550 кв.м. Обеспеченность торговыми площадями в городе превышает установленные нормативы и составляет 690 кв.м. на тысячу жителей [2].

Во многом розничные предприятия в своей работе используют одни и те же инструменты. По таким факторам как цены, ассортимент, уровень обслуживания многие магазины аналогичны. Все это усиливает конкурентную борьбу между ними. Следовательно, любое отличие от общего состояния розничной инфраструктуры, включая рациональность размещения торгового предприятия, по-

зволяет получить дополнительное конкурентное преимущество, что еще раз подчеркивает актуальность рассмотрения данного вопроса.

Собственник, принимая решение о создании нового магазина, прежде всего задумывается о его размещении. Размещение — это порядок, система в расположении, выбор места, расстановка, распределение чего-либо. Решение вопроса размещения торговых предприятий на территории города должно основываться на ряде принципов. Принципы, формирующие основы размещения торговых предприятий представлены в таблице 1.

При принятии решения о месте размещении торгового предприятия учитывают тот факт, где расположены предприятия конкурентов. Общее представление о размещении розничных предприятий в г. Сорочинске показывает рисунок 1.

По данному рисунку можно увидеть, что на территории г. Сорочинска расположено достаточно магазинов, что будет способствовать обеспечению жителей районов города необходимыми товарами. Однако необходимо отметить, что плотность размещения магазинов неодинакова. Так, например, наибольшая часть магазинов находится на главных улицах города, таких как ул. Карла Маркса, Интернациональная, Чернышевского, Фурманова и в центральной части города. Как правило, магазины, расположенные на главных улицах, размещены в непосредственной близости от остановок городского пассажирского транспорта. Следовательно, они ориентированы не только на жителей близ расположенных домов, но и на транзитный поток людей. Половина магазинов не имеет достаточного количества парковочных мест для посещения их большим количеством покупателей, имеющих личный транспорт, что затрудняет движение, но не является препятствием для желающих сделать покупки, т.к. некоторые магазины имеют уникальный ассортимент, более не встречающийся в магазинах расположенных в других частях города.

Таблица 1

Принципы, формирующие основы размещения торговых предприятий [1, 3]

Принцип	Характеристика принципа
Равномерность размещения	расположение магазинов равномерно по всей территории города с учетом плотности населения. Он применим не ко всем, а лишь к однотипным магазинам и, в первую очередь, торгующим товарами повседневного спроса и обслуживающим в основном постоянный контингент покупателей
Групповое размещение	необходимость территориального сближения магазинов разного товарного профиля с целью обеспечения удовлетворения комплексного спроса на товары. Это, в первую очередь, касается размещения небольших магазинов по продаже хлеба, овощей, молока, рыбы и мяса в местах, где отсутствуют универсам или магазин с универсальным ассортиментом продовольственных товаров
Ступенчатость размещения (ориентация магазинов на определенную зону торгового обслуживания)	деление магазинов на местные и общегородские с учетом их функционального значения

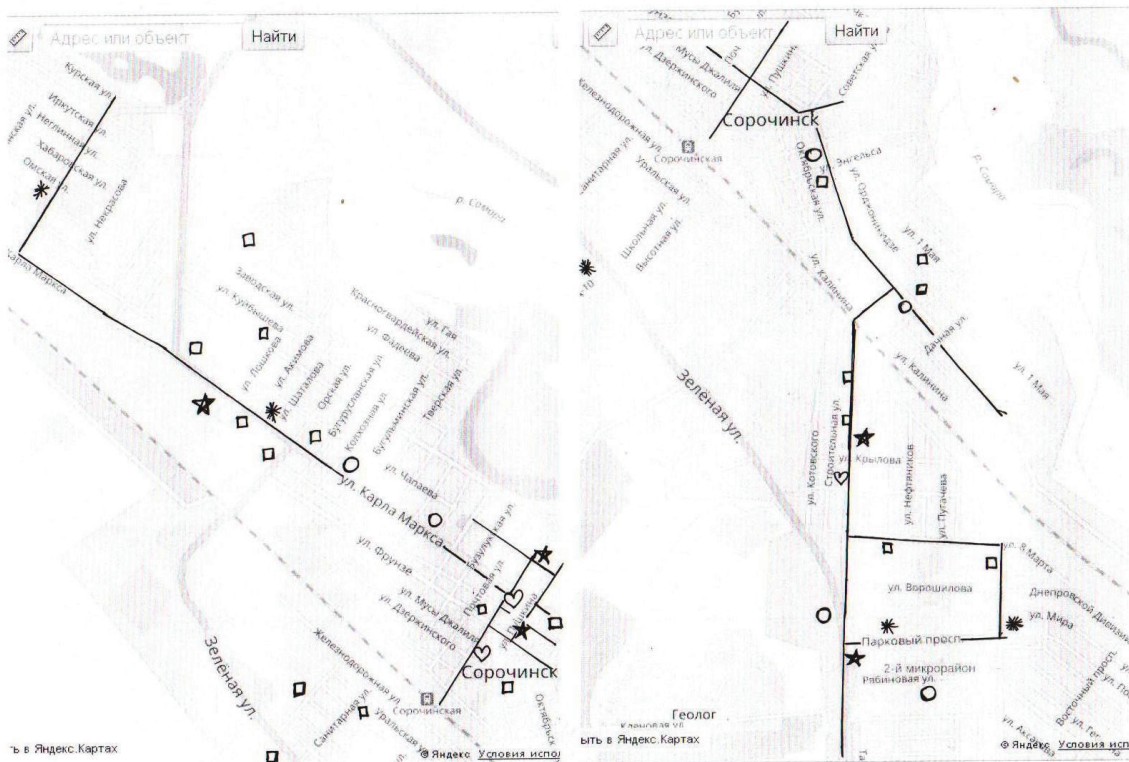


Рис. 1. Расположение розничных предприятий г. Сорочинска,

- где □ - индивидуальное (автономное, несетевое) розничное торговое предприятие
- ☆ - торговая сеть «Пятерочка»
- ♥ - торговая сеть «Магнит»
- - торговая сеть «Ностальжи»
- * - торговая сеть «Весна»

Подробное рассмотрение инфраструктуры розничной торговли города Сорочинска позволило выявить наличие четырех основных торговых сетей: ООО «Ностальжи», ООО «Весна», ООО «Пятерочка» и ЗАО «ТАНДЕР» «Магнит».

В общей сложности в городе 19 сетевых магазинов, из них большее число принадлежит ООО «Ностальжи» (шесть), пять магазинов — ООО «Весна», такое же количество торговой сети (ТС) «Пятёрочка». Наименьшее количество принадлежит АО «Тандер» — три магазина

ТС «Магнит». В большинстве районов магазины торговых сетей расположены на расстоянии друг от друга, что не создает конкуренцию. Исключением является центральный район города, где основные позиции занимают торговые сети «Пятерочка» и «Магнит», а также 2-й микрорайон, где лидируют торговые сети «Весна» и «Ностальжи».

Два универсама торговой сети «Весна» обладают преимуществом — рядом с ними нет конкурентов. Магазины торговой сети «Ностальжи», несмотря на то, что они находятся сравнительно на небольшом расстоянии друг от друга, используют преимущества своего размещения следующим образом. Основной объем продаж одного обеспечивается за счёт расположения близлежащих многоквартирных домов, а в другом — за счёт расположения рядом с въездом в город.

Парковочными местами обеспечены также не все магазины. Магазины, с обслуживанием через прилавок, торговой сети «Ностальжи» не имеют парковочных мест, универсамы этой сети оснащены небольшими парковками на две-три машины. Торговая сеть «Весна» способна предоставить возле каждого магазина несколько парковочных мест, количество которых не отвечает потребностям покупателей. Аналогичная ситуация с парковочными местами и у магазинов торговой сети «Магнит».

В более выгодном положении в этом отношении находится магазин ТС «Пятерочка». Четыре из пяти ее магазинов расположены в торговых центрах, где есть общая парковка. С одной стороны, это дает дополнительное преимущество — хорошее деловое окружение, что будет дополнительным стимулом выбрать именно эти магазины. Однако, посетителей торговых центров достаточно много, что может сделать затруднительным парковку личного транспорта. Следует сказать, что и пятый магазин ТС, расположенный вблизи въезда в город, имеет достаточное в соответствии с трафиком количество парковочных мест.

В конечном итоге, давая оценку розничной инфраструктуре г. Сорочинск, можно сделать следующие выводы. На первый взгляд расположение магазинов является рациональным, то есть нет большого, чрезмерного, скопления их в одном районе. Однако, магазины всех торговых сетей расположены исключительно на главных улицах, тем самым используя преимущества, связанные с пересечением покупательских потоков. Новые микрорайоны города, с плотной жилой застройкой, где проживает достаточно хорошо материально обеспеченное население, пока не в полной мере обеспечены торговой инфраструктурой, там практически нет сетевых магазинов.

Еще одним недостатком является несоответствие количества парковочных мест у магазинов. Учитывая тот факт, что автомобилизация населения растет, этот фактор будет иметь во многом решающее значение в выборе торгового предприятия.

Следующим немаловажным фактором, влияющим на качество инфраструктуры, является метод продаж, применяемый розничными торговыми предприятиями г. Сорочинск. В большинстве из них используется традиционное обслуживание — через прилавок. За счет того, что продавец имеет личный контакт с покупателем, при условии высокого уровня обслуживания, это нельзя однозначно назвать недостатком магазина. Однако, все больше торговых предприятий ориентируется на использование метода самообслуживания.

Таким образом, можно сделать вывод о том, что в целом г. Сорочинск имеет достаточно развитую розничную инфраструктуру. Однако при дальнейшем ее развитии предпринимателям, открывающим магазины, необходимо будет ориентироваться на соблюдение принципа равномерности размещения, в т.ч. и в отношении новых микрорайонов, а также учесть такие факторы, способствующие повышению качества обслуживания как достаточная обеспеченность парковочными местами посетителей, ориентация на использование современных методов продаж.

