

ЦЕНТР РАЗВИТИЯ НАУЧНОГО СОТРУДНИЧЕСТВА

---

---

**ПРОБЛЕМЫ  
СОВРЕМЕННОЙ ЭКОНОМИКИ**

**СБОРНИК МАТЕРИАЛОВ**

XXX Международной научно-практической конференции

г. Новосибирск, 31 марта, 28 апреля 2016 г.

Под общей редакцией  
доктора экономических наук Ж.А. Мингалевой,  
кандидата экономических наук С.С. Чернова



НОВОСИБИРСК  
2016

ББК 65я431  
УДК 330.101.20  
П 781

## ОРГКОМИТЕТ КОНФЕРЕНЦИИ:

**Мингалева Ж.А.**, профессор кафедры Экономики и управления промышленным производством, Пермского национального исследовательского политехнического университета (г. Пермь), доктор экономических наук, профессор – *председатель*.

**Чернов С.С.**, заведующий кафедрой Производственного менеджмента и экономики энергетики Новосибирского государственного технического университета (г. Новосибирск), руководитель ЦРНС, кандидат экономических наук, доцент – *зам. председателя*.

**Журавлёва Т.А.**, профессор кафедры Налоговое консультирование Финансового университета при Правительстве Российской Федерации (г. Москва), доктор экономических наук, профессор.

**Минакова И.В.**, заведующий кафедрой Мировой и национальной экономики Юго-Западного государственного университета (г. Курск), доктор экономических наук, доцент.

**Янов В.В.**, заведующий кафедрой «Финансы и кредит» Поволжского государственного университета сервиса (г. Тольятти), доктор экономических наук, доцент.

**Хечоян Т.Б.** проректор по международным связям Академии государственного управления Республики Армения (г. Ереван).

**Бескорвайная Н.С.**, профессор кафедры «Экономика и учет» Северо-Кавказского государственного технического университета (г. Ставрополь), доктор экономических наук, доцент.

**Хачонова Н.Н.**, директор учебно-методического центра, профессор кафедры Бухгалтерского учета Ростовского государственного экономического университета (г. Ростов-на-Дону), доктор экономических наук, профессор.

**Белоусова С.В.**, заведующий лабораторией Экономических методов управления хозяйством отдела Региональных экономических и социальных проблем ИНИЦ СО РАН (г. Иркутск), кандидат экономических наук, доцент.

**Вайсман Е.Д.**, профессор кафедры «Экономика и финансы» Южно-Уральского государственного университета (г. Челябинск), кандидат экономических наук, доцент.

П 781 **Проблемы современной экономики:** сборник материалов XXX Международной научно-практической конференции / Под общ. ред. Ж.А. Мингалевой, С.С. Чернова. – Новосибирск: Издательство ЦРНС, 2016. – 150 с.

ISBN 978-5-00068-529-7

В сборник вошли материалы секций: «Современные проблемы экономической теории и практики», «Управление социально-экономическим развитием региона», «Государственное регулирование экономических процессов», «Проблемы формирования инновационной экономики», «Теория и практика управления в XXI веке», «Маркетинг в России: современное состояние, перспективы развития», «Вопросы развития человеческого потенциала», «Управленческий и бухгалтерский учет, анализ и аудит», «Экономика и управление предприятиями, отраслями, комплексами».

Сборник материалов МНПК зарегистрирован в РИНЦ и размещен на сайте Научной электронной библиотеки elibrary.ru по адресу: [http://elibrary.ru/title\\_about.asp?id=38355](http://elibrary.ru/title_about.asp?id=38355) (договор на размещение материалов конференции в РИНЦ № 475-08/2013 от 7.08.2013).