Литература:

1. Водякова А.В. Оценка рациональности размещения сетевых торговых предприятий на примере г. Оренбург [Электронный ресурс] / А.В. Водякова // Теория и практика научных исследований / Издательская Компания «СОРОС», Издательство «Мир науки». — Электрон. текст. данн. (3,56 Мб.). — София: Издательская Компания «СОРОС», 2016. — 1 оптический компакт-диск (CD-ROM). — С. 78–84.
2. Социальный паспорт МО Сорочинский городской округ [электронный ресурс]. — URL: <http://www.sorochinsk56.ru/assets/files/economic/SocPassport-na-01.01.2016.docx> (дата обращения 29.12.2016)
3. Основные принципы размещения розничной торговой сети [электронный ресурс]. — URL: http://studopedia.ru/16_96930_osnovnie-printsipi-razmeshcheniya-rozничnoy-torgovoy-seti.html
4. Инфраструктура розничной торговли, лекция [электронный ресурс] URL: http://revolution.allbest.ru/marketing/00546522_0.html
5. Инфраструктура розничной торговли, реферат [электронный ресурс]. URL: <http://works.doklad.ru/view/ss2Ktb6LmQs.html>

Особые режимы хозяйствования в стратегическом планировании (на примере г. Комсомольска-на-Амуре)

Фищенко Кристина Сергеевна, аспирант

Дальневосточный институт управления – филиал Российской академии народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации (г. Хабаровск)

Исследовательская работа основывается на изменениях, которые произошли в социально-экономическом и территориальном планировании. Ее целью являются анализ результатов диагностики и прогнозов муниципального образования, которое стало пилотной площадкой по реализации одного из последних инструментов государственной региональной политики. Основу составляют нормативно-правовые акты федерального уровня и ведомственные план-графики. Примеры комплексной оценки возможностей нового механизма хозяйствования заимствованы из Стратегии социально-экономического развития городского округа «Город Комсомольск-на-Амуре» до 2032 года, утвержденной в 2016 году.

Ключевые слова: ТОСЭР, особые режимы хозяйствования, стратегическое планирование, направления и сценарии развития

В исследовательской работе поднимаются не столько правовые аспекты нового формата ускоренного развития территорий, сколько возможности его практического включения в реализацию документов стратегического планирования. Итак, в 2014 году было принято два федеральных закона, составляющих основу инструментов развития муниципального образования: «О территориях опережающего социально-экономического развития в Российской Федерации» от 29 декабря 2014 г. № 473-ФЗ и «О стратегическом планировании в Российской Федерации» от 28 июня 2014 г. № 172-ФЗ (далее — закон о стратегическом планировании).

При этом первый документ отличается избирательной принадлежностью, поскольку его действие касается определенных муниципальных образований, второй документ — имеет равное по своему действию значение для всех территорий с целью выстраивания целостной системы стратегического планирования уровней государственного и муниципального управления. Поэтому вопрос включения положений о возможностях реализации особого режима хозяйствования является актуальным в стратегическом планировании на уровне органов местного самоуправления как наиболее близкого к организационной, административной работе по созданию условий ТОСЭР.

Разработка Стратегии социально-экономического развития муниципального образования городского округа «Город Комсомольск-на-Амуре» до 2032 года (к 100-летию города) является первым мероприятием первого раздела Долгосрочного плана комплексного социально-экономического развития г. Комсомольска-на-Амуре, утвержденного распоряжением Правительства Российской Федерации от 18 апреля 2016 г. № 704-р. В настоящее время она утверждена решением Комсомольской-на-Амуре городской Думы от 28 декабря 2016 г. № 116. Однако сложный характер оценки: геополитическая диагностика положения города, противоречивые тенденции, разные перспективы, которые предлагают

в первую очередь жители города, дают основание полагать, что данная работа не подвела заключительную черту в вопросе долгосрочного планирования. Она, наоборот, выявила разрозненное представление общественности о создании будущего города в выборе приоритетных направлений.

Основанием этого заключения являются проведенные администрацией города совместно с разработчиком общественные обсуждения: три в очной форме (03 октября, 31 октября и 30 ноября 2016 года) и одно в заочной (с 16 октября по 30 октября 2016 года). В результате в итоговом варианте Стратегии социально-экономического развития городского округа «Город Комсомольск-на-Амуре» до 2032 года (далее — Стратегия-2032) утверждены три направления развития:

1) накопление человеческого капитала — формирование и накопление человеческого капитала, создание комфортного пространства для жителей города, условий и материальной базы для роста благосостояния граждан, уникальной геоинформационной среды и общественного пространства;

2) пространственное развитие — социально-экономическое изменение районов города, создание технологической, политической, общественной основы сбалансированного роста;

3) экономическое развитие — создание экономических отношений и общественных институтов, при которых человеческий капитал востребован экономикой и может успешно функционировать.

С учетом выявленных возможностей развития экономики города определены три возможных сценария долгосрочного развития. Каждый из рассматриваемых сценариев предполагает создание и развитие в городе ТОСЭР «Комсомольск» (2016–2018 гг.):

1) пессимистичный сценарий развития (сценарий жестких ресурсных ограничений) ориентирован преимущественно на преодоление наиболее острых фаз экономического развития;

2) базовый сценарий развития (сценарий умеренных ресурсных ограничений) исходит из того, что будут осуществлены необходимые меры, направленные на стимулирование новых форм организации макроэкономических процессов, ориентированных на интенсификацию роста в секторе малого и среднего предпринимательства;

3) оптимистический сценарий (сценарий мягких ресурсных ограничений) предполагает быстрое и эффективное развитие механизмов развития и реализацию органами местного самоуправления политики максимального стимулирования экономического роста.

Дополнительно в Стратегию-2032 включен четвертый сценарий (ускоренного роста), его главной отличительной от первых трех сценариев характеристикой, является ориентация не только на механизмы кластерных активаций, инструменты и механизмы реализации ТОСЭР, развитие качества социальной среды и т.п., но и на активизацию и интенсивное развитие инженерно-промышленного центра в г. Комсомольске-на-Амуре. При этом предполагается восстановить статус города, как современного инженерно-промышленного центра России, ориентированного на решение национальных и глобальных задач в области развития инновационно-промышленных технологий и формирования стратегической основы перехода и интеграции экономики в пятый и шестой технологические уклады [5, с. 100, 103].

Таким образом предлагаемые сценарии и направления учитывают ТОСЭР как один из основных «двигателей» экономики города. К тому же реализация нового формата ускоренного развития территорий для Дальнего Востока и Байкальского региона была идеей пилотного проекта для апробации и внедрения в других регионах, в т.ч. моногородов. Рассмотрим что же в настоящее время представляет территория опережающего социально-экономического развития в городе. ТОСЭР «Комсомольск» была утверждена Постановлением Правительства Российской Федерации от 25 июня 2015 г. № 628. Она состоит из трех площадок, две из которых расположены в городе:

1) «Парус», площадью 59,4 га и свободными земельными участками 45 га типа «гринфилд», предусмотрена для создания высокотехнологичных предприятий и размещения производств по механической обработке деталей, режущего инструмента и композитных материалов, других производств;

2) «Амурлитмаш», площадью 63,7 га и свободными земельными участками 30,4 га типа «браунфилд», предлагается для организации механообрабатывающего производства, машиностроения, пищевой промышленности и других производств, имеет подведенные железнодорожные пути, площадки погрузки-разгрузки, оборудованные мостовыми кранами.

В перечень инвестиционных проектов в рамках ТОСЭР «Комсомольск» входят (подписаны соглашения):

— ООО «Эпсилон-2» — обработка металлических изделий с использованием основных технологических процессов машиностроения;

— ООО «Инструментальный механический завод» — строительство завода по производству изделий и комплектующих для предприятий машиностроительной и железнодорожной деятельности;

— ООО «Карбон» — создание предприятия по переработке твердых бытовых отходов методом быстрого пиролиза;

— ООО «Торговый дом »Юкон» — глубокая модернизация действующего рыбоперерабатывающего производства с целью увеличения объемов выпуска готовой продукции.

Преимущества для резидентов ТОСЭР, установленные федеральным законодательством Российской Федерации, законодательством субъекта Российской Федерации в части налогообложения и страховых взносов:

1) освобождение от уплаты земельного налога в отношении земельных участков, расположенных на территории опережающего социально-экономического развития, сроком на три года с месяца возникновения права собственности на каждый земельный участок;

2) налоговая ставка налога на прибыль, подлежащему зачислению в федеральный бюджет, устанавливается в размере 0,0% и применяется в течение пяти налоговых периодов начиная с налогового периода, в котором в соответствии с данными налогового учета была получена первая прибыль от деятельности, осуществляемой при исполнении соглашений об осуществлении деятельности на территории опережающего социально-экономического развития;

3) налоговая ставка налога на прибыль организаций, подлежащего зачислению в краевой бюджет, устанавливается в размере 0,0% в течение пяти налоговых периодов, начиная с налогового периода, в котором в соответствии с данными налогового учета была получена первая прибыль от указанной деятельности; 10,0% в течение следующих пяти налоговых периодов;

4) установлены пониженные ставки по налогу на имущество организаций: 0,5% в течение пяти налоговых периодов, начиная с налогового периода, в котором организация включена в реестр резидентов территории опережающего социально-экономического развития; 1,1% в течение следующих пяти налоговых периодов;

5) применены пониженные тарифы страховых взносов для работодателей-резидентов на период 10 лет (7,6% вместо стандартных 30,0%): Пенсионный фонд Российской Федерации 6,0%, Фонд социального страхования Российской Федерации 1,5%, Федеральный фонд обязательного медицинского страхования 0,1%.

Кроме того, действует ряд преимуществ, касающихся непосредственно самой деятельности резидента ТОСЭР и условий ее осуществления:

6) освобождение от ввозных и вывозных таможенных пошлин;

7) освобождение от уплаты НДС на импорт по переработке;

8) приоритетное подключение к объектам инфраструктуры;

9) ускоренные и облегченные административные процедуры, в том числе получение разрешения на строительство, прохождения таможни;

10) упрощенный государственный контроль;

11) упрощенные условия привлечения иностранной рабочей силы.

Перечисленные преимущества являются той основой, которая гарантируется в виде особого правового режима при осуществлении предпринимательской и иной деятельности в соответствии с определением ТОСЭР. Они в определенной степени сглаживают транспортные и энергетические издержки.