**ББК 65я431**  
**УДК 330.101.20**

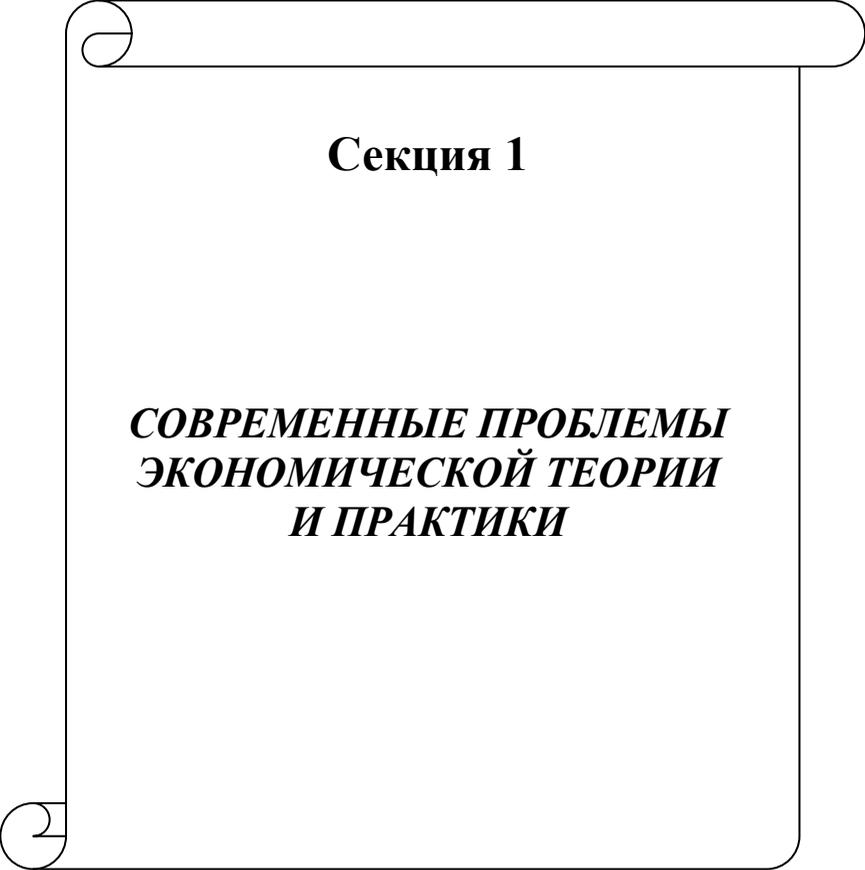
ISBN 978-5-00068-529-7

© Коллектив авторов, 2016

# СОДЕРЖАНИЕ

<b>Секция 1. Современные проблемы экономической теории и практики</b> .....	5
<i>Вдовчина Е.В.</i> О категориальных отличиях платежеспособности и кредитоспособности .....	6
<b>Секция 2. Управление социально-экономическим развитием региона</b> .....	10
<i>Кривошлыков В.С., Жахов Н.В., Шатохин М.В.</i> Направления развития регионального агропродовольственного рынка .....	11
<i>Попенко Е.В.</i> Способы оплаты амбулаторно-поликлинической помощи в системе ОМС .....	17
<i>Чудиновских Е.А.</i> Анализ состояния агропромышленного комплекса Кировской области .....	24
<b>Секция 3. Государственное регулирование экономических процессов</b> .....	30
<i>Беляев Р.Н.</i> Регулирование инвестиционной политики строительной отрасли региона: постановка задачи исследования .....	31
<i>Зудина Л.В.</i> Государственное регулирование банковского сектора экономики РФ .....	35
<i>Майоров И.Г.</i> Государственная поддержка малого и среднего предпринимательства в области маркетинга .....	41
<b>Секция 4. Проблемы формирования инновационной экономики</b> .....	48
<i>Атабаева Д.Т.</i> Инновационная Германия в экономике ЕС .....	49
<i>Морозов А.А., Сидоренко Е.Н.</i> Современный инновационный процесс: основные проблемы .....	55
<i>Орловский А.М., Макеев В.А.</i> Развитие инновационной инфраструктуры в строительной сфере России .....	61
<i>Платонова Е.Д.</i> Роль институтов развития в создании инновационного сектора экономики .....	66
<b>Секция 5. Теория и практика управления в XXI веке</b> .....	75
<i>Абазова К.А.</i> Профессионализм государственных гражданских служащих как один из факторов эффективного государственного управления .....	76

<i>Берченко В.С.</i> Сущность консалтинга и ключевые подходы к формированию его определения .....	82
<b>Секция 6. Маркетинг в России: современное состояние, перспективы развития .....</b>	<b>90</b>
<i>Азарова С.П.</i> Маркетинг на страховом рынке в современных условиях.....	91
<i>Костина Л.В.</i> Анализ имиджа Ставропольского края как туристского региона.....	96
<b>Секция 7. Вопросы развития человеческого потенциала .....</b>	<b>103</b>
<i>Абрамова В.В., Пацук О.В.</i> Проблемы мотивации персонала предприятий .....	104
<b>Секция 8. Управленческий и бухгалтерский учет, анализ и аудит ..</b>	<b>110</b>
<i>Зайцева Н.М.</i> Коды вида расходов (КВР) и КОСГУ для бюджетных и автономных учреждений.....	111
<b>Секция 9. Экономика и управление предприятиями, отраслями, комплексами .....</b>	<b>116</b>
<i>Беляев М.Я., Комаров В.С.</i> Информационная поддержка принятия управленческих решений в строительстве .....	117
<i>Вайнер А.С.</i> Влияние факторов внешней и внутренней среды на конкурентоспособность малого предприятия .....	123
<i>Глухов К.Е., Фролова О.Н.</i> Терминологические аспекты понятия «Система управления на транспорте».....	129
<i>Туркбаев А.Б.</i> Прогнозирование объема продукции, выпускаемой малыми предприятиями Кыргызстана.....	133
<i>Чистяков Д.А., Селютина Л.Г., Китаев М.А.</i> Проблемные вопросы взаимодействия участников инвестиционно-строительной деятельности в регионе .....	142

A decorative border resembling a scroll, with rounded corners and a small circular element at the top-left and bottom-left corners.