Если рассматривать работу с резидентами, то на территории действуют организации, в полномочия которых входит не только консультирование, но и помощь в сопровождении проектов для выполнения административных регламентов. К таким организациям относятся АО «Корпорация развития Дальнего Востока», АНО «Агентство инвестиций и развития Хабаровского края», ПАО «Агентство инвестиций и развития г. Комсомольска-на-Амуре». Кроме того, работа курируется Правительством Хабаровского края: первым заместителем Председателя Правительства края по вопросам инвестиционной, территориальной и промышленной политики, заместителем Председателя Правительства края — министром экономического развития края (заместителем министра по вопросам комплексного развития городского округа «Город Комсомольск-на-Амуре»), заместителем Председателя Правительства края по вопросам комплексного развития Комсомольска-на-Амуре. Таким образом, администрирование осуществляется в режиме «одного окна», когда в оказании информационной, консультационной, организационной помощи задействованы федеральные и региональные органы исполнительной власти. На муниципальном уровне — это инвестиционный уполномоченный, первый заместитель главы администрации города Комсомольска-на-Амуре. Взаимосвязанная работа всех уровней управления позволяет оперативно решать задачи инвестиционных проектов.

Таким образом, вступившее в силу в 2015 году Постановление Правительства Российской Федерации о создании ТОСЭР «Комсомольск», создало основу для формирования инвестиционного потенциала. Вторая половина 2015 года и 2016 год включили в себя с одной стороны —

решение административных вопросов, связанных с управлением, регламентами, организацией и руководством, оформлением земельных участков (проекты планировки и межевания), обеспечением объектами инженерной инфраструктуры, с другой — привлечение инвесторов и работу над проектами.

Реализация идеи создания ТОСЭР как полюса роста, распространяющегося не только на отрасли промышленности, но и на социальную сферу, продолжается и в настоящее время. Эта возможность воплощается через расширение границ: включение в ТОСЭР площади горнолыжного комплекса «Холдоми», расположенном в 35 км от города (Солнечный район, п. Солнечный). Данное направление может способствовать достижению параметров оптимистического сценария Стратегии-2032 в рамках социального развития: масштабная модернизация социальной сферы в результате реализации мероприятий по созданию инфраструктуры на территории опережающего развития «Комсомольск».

Если говорить об основных характеристиках сценариев долгосрочного развития [5, с. 101–103], то их выделено четыре: социальное развитие, конкурентные преимущества, изменение структуры экономики города и место в региональной экономике. Рассмотрим предлагаемые сценарии с точки зрения возможностей ТОСЭР.

Пессимистичный сценарий в социальном развитии характеризует лишь частичная модернизация социальной сферы в результате реализации мероприятий по созданию инфраструктуры на территории опережающего развития «Комсомольск». Речь идет об объектах социальной инфраструктуры, предусмотренных План-графиком реализации мероприятий по созданию инфраструктуры [6] (проектные работы, которые нашли продолжение в мероприятиях Долгосрочного плана комплексного социально-экономического развития г. Комсомольска-на-Амуре): реконструкция МОУ СОШ № 38¹ и реконструкция МДОУ Детский сад комбинированного вида № 134² в мкр. Парус, Детский больничный комплекс в Ленинском округе³, Дворец спорта в общественном центре Ленинского округа⁴, Инженерная школа в Центральном округе⁵.

Также определено в рамках данного сценария для обеспечения функционирования ТОСЭР создание комплексов инженерной и транспортной инфраструктуры, включающих в себя: системы электро-, тепло-, газо-, водоснабжения, водоотведения, связи, берегоукрепления и дноуглубления,

¹ Мероприятие № 4 Раздела II подраздела «Образование»: Муниципальное образовательное учреждение средняя общеобразовательная школа № 38 г. Комсомольска-на-Амуре (реконструкция), 1000 мест.

² Мероприятие № 5 Раздела II подраздела «Образование»: Муниципальное дошкольное образовательное учреждение детский сад комбинированного вида № 134 г. Комсомольска-на-Амуре (реконструкция), 260 мест.

³ Мероприятие № 8 Раздела II подраздела «Здравоохранение»: Детский больничный комплекс в Ленинском округе г. Комсомольска-на-Амуре (строительство: I очередь — детская поликлиника, II очередь — лечебный корпус и детское консультативное отделение), 500 посещений в смену, 232 койки, 300 посещений в смену.

⁴ Мероприятие № 13 Раздела II подраздела «Физическая культура и спорт»: Региональный центр развития спорта в г. Комсомольске-на-Амуре (строительство).

⁵ Мероприятие № 3 Раздела II подраздела «Образование»: Инженерная школа в г. Комсомольске-на-Амуре (реконструкция нежилого здания по ул. Вокзальная, 39), 400 мест.

а также очистных сооружений, объекты транспортной инфраструктуры, инженерной защиты, обустройства общественных пространств. В соответствии с План-графиком это следующие объекты площадки ТОСЭР «Парус», ответственным исполнителем которых является АО «Корпорация развития Дальнего Востока» [6]:

- теплоснабжение: реконструкция головного участка теплотрассы СП «Комсомольские тепловые сети» 103 м от СП «Комсомольская ТЭЦ-2» до ТК 8–3 в двухтрубном исполнении с диаметра 700 мм на диаметр 800 мм, строительство участка теплотрассы протяженностью 350 м от СП «Комсомольские тепловые сети» 8–68 до площадки ТОСЭР «Парус», строительство центрального теплового пункта, строительство участков теплотрасс от центрального теплового пункта до участков резидентов;

- электроснабжение: строительство доплощадочных сетей 10 кВ от ПС 220 кВ «Парус» до границы площадки;

- водоснабжение и водоотведение: строительство внеплощадочного водоотвода до точки подключения к магистральному муниципальному водоводу диаметром 1000 мм до границы площадки, строительство канализационной сети от канализационного коллектора МУП «Городокаканал» до границы площадки;

- газоснабжение: строительство газопровода.

Дополнительно заложено проектирование строительства автодороги от перекрестка Комсомольского шоссе — пр. Победы до ул. Пермской с подходом к площадке ТОР и обеспечения инженерной инфраструктурой земельного участка, предназначенного для строительства жилья (60,0 тыс. кв. м.)⁶ в мкр. Парус.

Данные объекты, обязательные к строительству (реконструкции), включены как в пессимистический, так и в базовый сценарии, однако учет их уже в первом говорит о серьезном выборе мероприятий для оценки развития. Разница в социальном развитии между двумя сценариями заключается в понятиях благосостояния населения. Пессимистический ограничивается инерционным ростом заработной платы, уровень которой не конкурентоспособен по отношению к ряду муниципальных образований Хабаровского края, Дальневосточной экономической зоны, а базовый включает рост благосостояния населения в результате развития сектора малого и среднего предпринимательства. Так, среднемесячная номинальная заработная плата, начисленная работникам, рублей (в действующих ценах) при двух сценариях составляет в 2026–2032 годы: 68 273,1 рублей и 74 978,9 рублей, соответственно (для сравнения оптимистический сценарий — 80 357,9 рублей и ускоренного развития — 96 957,8 рублей, по факту 2015 года — 38 463 рубля)⁷. При этом соотношение уровня заработной платы г. Комсомольска-на-Амуре и г. Хабаровска будет равно 0,94

и 1,03, соответственно (для сравнения 1,1 и 1,33 аналогично предыдущего примера, по факту 2015 года соотношение составляет 0,83).

Оптимистический сценарий в социальном развитии уже включает в себя масштабную модернизацию в результате реализации мероприятий по созданию инфраструктуры на территории опережающего развития «Комсомольск», а также вследствие значительного роста доходов местного бюджета, обеспечивающих дальнейшее финансирование реконструкции социальной сферы города. Кроме того, отмечается уже не только рост благосостояния населения, но и точечное сравнение с показателями г. Хабаровска, а также ряда других ведущих муниципальных образований Дальнего Востока (примеры соотношения приведены выше).

Конкурентные преимущества раскрываются в пессимистическом и базовом сценариях через использование потенциала основных якорных предприятий города (филиал ПАО «Компания «Сухой» «КнААЗ им. Ю.А. Гагарина», ПАО «Амурский судостроительный завод», Комсомольский-на-Амуре филиал АО «Гражданские самолеты Сухого», ОАО «Амурметалл») и использование потенциала инвестиционных площадок ТОСЭР «Комсомольск». К тому же, данные параметры на практике дополняются кооперационными связями, например, первый официальный резидент ТОСЭР — группа компаний «Энергия» с инвестиционным проектом «Эпсилон-2» зашел на площадку с проектом производства по выпуску комплектующих для авиапромышленности. Для использования предпочтений рассматриваются варианты по включению в ТОСЭР территорий аэропорта «Хурба», единственного на Дальнем Востоке металлургического завода «Амурсталь», части территории Амурского судостроительного завода [7].

Отличие базового сценария заключается в росте технологической и продуктовой конкурентоспособности в секторе малого и среднего предпринимательства. Если рассматривать в целом основные показатели прогноза малого и среднего предпринимательства, то рассчитанные значения составят (приведены пессимистический, базовый, оптимистический сценарии и сценарий ускоренного роста):

- по количеству субъектов малого и среднего предпринимательства — 12 096 единиц, 12 474 единиц, 12 778 единиц, 13 715 единиц (по факту 2015 года — 10 415 единиц);

- по общей численности работающих в малом бизнесе (на малых предприятиях, зарегистрированных индивидуальных предпринимателей и по найму) — 45,42 тыс. человек, 46,84 тыс. человек, 47,98 тыс. человек, 54,86 тыс. человек (по факту 2015 года — 39,10 тыс. человек).

⁶ Мероприятие № 26 Раздела II подраздела «Энергетическая инфраструктура»: Обеспечение инженерной инфраструктурой земельного участка, предназначенного для строительства жилья в микрорайоне Парус 60000 кв. м.

⁷ В данном случае и последующие значения составляют выборку таблицы основных показателей прогноза социально-экономического развития [5, с. 106-107]

Конкурентные преимущества оптимистического сценария заключаются в росте технологической и продуктовой конкурентоспособности экономики города в результате реализации кластерных инициатив, обеспеченных механизмами ТОСЭР.

Изменение структуры экономики города представлено как доминирование промышленного сектора, слабый уровень диверсифицированности экономики и сохранение доли импорта — для пессимистического сценария, диверсификация экономики и рост доли высокотехнологичных отраслей и экономики знаний — для базового и оптимистического сценариев. В последнем также делается упор на диверсификацию экспорта.

Место в региональной экономике будет определяться по пессимистическому сценарию усилением зависимости от межбюджетных субсидий в результате наращивания дефицита местного бюджета и сохранением средних конкурентных позиций в Хабаровском крае в экономической и социальной сферах, по базовому сценарию — реализацией потенциала малого и среднего предпринимательства города с целью формирования повышенного уровня диверсификации экономики и ее интеграции в региональные и национальные воспроизводственные цепочки, по оптимистическому сценарию — дополнительно к базовому, формированием и развитием промышленных кластеров и их интеграции в региональное и национальное экономическое пространство, специализацией в машиностроительном комплексе страны, реализацией потенциала многосторонней экономической интеграции и созданием сильного межрегионального промышленного высокотехнологического центра. Подтверждением являются расчеты показателей:

1) промышленного производства (в действующих ценах) — объем промышленного производства (как и ранее представлены значения четырех сценариев) 93,2 млрд рублей, 125,2 млрд рублей, 167,4 млрд рублей, 301,6 млрд рублей, по факту 2015 года — 92,6 млрд рублей;

2) инвестиционной активности (в действующих ценах) — инвестиции в основной капитал 28,4 млрд рублей, 42,2 млрд рублей, 59,8 млрд рублей, 80,4 млрд рублей, по факту 2015 года — 20,1 млрд рублей;

3) объема выпуска продукции (в действующих ценах) — оборот по крупным и средним предприятиям города 304,0 млрд рублей, 356,6 млрд рублей, 414,1 млрд рублей, 464,6 млрд рублей, по факту 2015 года — 144,3 млрд рублей;

4) доходной базы (в действующих ценах): налоговые доходы 3070 млн рублей, 3372 млн рублей, 3620 млн рублей, 7000 млн рублей, по факту 2015 года — 1796,5 млн рублей и неналоговые доходы 2031 млн рублей, 2231 млн рублей, 2395 млн рублей, 4630 млн рублей, по факту 2015 года — 1187 млн рублей.

Таким образом, в Стратегии-2032 установлена взаимосвязь между развитием города и развитием ТОСЭР. Говоря о взаимозависимости реализации возможностей ТОСЭР и соответствия направлениям развития Стратегии, нужно обратиться к механизмам реализации документов стратегического планирования, поскольку глава 13 закона о стратегическом планировании рассматривает только федеральный уровень и уровень субъектов Российской Федерации. Однако, по аналогии, представляется, что положения Стратегии детализируются в документах стратегического планирования, утверждаемых на уровне муниципального управления, в том числе в плане мероприятий по реализации стратегии социально-экономического развития муниципального образования, прогнозе социально-экономического развития муниципального образования на среднесрочный или долгосрочный период, бюджетном прогнозе муниципального образования на долгосрочный период и муниципальных программах. Сам механизм как раз и должен обеспечить мониторинг взаимосвязи реализации проектов.

В целях успешной реализации Стратегии-2032 предлагается создать Стратегический совет г. Комсомольска-на-Амуре. Основной целью которого является создание условий для того, чтобы выполнение Стратегии постоянно находилось в центре работы органов местного самоуправления, профессиональных и общественных организаций, предприятий, то есть всех тех субъектов, которые вовлечены в реализацию поставленных в Стратегии целей и задач [5, с. 124]. Кроме того, непосредственной задачей Стратегического совета, исходящей из прогнозов, станет оценка достижения цели, определяемой для ТОСЭР, — формирование благоприятных условий привлечения инвестиций, обеспечение ускоренного социально-экономического развития и создание комфортных условий для обеспечения жизнедеятельности населения. Создание и открытое функционирование такого Стратегического совета позволит своевременно и адекватно оценивать проводимую работу по направлениям развития и давать заключение о соответствии тому или иному сценарию развития.

Литература:

1. О территориях опережающего социально-экономического развития в Российской Федерации [Текст]: федер. закон от 29 декабря 2014 г. N473-ФЗ // Собрание законодательства РФ от 05.01.2015. — N1 (часть I). — Ст. 26;
2. О стратегическом планировании в Российской Федерации [Текст]: федер. закон от 28 июня 2014 г. N172-ФЗ // Собрание законодательства РФ от 30.06.2014. — N26 (часть I). — Ст. 3378;
3. О создании ТОСЭР «Комсомольск» [Текст]: пост. Правительства Российской Федерации от 25 июня 2015 г. N628 // Собрание законодательства РФ от 06.07.2015. — N27. — Ст. 4064;

4. Об утверждении Досрочного плана комплексного социально-экономического развития г. Комсомольска-на-Амуре [Текст]: расп. Правительства Российской Федерации от 18 апреля 2016 г. N704-р // Собрание законодательства РФ от 25.04.2016. — N17. — Ст. 2450;
5. Об утверждении Стратегии социально-экономического развития муниципального образования городского округа «Город Комсомольск-на-Амуре» до 2032 года [Текст]: решение Комсомольской-на-Амуре городской Думы от 28 декабря 2016 г. N116. — внутр. документ;
6. План-график реализации мероприятий по созданию инфраструктуры на территории опережающего развития в Российской Федерации «Комсомольск» на 2015–2017 годы;
7. Комсомольск-на-Амуре — промышленная и инженерная столица Востока России (Интервью главы Комсомольска-на-Амуре Андрея Климова журналу «Окно в АТР») [Электронный ресурс] // Общероссийский конгресс муниципальных образований. Информационный бюллетень МСУ. — 2016. — N11 (356). — С. 12–15.

Инвестиционная деятельность экономических субъектов и факторы, влияющие на ее развитие в регионах России

Хохлова Галина Ивановна, кандидат экономических наук, доцент
Иркутский национальный исследовательский технический университет

В настоящее время в России отмечается снижение инвестиционной активности отечественных предприятий, что в свою очередь влияет на инвестиционную привлекательность экономических субъектов, в том числе регионов. По мнению специалистов, во многом это обстоятельство является следствием монетаристской денежно-кредитной политики Банка России, в результате которой произошел существенный отток капитала, деградация экономической структуры страны с закреплением доминирующего положения сырьевых и монополизированных отраслей [21].

Инвестиционная деятельность в 2013–2015 гг. осуществлялась в большинстве обследованных организациях Иркутской области (табл. 1).

По данным Иркутскстат, обследованию подлежали добывающие и обрабатывающие производства, организации по производству и распределению электроэнергии, газа и воды, из них 102 предприятия из числа крупных и средних и 74 субъекты малого бизнеса [1].

Большинство предпринимателей положительно оценили инвестиционный климат в своей организации и 45% опрошенных руководителей заявили о намерении увеличения объема инвестиций в 2016 году, тогда как сокращение объема инвестиций предполагают около 11%.

Анализ данных таблицы 1 показал, что увеличение производственной мощности происходило за счет расширения номенклатуры продукции, а повышение эффектив-

Таблица 1

Основные показатели инвестиционной деятельности предприятий Иркутской области
(в % от числа обследованных организаций) [17]

№ п/п	Цели инвестирования	Фактически			Запланировано в 2016
		2013	2014	2015	
1.	Увеличение производственной мощности:				
1.1	с неизменной номенклатурой продукции	35	28	22	19
1.2	с расширением номенклатуры продукции	7	8	19	22
2.	Повышение эффективности производства:				
2.1	автоматизация или механизация существующего производственного процесса	39	36	36	38
2.2	внедрение новых производственных технологий	24	21	15	17
2.3	снижение себестоимости продукции	28	20	29	31
2.4	экономия энергоресурсов	24	26	25	28
3.	Замена изношенной техники и оборудования	67	65	48	52
4.	Создание новых рабочих мест	17	16	18	23
5.	Охрана окружающей среды	29	25	19	21
6.	Другие	13	5	10	8

ности производства в основном обеспечивалось за счет снижения себестоимости продукции.

Динамика источников инвестиционной деятельности предприятий Иркутской области представлена в таблице 2.

Таблица 2

Источники инвестиционной деятельности предприятий Иркутской области [22]
(в % от числа обследованных организаций)

№ п/п	Источники инвестиций в основной капитал	Фактически			Запланировано в 2016
		2013	2014	2015	
1.	Собственные средства предприятий	72	73	58	60
2.	Кредитные и заемные средства	29	27	22	24
3.	Бюджетные средства	1	2	1	1
4.	Средства от выпуска корпоративных облигаций и эмиссии акций	1	-	4	4
5.	Нет ответа	22	23	30	28

В инвестиционной деятельности большинство организаций Иркутской области по-прежнему ориентированы на собственные средства, это отметили 58% респондентов, 22% респондента имели возможность использовать кредитные и заемные средства [18].

Результаты обследования показали, что экономическую ситуацию на своем предприятии 77% респондентов считают в целом удовлетворительной и лишь 11% — неблагоприятной [13].

По статистическим данным Федеральной службы государственной Иркутской области, с инновациями работают 1,7% (около 100) предпринимателей. В той или иной степени, инновационными разработками занимается 8–10% представителей малого и среднего бизнеса [14].

Однако, как показывает практика, по истечении времени оценка фактических изменений и факторов, влияющих на инвестиционную деятельность, за тот же период оказывается менее оптимистичной по сравнению с прогнозом.

Таблица 3

Распределение организаций по оценке факторов, влияющих на инвестиционную деятельность в Иркутской области
(в % к числу обследованных организаций) [16]

№ п/п	Факторы, влияющие на инвестиционную деятельность	существенно ограничивает	ограничивает	не влияет	стимулирует	существенно стимулирует
1.	Спрос на продукцию организации	7	29	22	24	7
2.	Объем собственных финансовых средств	23	43	8	14	4
3.	Количество квалифицированных работников для использования нового оборудования	2	26	28	16	-
4.	Инвестиционные риски	12	33	25	3	-
5.	Состояние технической базы организации	4	20	18	23	4
6.	Прибыльность инвестиций в основной капитал	3	16	35	18	7
	Инфляционная политика в стране	16	36	23	3	1
7.	Механизм получения кредитов для реализации для реализации инвестиционной деятельности	14	17	44	4	-
8.	Существующий налоговый режим для инвестиционной деятельности	8	27	37	3	-
9.	Доступ к внешним рынкам	1	18	52	10	-
10.	Колебания цен на мировом рынке энергоносителей	5	33	39	2	1
11.	Экономическая ситуация:					
11.1	внутренняя (в стране)	18	42	19	3	-
11.2	внешняя (на мировых рынках)	12	33	31	2	-
12.	Нормативно-правовая база, регулирующая инвестиционные процессы	7	31	37	4	-
13.	Параметры курсовой политики в стране	12	29	30	11	-

Затраты на технологические инновации в республике нестабильны. Значительное повышение наблюдается лишь в 2011 г. Распределение организаций по оценке факторов, влияющих на инвестиционную деятельность, отражено в таблице 3.

Анализ показал, что экономическую ситуацию на своем предприятии 77% респондентов считают в целом удовлетворительной и 11% — неблагоприятной.

Не ожидают изменения экономической ситуации 58% руководителей, каждый третий предполагает улучшение, а 10% — ухудшение [15]. Таким образом, среди ожидающих изменения наблюдается перевес в позитивную сторону. Однако, как показывают проводимые обследования, по прошествии времени оценка фактических изме-

нений за тот же период оказывается менее оптимистичной в сравнении с прогнозом.

Таким образом, основными факторами низкой инвестиционной активности предприятий выступают острый недостаток источников финансирования, неопределенность экономической ситуации и инфляционная политика в стране, механизм кредитования. Стимулирует инвестиционную деятельность в регионе состояние технической базы организации, прибыльность инвестиций в основной капитал, спрос на продукцию организаций [4]. Формирование благоприятного инвестиционного климата и обеспечение развития инновационной сферы является главной целью региональных программ [2].

Литература:

1. Калужнова Н. Я., Якобсон А. Я., Патласов О. Ю., Бацун Н. В., Богатырева М. В., Гафарова Е. В., Колмаков А. Е., Грачёва Е. А., Драчева Е. Л., Дубовик Н. Г., Заславский А. М., Калягин Д. В., Корнеева А. С., Коцарь А. Л., Кретова Н. В., Лидин К. Л., Линвинцев А. В., Михайлова М. Р., Мохова Н. В., Нефедьева Л. В. и др. Маркетинг: общий курс учебное пособие для бакалавров / Москва, 2013. (6-е издание, переработанное).
2. Кретова Н. В. Концепция моделей экспортной ориентации и импортизамещения во внешней торговле стран с реформируемой экономикой / Н. В. Кретова, диссертация на соискание ученой степени кандидата экономических наук / Иркутск, 1999
3. Кретова Н. В. Развитие критического мышления у студентов: технология и методы // современные проблемы профессионального образования: опыт и пути решения, материалы Первой всероссийской научно-практической конференции с международным участием. 2016. С 526—530.
4. Кретова Н. В., Одинцов А. В. Роль транспортной составляющей в инновационном развитии российской экономики и интеграции в мировое хозяйство // Транспортная инфраструктура Сибирского региона. 2014. № 2. С. 123—126.
5. Кретова Н. В., Мокрецова О. И. Внешнеэкономический потенциал инновационной экономики: роль транспортной составляющей в трехстороннем сотрудничестве // Транспортная инфраструктура Сибирского региона. 2012. № 2. С. 196—199.
6. Огнев Д. В., Попова Е. Ю. Теоретические аспекты форфейтинговой формы финансирования // Вестник Иркутского государственного технического университета. 2014. № 11. С. 312—316.
7. Огнев Д. В., Попова Е. Ю. Некоторые аспекты применения банками доверительного управления // Економический часопис-XXI. 2014. Т. 2. № 9—10. С. 28—31.
8. Огнев Д. В., Попова Е. Ю. Сравнительная характеристика форфейтинга и других форм финансирования инновационной деятельности // Вестник Иркутского государственного технического университета. 2014. № 5 (88). С. 202—206.
9. Огнев Д. В., Попова Е. Ю. Применение форфейтинговой формы финансирования инновационных проектов // Ученые записки Российской Академии предпринимательства. 2014. № 39. С. 196—204
10. Пахольченко В. М., Процентная политика Банка России в условиях кризиса // Вестник Иркутского государственного технического университета. 2011, № 5. С. 186—188.
11. Попова Е. Ю. Совершенствование инновационно-финансового инструментария форфейтинговой формы финансирования инновационной деятельности / диссертация... кандидата экономических наук: 08.00.05 / Иркутский государственный технический университет. Иркутск, 2014
12. Попова Е. Ю. Применение инновационных технологий в дистанционном банковском обслуживании // Вестник Иркутского государственного технического университета. 2013. № 5 (76). С. 194—198.
13. Попова Е. Ю. Роль иностранных инвестиций в процессах перехода России на инновационный путь развития // Вестник Иркутского государственного технического университета. 2012. № 3 (62). С. 245—251.
14. Попова Е. Ю. Проблема финансирования инноваций в российской промышленности и пути ее решений // в сборнике: Экономика, управление, финансы Материалы Международной научной конференции. 2011. С. 93—95.
15. Хохлова Г. И., Окладникова Д. Р. Основные признаки инновационно-инвестиционной деятельности малого и среднего предпринимательства и факторы, влияющие на ее развитие // Мир науки, культуры, образования. 2013. № 6 (43). С. 36—42.

16. Хохлова Г. И., Томилова А. В. Вендинговый бизнес в России и за рубежом: история и перспективы развития // Актуальные проблемы гуманитарных и естественных наук. 2014. № 1—1. С. 214—218.
17. Khokhlova G. I., Okladnikova D. R. Classification of factors as grounds for analysis of innovative-investment activity of small and medium businesses // Middle East Journal of Scientific Research. 2014. Т. 20. № 8. С. 900—904.
18. Хохлова Г. И. Платежные отношения как фактор развития рыночной экономики / автореферат диссертации на соискание ученой степени кандидата экономических наук. Байкальский государственный университет экономики и права. Иркутск, 2006.
19. Хохлова Г. И. Платежные отношения как фактор развития рыночной экономики / диссертация на соискание ученой степени кандидата экономических наук / Байкальский государственный университет экономики и права. Иркутск, 2006.
20. Хохлова Г. И. Риски инвестиций в инновационной деятельности // В сборнике: Анализ проблем в области экономики. Сборников трудов аспирантов и преподавателей 7-й всероссийской научно — практической конференции. 2007. С. 20—26.
21. Хохлова Г. И., Пахольченко В. М. Противодействие легализации доходов, полученных незаконным путем как фактор повышения инвестиционного потенциала страны // Вестник Иркутского государственного технического университета. 2015. № 4. С. 345—350.
22. Хохлова Г. И., Пахольченко В. М. Налично-денежное обращение: модели построения и перспективы развития // Экономічний часопис-XXI. 2015. Т. 2. № 1—2. С. 27—30.
23. Стратегия инновационного развития Российской Федерации на период до 2020 г. № 2227-р. — утвер. Правительством РФ 08.12. 2011 г.
24. Экономическое развитие и инновационная экономика: государственная программа Российской Федерации от 29.03.2013 г. № 467-р. — утвер. Правительством РФ от 20.07. 2013.
25. Якобсон А. Я., Калюжнова Н. Я., Бацион Н. В., Богатырева М. В., Гафарова Е. В., Колмаков А. Е., Грачёва Е. А., Драчева Е. Л., Дубовик Н. Г., Заславский А. М., Колягин Д. В., Корнеева А. С., Коцарь А. Л., Кретова Н. В., Лидин К. Л., Линвинцев А. В., Михайлова М. Р., Мохова Н. В., Нефедьева Л. В. и др. Маркетинг: общий курс / под редакцией Н. Я. Калюжновой, А. Я. Якобсона / (4-е издание, стереотипное). Москва, 2010.
26. Официальный сайт Росстат [электронный ресурс]. — Режим доступа www.gks.ru/free_doc/new_site/business/it/mon-sub/1.2.12.xls, свободный. — Загл. с экрана.

ВНУТРЕННЯЯ И ВНЕШНЯЯ ТОРГОВЛЯ

Последовательный анализ динамики внешней торговли России по купле-продаже судов, лодок и плавучих конструкций

Минченко Лидия Викторовна, кандидат экономических наук, доцент;

Кандратова Татьяна Александровна, магистрант

Санкт-Петербургский национальный исследовательский университет информационных технологий, механики и оптики

В данной статье проведен последовательный анализ динамики внешней торговли России, структуры импорта и экспорта по купле-продаже судов, лодок и плавучих конструкций. Рассмотрено изменение товарных отношений в данном сегменте между Россией и Украиной, вызванное политическими и экономическими факторами.

Ключевые слова: экспорт, импорт, суда, лодки, внешний товарооборот, баланс внешней торговли, сальдо внешнеторгового баланса

Исторически сложилось, что на каждом этапе развития России морской флот играет немаловажную роль как в экономической, так и в политической составляющей государства. И военный, и гражданский флот был, есть и остается одним из показателей стратегической мощи государства и обеспечивает ее экономическую автономию.

В последнее время тема замены импортной продукции на отечественную не теряет своей актуальности, а наоборот, становится все более обсуждаемой. Во всех отраслях экономики разрабатываются программы по импортозамещению, ориентиры смещаются в сторону от-

ечественного продукта. Отрасль судостроения, также не осталась в стороне.

Впервые Объединенная судостроительная корпорация (ОСК), которая объединяет более 80% судостроительных проектов в России, получила прибыль более 1,2 миллиарда рублей в 2013 году [2]. Незадолго до итогов 2013 года с политической и экономической точки зрения правительством Российской Федерации было решено дать старт развитию отечественного судостроения как военного, так и гражданского. Как видно из таблицы 1, главным торговым партнером России в данном сегменте

Таблица 1

Основные торговые партнеры России по купле-продаже судов, лодок и плавучих конструкций в 2013 г.

Страна-контрагент	Импорт	Экспорт	Товарооборот	Доля в общем товарообороте
Страны СНГ (10)	244063860	740106928	984170788	22,29
Страны Дз (84)	1869484348	1560729017	3430213365	77,71
Основные торговые партнеры 2013 г.				
Украина	194322648	302468407	496791055	11,25
Туркменистан	0	403662492	403662492	9,14
Индия	0	359102211	359102211	8,13
Вьетнам	0	342805516	342805516	7,77
Китай	249831159	48671354	298502513	6,76
Финляндия	292562640	1657473	294220113	6,67
Республика Корея	280559111	3427394	283986505	6,43
Япония	34336313	239838820	274175133	6,21
Турция	198351272	37408325	235759597	5,34
Норвегия	180158464	2660691	182819155	4,14
Португалия	2236994	178423475	180660469	4,09
ОАЭ	164543094	0	164543094	3,73
Эстония	2154974	121431973	123586947	2,80

по итогам 2013 г. была Украина с долей в общем товарообороте более 11%.

Но к концу 2014 года ситуация начала меняться. Товарооборот с Украиной снизился на 42%. Это можно объяснить сложившейся политической обстановкой в стране, а именно — начавшийся в апреле 2014 года вооруженный конфликт на востоке Украины. Доля Украины в общем товарообороте России по данному сегменту снизилась на

2,15%. В то же время выросли поставки судов, лодок и плавучих конструкций во Вьетнам, доля которого в общем товарообороте выросла на 11,55%. Высокий уровень экспорта во Вьетнам обусловлен крупным заказом, контракт на который был подписан в декабре 2009 года на поставку стоимостью около 1,8 млрд долл. для ВМС Вьетнама шести дизель-электрических подводных лодок (ДЭПЛ) проекта 636.1, три из которых были отгружены в 2013–2014 гг. [1].

Таблица 2

Основные торговые партнеры России по купле-продаже судов, лодок и плавучих конструкций в 2014 г.

Страна-контрагент	Импорт	Экспорт	Товарооборот	Доля в общем товарообороте
Страны СНГ (10)	220933571	281224413	502157984	16,09
Страны Дз (84)	1464435136	1153648514	2618083650	83,91
Основные торговые партнеры 2014 г.				
Вьетнам	0	602951789	602951789	19,32
Украина	220210956	63807473	284018429	9,10
Республика Корея	187119311	74483511	261602822	8,38
Турция	134031478	127440656	261472134	8,38
Норвегия	199808057	34159907	233967964	7,50
Туркменистан	0	192151538	192151538	6,16
Китай	171692744	7657396	179350140	5,75
Нидерланды	176538408	2509073	179047481	5,74
Германия	130481260	36388486	166869746	5,35
Финляндия	99145466	1384828	100530294	3,22

В 2015 году Вьетнам по прежнему является главным торговым партнером России. Четвертая подлодка (НҚ-185 «Дананг») была отправлена во Вьетнам 14 мая 2015 года [1].

Доля Украины в общем товарообороте снизилась еще на 6,53% (общее снижение с 2013 г. составляет 8,68%). Конфликта на востоке привел к сокращению экономики Украины в 2014 году на 7–7,5%. По итогам первого

квартала 2015 года, четверть промышленности страны остановлена, десятая часть разрушена, что повлияло на внешние торговые отношения Украины как с Россией, так и с другими странами. Кроме этого, в 2015 году Украина в одностороннем порядке прекратила поставки ранее оплаченных газотурбинных двигателей (ГТД) для российских фрегатов, что снизило импорт более чем на 50%.

Таблица 3

Основные торговые партнеры России по купле-продаже судов, лодок и плавучих конструкций в 2015 г.

Страна-контрагент	Импорт	Экспорт	Товарооборот	Доля в общем товарообороте
Страны СНГ (10)	103955438	9731693	113687131	2,83
Страны Дз (84)	2022386661	1877655569	3900042230	97,17
Основные торговые партнеры 2015 г.				
Вьетнам	0	603056196	603056196	15,02
Япония	37131457	391253674	428385131	10,67
Германия	399009044	9436853	408445897	10,18
Норвегия	383864302	4652116	388516418	9,68
Испания	303707485	2016496	305723981	7,62
Китай	211462027	17408462	228870489	5,70
Нидерланды	33326819	161237410	194564229	4,85
Финляндия	165121732	2268709	167390441	4,17
Республика Корея	4727434	140678481	145405915	3,62
Турция	60495884	51455144	111951028	2,79
Украина	101654633	1316343	102970976	2,57

За 9 месяцев 2016 года лидерами в общем товарообороте по купле-продаже судов, лодок и плавучих конструкций стали Корея и Япония. Поставки во Вьетнам за 9 месяцев 2016 года присутствовали, но не осуществлялись поставки заказанных ранее подлодок. Причиной отсутствия поставки одной из подлодок во Вьетнам стало от-

сутствие газотурбинных двигателей, которые должна была (отказалась) поставлять Украина [4]. Взамен украинских двигателей, на корабли «Гепард» для вьетнамского флота было принято решение поставить немецкие двигатели MTU-8000 [Таблица 5]. Украина за данный период снизила долю в общем товарообороте еще на 1,21% [Таблица 6].

Таблица 5

Основные торговые партнеры России по купле-продаже судов, лодок и плавучих конструкций за 9 мес. 2016 г.

Страна-контрагент	Импорт	Экспорт	Товарооборот	Доля в общем товарообороте
Страны СНГ (10)	244 955 205	4 171 599	249 126 804	11,82
Страны Дз (84)	1 266 166 877	592 946 497	1 859 113 374	88,18
Основные торговые партнеры за 9 мес. 2016 г.				
Республика Корея	197 827 633	75 429 604	273 257 237	12,96
Япония	61 887 104	188 088 303	249 975 407	11,86
Туркменистан	214 513 422	184 348	214 697 770	10,18
Норвегия	210 723 102	2 370 082	213 093 184	10,11
Нидерланды	140 187 647	42 324	140 229 971	6,65
ОАЭ	132 209 459	58 497	132 267 956	6,27
Китай	98 271 812	2 476 064	100 747 876	4,78

Таблица 6

Положение Украины как торгового партнера России по купле-продаже судов, лодок и плавучих конструкций за 9 мес. 2016 г.

Страна-контрагент	Импорт	Экспорт	Товарооборот	Доля в общем товарообороте
Украина	28 417 051	450 624	28 867 675	1,36

За период с 2013 г. по сентябрь 2016 г. основные торговые партнеры России по купле-продаже судов претерпели значительные изменения. Бывший лидер партнерских отношений в данной сфере — Украина, на сегодняшний день снизила свою долю в общем товарообороте с 11,25% до 1,36%. В то же время повысили свои доли Республика Корея и Япония, на 6,53 и 5,65 процентов соответственно. Наиболее стабильные партнерские отношения, исходя из анализа товарооборота за 2013–2015 годы, Россия поддерживает с Финляндией, Турцией, Норвегией и Китаем.

Помимо товарооборота (суммы экспорта и импорта) показателями внешней торговли являются сальдо торгового баланса и коэффициент покрытия импорта экспортом. Сальдо торгового баланса — это разница между экспортом и импортом. Положительное сальдо торгового баланса означает превышение экспортирования над импортом (страна больше продает, чем покупает). Отрицательное сальдо торгового баланса — превышение импорта над экспортированием (страна больше покупает, чем продает). Коэффициент покрытия импорта экспортом — это отношение доходов от экспорта к расходам на импорт.

Таблица 7

Динамика внешней торговли России по купле-продаже судов, лодок и плавучих конструкций 2013 г. — сентябрь 2016 г.

Показатели	2013	2014	2015	9 мес. 2016
Товарооборот	4 414 384 153	3 120 241 634	4 013 729 361	2 108 240 178
Экспорт	2 300 835 945	1 434 872 927	1 887 387 262	597 118 096
Импорт	2 113 548 208	1 685 368 707	2 126 342 099	1 511 122 082
Сальдо	187 287 737	-250 495 780	-238 954 837	-914 003 986
Кэфф. покрытия	1,09	0,85	0,89	0,39

В 2013 году по купле-продаже судов, лодок и плавучих конструкций Россия имела положительное сальдо торгового баланса, и коэффициент покрытия 109%, то есть продажи на внешнем рынке превышали покупки. В 2014 году и далее сальдо торгового баланса имеет отрицательное значение, как и коэффициент покрытия, равный в 2014 и 2015 гг. 85 и 89 процента соответственно.

Как говорилось ранее, в сфере оснащённости государства и гражданского населения судами, лодками и плавучими конструкциями был взят курс на импортозамещение. Импорт в стоимостном выражении в 2014 году по сравнению с 2013 годом действительно стал ниже, как и экспорт. Объяснить это можно резким повышением курса доллара в 3 квартале 2014 г. Покупать заграничные суда и лодки в данный период было слишком дорого в переводе на российские рубли, а продавать — слишком дешево. Любые операции на внешнем торговом рынке являлись крайне невыгодными.

К моменту стабилизации курса доллара и нахождения его на одной отметке (конец 2015 г.), импорт и экспорт показал повышение, но сальдо торгового баланса и коэффициент покрытия по-прежнему были отрицательными из-за превышения импорта над экспортом.

Литература:

1. Во Вьетнам прибыла четвертая российская подводная лодка проекта 636.1 // Мировое политическое шоу. URL: <https://mpsh.ru/1333-vo-vietnam-pribyla-chetvertaya-rossiyskaya-podvodnaya-lodka-proekta-6361.html> (дата обращения: 15.12.2016).
2. Корабельный ренессанс России // Российская газета — Федеральный выпуск № 6288 (16). URL: <https://rg.ru/2014/01/27/pribyl.html> (дата обращения: 16.12.2016).
3. Статистика внешней торговли России по товарной группе «Суда, лодки и плавучие конструкции» // Внешняя торговля России. URL: <http://russian-trade.com/> (дата обращения: 01.12.2016).
4. Украина сорвала поставку российских сторожевых кораблей класса «Гепард» в интересах Вьетнама // Военный информатор. URL: <http://military-informant.com/navy/ukraina-sorvala-postavku-rossiyskih-storozhevyih-korabley-klassa-gepard-v-interesah-vietnama.html> (дата обращения: 22.12.2016).

За прошедшие 9 месяцев 2016 г. экспортные операции по продаже судов и лодок показали очень низкие значения, а сальдо торгового баланса является отрицательным на сумму почти 1 млрд долл. США.

Низкий коэффициент покрытия (39%) за первые 9 мес. 2016 г. можно объяснить снижением производства судов на экспорт в пользу производства судов военного назначения для собственных нужд государства. В связи с этим и произошел рост импорта в данном направлении.

Россия, на сегодняшний день, пополняет Черноморский и Балтийский флот новыми боевыми кораблями и отечественные судостроительные заводы имеют преимущественно государственные заказы, не направленные для продажи в зарубежные страны.

Для увеличения экспорта и уменьшения импорта, и, как следствие, повышения коэффициента покрытия, требуется увеличить объемы гражданского судостроения, а именно производство маломерных судов, пароходов, торговых судов, лайнеров и т.д. На сегодня, доля России на мировом рынке гражданского судостроения составляет всего лишь 0,3%. А в общем объеме собственного производства судов всего лишь 10% приходится на суда и лодки гражданского назначения, остальное — суда военного назначения.

ТУРИЗМ

Анализ современного состояния туристской отрасли в Республике Саха (Якутия)

Борисова Алена Александровна, студент

Северо-Восточный федеральный университет имени М.К. Аммосова (г. Якутск)

В данной статье проведен аналитический обзор развития туристической отрасли Республики Саха (Якутия).

Ключевые слова: *сектор туризма, развитие туристской отрасли, экономический обзор*

Современная индустрия туризма является одной из крупнейших высокодоходных и наиболее динамичных отраслей мирового хозяйства. На долю туризма приходится около 10% мирового валового национального продукта, мировых инвестиций, всех рабочих мест и мировых расходов. Развитие туризма оказывает стимулирующее воздействие на такие секторы экономики, как транспорт, связь, торговля, строительство, сельское хозяйство, производство товаров народного потребления и составляет одно из наиболее перспективных направлений структурной перестройки экономики. [1] Правительство в долгосрочной программе развития Якутии определило туристскую отрасль приоритетной.

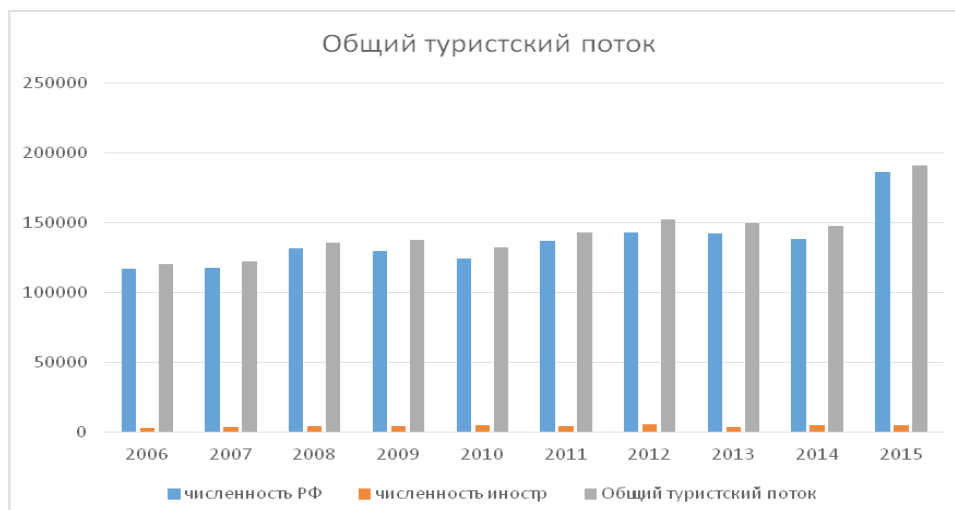
Туризм в Республике Саха (Якутия) является приоритетным направлением. Основной целью развития туризма в Якутии является создание современного высокоэффективного и конкурентоспособного туристского комплекса, на базе которого будут обеспечиваться условия для развития отрасли как сектора экономики, интеграции в систему мирового туристского рынка и развитие дальнейшего международного сотрудничества в области туризма. [2] Учитывая, что Якутия обладает уникальным природным потенциалом, у страны есть все возможности для развития

различных видов туризма: культурно-познавательного, экологического, экстремального, делового, оздоровительного и другие.

Президентом Республики Саха (Якутия) туризм определен одним из важнейших кластеров развития несырьевого сектора экономики. Перед республикой поставлена ответственная задача: сделать туризм одной из ведущих отраслей экономики Якутии. Важно сегодня понять — якутский туристский комплекс способен стать мощным рычагом общего ускорения темпов роста и модернизации экономики республики.

Состояние развития туристской отрасли в Якутии за последние годы характеризуется его поступательным и устойчивым развитием. По данным RoomGuru.ru, Якутия вошла в топ-10 перспективных направлений туризма в России: в топ-10 самых быстрорастущих направлений зимнего туризма в России входят Алтайский край, Карелия, Кемеровская область, Карачаево-Черкесия, Красноярский край, Бурятия, Хакасия, Камчатка, Тюменская область и Якутия. [3]

Положительные перемены в развитии туристической индустрии подтверждаются позитивной динамикой общего туристского потока, выросшего в полтора раза за



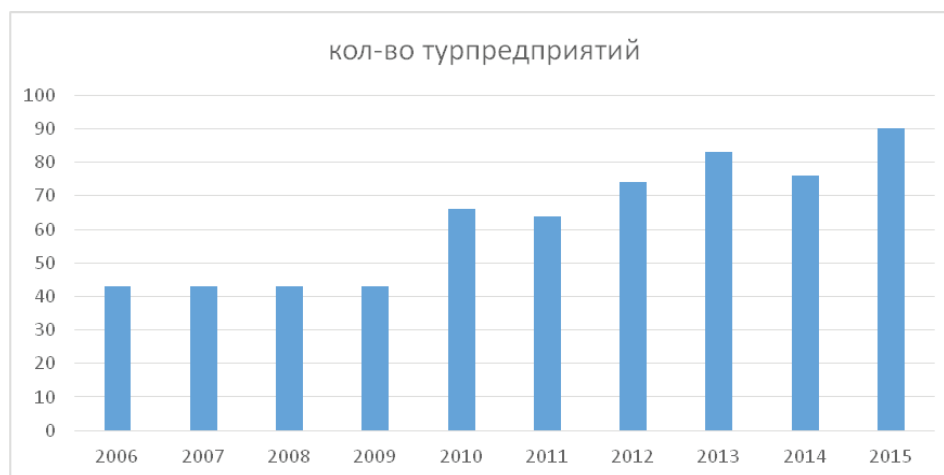
период с 2006 года по 2015 год. По целевой структуре потока в республике продолжает превалировать доля россиян, что составляет не менее 60%.

Кратно увеличен объем платных туристских услуг, со 152,3 млн рублей в 2006 году до 567,4 млн рублей в 2015 году, т.е. в 3,7 раза.



За рассматриваемый период значительно увеличено количество туристских фирм, предоставляющих туроператорские и турагентские услуги, с 43 единиц в 2006 году

до 90 турфирм в 2015 году, при этом численность работников составляла в 2006 году 194 человека, в 2015 году показатель увеличен на 91% и составляет 372 сотрудника.



В настоящее время, в республике туроператорской деятельностью занимаются 12 турфирм.

Доходы в бюджет республики по виду экономической деятельности «Туризм» за период с 2005 года по 2013 год увеличеныкратно, с 10,7 млн рублей в 2005 году до 169,8 млн рублей в 2013 году.

По данным Сахастата за 2015 год, число туристов выехавших за рубеж, составило 10558 человек, что ниже уровня 2014 года на 47,7%. Самыми посещаемыми странами по-прежнему остаются Китай (6,9% от общего числа обслуженных туристов), Таиланд (6,4%). Необходимо отметить рост на 8,9% числа туристов из Якутии, путешествующих по России, что составляет 13793 человека. Наиболее

привлекательными продолжают оставаться Краснодарский край (14,5%), Крым (12,5%), Алтайский край (5,6%). На долю внутреннего туризма приходилось 63,9% численности всех туристов, обслуженных турфирмами. [4]

Но современный уровень туризма в Якутии, состояние материальной базы сопутствующих и инфраструктурных отраслей, сферы услуг, призванных обеспечить поступательное развитие туристской деятельности, не соответствуют мировому уровню и требованиям индустрии туризма. Невысокие темпы развития туристской деятельности связаны с проблемами, свойственными северным регионам, где туризм не являлся традиционной отраслью. К числу наиболее важных проблем относятся:



1. Удаленность и транспортная труднодоступность якутского туристического рынка для туристов из регионов и стран, генерирующих туристические потоки.

2. Слабая материально-техническая база туристской индустрии: гостиничное хозяйство, ресторанное хозяйство и система общественного питания на маршрутах.

3. Неразвитость инфраструктуры для осуществления полномасштабной туристской деятельности на наиболее интересных и привлекательных направлениях (транспорт, автодороги, аэродромная сеть, речные пути и береговое хозяйство, авиационная техника, автобусы, речные суда, связь, энергообеспечение мест отдыха).

4. Отсутствие широкого выбора туристских продуктов, привлекательных для российских и зарубежных туристов.

5. Недостаток профессионально подготовленных кадров, как непосредственно для туристской деятельности, так и в сфере обеспечивающих отраслей.

6. Неразвитость сопутствующих туризму сфер производства и услуг, производства сувениров и прочей тури-

стической продукции, низкое качество предоставляемых услуг.

7. Отсутствие необходимой нормативно-правовой базы.

Для решения вопросов, связанных с развитием туризма в Якутии, необходимы действенный механизм государственной поддержки, переход к рыночным методам стимулирования, а также укрепление взаимодействия между органами исполнительной власти и туристическим бизнесом. Кроме того, правительству и парламенту Республики Саха (Якутия) необходимо разработать и принять ряд законопроектов, способствующих инвестированию в туристическую отрасль республики. Особый акцент следует сделать на привлечение молодых специалистов в области туризма и смежных с ним отраслей. [5]

В соответствии с проведенным анализом развития туризма в Якутии на современном этапе можно сделать такой вывод, что туристская отрасль в нашей республике еще должна пройти немало этапов прежде чем стать одной из ведущих отраслей экономики Якутии.

Литература:

1. А. Б. Косолапов. Экологический туризм в России. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://bizbook.online/biznesom-upravlenie/tehnologiya-organizatsiya-turoperatorskoy.html> (дата обращения: 27.01.17)
2. Особенности развития туризма в Республике Саха (Якутия). [Электронный ресурс]. Режим доступа: http://tourlib.net/statti_tourism/borisova.htm (дата обращения: 27.01.17)
3. Якутия вошла в топ-10 перспективных направлений туризма в России. [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://yakutiamedia.ru/news/543927/> (дата обращения: 30.01.17)
4. Создание конкурентоспособной экономики Республики Саха (Якутия). [Электронный ресурс]. Режим доступа: www.aldanray.ru/upload/docs/strategia.docx (дата обращения: 30.01.17)
5. Стратегия развития туристской индустрии в Республике Саха (Якутия) до 2025 года.

ЖИЛИЩНО-КОММУНАЛЬНОЕ ХОЗЯЙСТВО

Зарубежный опыт работы управляющих компаний

Нагорная Татьяна Сергеевна, магистр
Севастопольский государственный университет

Постановка проблемы. Одной из основных проблем в управлении жилыми домами в современных условиях России является повышение качества жилищных и коммунальных услуг, определение меры ответственности управляющей компании, создание эффективной системы управления.

Данную проблему нужно решать поэтапно, возможно с применением зарубежного опыта управления многоквартирными домами и внедряя лучшее из этого опыта в российскую практику.

Анализ публикаций и исследований по теме

В статье Гайнанова Д. А. обозначены основные направления формирования организационно-экономического механизма управления и построение организационной структуры управления субъектов муниципального жилищно-коммунального комплекса, но критерии оценки деятельности управляющих жилищных организаций не имеют четкого определения [1].

Кандидат экономических наук Кузнецов Г. Г. в материалах своего исследования проводит анализ возможности использования различных организационно-правовых форм компаний в сфере предоставления жилищно-коммунальных услуг, в целях регулирования качества и стоимости общественной услуги, при достижении баланса в удовлетворении интересов — частного (получателя услуг) и общественного (общества как социальной системы, заинтересованного в удовлетворении получателя общественными услугами) [3].

Основной материал. Жилищные и коммунальные услуги и методы их предоставления, безусловно, являются международной темой, объединяющей все развитые страны и оперирующей, достаточно схожими понятиями. С целью получения качественных коммунальных услуг собственники недвижимости в зарубежных странах объединяются в некоммерческие потребительские кооперативы, объединяющую владельцев объектов недвижимости или дольщиков, создаваемые для управления комплексами недвижимого имущества, эксплуатации данного комплекса, владения, пользования и распоряжения собственностью. Объединение собственников жилья (ОСЖ) стало обобщенным термином для различных организационно-правовых форм жилищного со-

трудничества, к примеру, таких как, территориальные сообщества жителей (Planning Unit Developments — PUD), кондоминиумы (Condominium Association), жилищные кооперативы (Housing Cooperatives) в США и Канаде; квартирные акционерные общества в Финляндии; синдикаты во Франции; объединения совладельцев многоквартирных домов (ОСМД) в Украине и проч. [3]. В зарубежных странах, такое название как управляющая компания, используемое в российской терминологии не практикуется.

Следует отметить, что с позиции подхода к предоставлению жилищно-коммунальных услуг Россия не формирует свою абсолютно индивидуальную модель, а перенимает международный опыт. Но нужно заметить, что наша страна имеет и определенную историю развития своих ОСЖ. К примеру, в дореволюционной царской России существовали так называемые города-сады; в период НЭПа — жилищные кооперативы (ЖК), жилищно-арендные кооперативные товарищества (ЖАКТ). В последние 20 лет существования СССР в нем были распространены молодежные жилищные кооперативы (МЖК).

В первую очередь, отметим, что в подавляющем большинстве зарубежных стран, таких как США, Франция, Канада, Нидерланды, Польша, Чехия, Словакия, Мексика, Малайзия, Сингапур и прочих, управление в сфере ЖКХ представляется как отдельный вид предпринимательства, за которое управляющая компания получает вознаграждение (доход) от собственников недвижимости, а ответственность перед собственниками за содержание дома несет объединение (товарищество, ассоциация) собственников недвижимости. Все ключевые управленческие решения (главным образом, по распоряжению деньгами и заключению договоров купли-продажи услуг) принимаются исполнительными органами товарищества (ассоциациями) собственников недвижимости, притом, что управляющий подготавливает и формирует рекомендации для правления (исполнительного органа) товарищества. Таким образом, с учетом иностранного опыта, целесообразно повысить в нашей стране роль исполнительных органов: правления и председателя.

Развитые страны и в том числе США демонстрируют эффективный рынок жилищно-коммунальных услуг с узкоспециализированной деятельностью компаний в области содержания и ремонта жилья. Рассмотрим примеры.

В США инженерные внутридомовые сети обслуживает одна компания, приборы учета на системах теплоснабжения — другая, насосы, установленные на системах теплоснабжения, — третья, нагреватель (бойлер, теплообменник) — четвертая и так далее. При такой системе собственникам жилья нужен такой управляющий, который хорошо знает рынок подрядных работ и позитивные черты применения различных технологий, знает цены, обладает различными финансовыми инструментами и выступает в роли консультанта по данным вопросам [4]. Особенностью данного подхода является разрозненность компаний выполняющих подрядные заказы и сведение их единой системе деятельности инженерных коммуникаций, важная роль при этом ложится на ответственного управляющего и юридическая точность составленных договоров. Положительным элементом является профессионализм выполняемых работ и возможность определения виновного лица в случаи поломки или выхода из строя.

Выделение в зарубежных странах управления МКД в отдельный вид деятельности стимулирует увеличение предложений со стороны профессиональных управляющих и образованию конкурентного рынка услуг в области управления, развитию малого и индивидуального бизнеса в сфере жилищного управления.

Рынок услуг жилищно-коммунального характера диктует требования к управляющим компаниям, невыполнение которых приводит к их неконкурентоспособности. Главным образом, это относится к страхованию управляющей компанией (управляющим органом) своей гражданской и материальной ответственности в случае причинения ущерба собственникам недвижимости вследствие некорректных действий управляющего. Страхование ответственности управляющих компаний сильно развито в подавляющем большинстве европейских стран и Америки. Скорее всего, качество жилищно-коммунальных услуг в России тоже сильно поменялось бы при введении такого подхода в российскую нормативно-правовую базу. Кроме этого, конкурентоспособность управляющей компании растет при наличии документов, подтверждающих ее профессионализм, наличие опыта и финансовую устойчивость, а также беспрекословное следование стандартам в области ЖКХ [2].

В зарубежных странах профессиональные объединения управляющих предлагают разные образовательные курсы, как основные, так и дополнительные курсы повышения квалификации, на которых служащие приобретают более углубленные знания и практический опыт.

Огромную важность имеет подготовка специалистов по вопросам управления жильем. В западных странах многие вузы, а кроме них специальные училища предоставляют базовое образование, дающее выпускнику возможность начать работать управляющим. Законодательством развитых стран установлены серьезные требования к управляющему недвижимостью, о чем свидетельствует ряд примеров.

В Германии управляющий обязан иметь высшее образование и специальность инженера, экономиста, юриста

или социального работника, а кроме того обладать такими индивидуальными качествами, как общительность, умение вести переговоры, решать конфликты.

В Венгрии по закону «О товариществах собственников жилья» управляющими кондоминиумами могут быть исключительно лица, которые прошли соответствующую профессиональную подготовку. С 1999 года в этой стране получили государственное разрешение курсов по обучению специальностям как «управляющий недвижимостью» и «управляющий кондоминиума». Оба курса обучения соответствуют критериям профессиональной подготовки, экзамены сдаются на основании распоряжения венгерского Министерства внутренних дел [3].

Интересен для российских компаний польский опыт, который в числе первых из бывших социалистических государств перешел на управление в сфере управления ЖКХ, создав АО со 100-процентным государственным или муниципальным капиталом. Произошло объединение всех видов коммунальных услуг в единую компанию. Основные экономические, технологические процессы осуществляется холдингом. Главный курс, взятый поляками, — предоставление качественной услуги и стремление к максимальной надежности функционирования всех объектов. Следует также отметить, что на сегодняшний день в сфере ЖКХ Польши действуют поставщики разных форм собственности.

Так, к примеру, в Швеции активно развито движение квартиросъемщиков, следящих за качеством предоставляемых жилищно-коммунальных услуг и ценами на эти услуги, ведущих работу касаясь взаимодействия с государственными и муниципальными органами власти, отстаивают свои права в судебных органах. Несколько союзов и ассоциаций квартиросъемщиков, численность участников в которых составляет сотни тысяч, представляет собой серьезную силу, с которой считаются все политические партии. Такие организации имеют свои штаб-квартиры, региональные и местные отделения.

Выводы. Таким образом, анализ, проведенный в данной статье, дает возможность сделать вывод о том, что в мире накоплен огромный опыт управления ЖКХ, он разнообразен и базируется на национальных особенностях, уровне экономического развития.

Сложность внедрения узкоспециализированной деятельностью компаний в области содержания и ремонта жилья, как представлено в США, из-за отсутствия достаточного предложения российских субъектов малого бизнеса в данной отрасли.

Российские компании пошли по пути постсоветских жилищно-эксплуатационных предприятий, без учета изменившихся социальных и экономических условий. Конфликт интересов между потребителями услуг и поставщиками заключается в изменившихся условиях финансирования и централизованного снабжения. Требования потребителей значительно превышают устаревшие подходы в управлении компаний, материальной базы и обеспеченности. Требуется так же реформирование в законодательной базе, в системе образования.

Литература:

1. Гайнанов Д. А. Основные направления формирования организационно-экономического механизма управления муниципальным жилищно-коммунальным комплексом / Д. А. Гайнанов, Т. А. Герасимов // Вестн. ЧелГУ. — 2010. — № 2. — С. 70–75.
2. Кузнецова Г. Г. Жилищно-коммунальное хозяйство как объект общественного управления / Г. Г. Кузнецова, Е. Ю. Федотовская // МИР (Модернизация. Инновации. Развитие). — 2012. — № 8. — С. 85–88.
3. Макаров Г. Отечественный и зарубежный опыт самоуправления в городских многоквартирных домах / Г. Макаров // Хозяйство и право. — 2011. — № 6. — С. 31–36.
4. Шибиченко Г. И. Государственное и муниципальное регулирование функционирования предприятий ЖКХ / Г. И. Шибиченко // Гос. и муниципальное упр. в XXI веке: теория, методология, практика. — 2015. — № 19. — С. 81–85.

Научное издание

ЭКОНОМИКА, УПРАВЛЕНИЕ, ФИНАНСЫ

VII Международная научная конференция
Краснодар, февраль 2017 г.

Сборник статей

Материалы печатаются в авторской редакции

Дизайн обложки: *Е.А. Шишков*

Верстка: *М.В. Голубцов*

Издательский дом «Новация», г. Краснодар

Подписано в печать 24.02.2017. Формат 60x90 ¹/₈.

Гарнитура «Литературная». Бумага офсетная.

Усл. печ. л. 6,41. Уч.-изд. л. 8,93. Тираж 300 экз.

Отпечатано в типографии издательства «Молодой ученый»
420029, г. Казань, ул. Академика Кирпичникова, д. 25.