**Секция 1**

***СОВРЕМЕННЫЕ ПРОБЛЕМЫ  
ЭКОНОМИЧЕСКОЙ ТЕОРИИ  
И ПРАКТИКИ***

# О КАТЕГОРИАЛЬНЫХ ОТЛИЧИЯХ ПЛАТЕЖЕСПОСОБНОСТИ И КРЕДИТОСПОСОБНОСТИ

© Вдовчина Е.В.<sup>1</sup>

Омский государственный университет путей сообщения, г. Омск

В данной статье рассматривается проблема правомерности использования понятий «кредитоспособность» и «платежеспособность» в качестве синонимов. В статье речь идет об отличительных чертах приведенных понятий.

**Ключевые слова:** платежеспособность, кредитоспособность, заемщик, долговые обязательства.

Для осуществления своей производственной деятельности предприятия вынуждены прибегать к заемным источникам финансирования, ключевое место среди которых занимает кредит.

Состояние кредитоспособности и платежеспособности потенциального заемщика являются факторами, которые играют наиболее важную роль в определении уровня кредитного риска банка.

В экономической литературе с помощью платежеспособности и кредитоспособности выражается финансовое состояние предприятия, другими словами, способность вовремя удовлетворять платежные требования в соответствии с хозяйственными договорами, возвращать кредиты, выплачивать рабочим и служащим заработную плату, вносить платежи и налоги в бюджет.

В рамках данной статьи попытаемся выявить отличительные признаки платежеспособности и кредитоспособности, установить правомерность использования данных категорий в качестве синонимов.

Структура используемого капитала и финансовая устойчивость; оценка производимой продукции с точки зрения спроса на нее при сложившихся рыночных условиях; ликвидность активов предприятия – несколько основных условий, которые учитываются в оценке кредитоспособности.

---

<sup>1</sup> Кафедра «Финансы и кредит, бухгалтерский учет и аудит».

Следует отметить, что кредитоспособность, не ограничивается условиями, приведенными выше, а также включает такие условия как: требование к уровню рентабельности деятельности, оборачиваемости различных видов активов, окупаемости вложений, качеству менеджмента организации, содержанию кредитной истории.

При толковании термина «кредитоспособность заемщика» учитывается комплекс определенных факторов, в том числе: дееспособность и правоспособность заемщика для совершения кредитной сделки; его деловая репутация; наличие обеспечения; способность заемщика получать доход – генерировать денежные потоки.

Таки образом, можно заключить, что кредитоспособность хозяйствующего субъекта (заемщика) – это правовая и финансовая информация, представленная различными показателями, которая позволяет оценить его возможность в будущем полностью и в срок, предусмотренный в кредитном договоре, рассчитаться по своим долговым обязательствам перед кредитором, а также определяющая степень риска банка при кредитовании конкретного заемщика.

По мнению О.И. Лаврушина кредитоспособность представляет собой способность заемщика полностью и в срок рассчитаться по своим долговым обязательствам (основному долгу и процентам) [1].

Такого же мнения придерживается профессор А.Д. Шерemet, который под кредитоспособностью хозяйствующего субъекта понимает – способность своевременно производить все срочные платежи при обеспечении нормального хода производства за счет наличия адекватных собственных средств и в форме, позволяющей без серьезных финансовых потрясений мобилизовать в кратчайшие сроки достаточный объем денежных средств для удовлетворения всех срочных обязательств перед различными кредиторами.

Также А.Д. Шерemet считает, что платежеспособность заемщика – это показатель, в котором проявляется его финансовое состояние, т.е. способность организации вовремя удовлетворять платежные требования поставщиков в соответствии с хозяйственными договорами, производить оплату труда персонала, вносить платежи в бюджеты и во внебюджетные фонды [2].

В учебнике «Банковское дело» под редакцией профессора Г.Н. Белоглазовой под кредитоспособностью понимается – способность погасить долговые обязательства перед коммерческим банком по ссуде и процентам по ней в полном объеме и в срок, предусмотренный кредитным договором [3].

По мнению В.В. Остапенко, понятие «кредитоспособность» определяется через способность предприятия своевременно и полностью исполнить свои обязательства по кредитному договору. Предметом анализа здесь будет являться не только заемщик, а конкретная кредитная сделка. Информационная база для анализа кредитоспособности значительно шире, чем для платежеспособности, когда делается, лишь количественный анализ. Оценивая кредитоспособность, нужно провести как количественный, так и качественный анализ.

В приведенных выше определениях не разграничиваются термины «платежеспособность» и «кредитоспособность» и можно говорить о том, что под кредитоспособностью подразумевается способность расплатиться по кредитным обязательствам, в то время как платежеспособность – по всем видам обязательств.

Понятие кредитоспособности – возможность заемщика погасить только ссудную задолженность, поэтому характеристика кредитоспособности должна быть иной, чем платежеспособность, поскольку в соответствии с принципами кредитования заемные средства можно погасить как за счет выручки от основной деятельности, так и за счет вторичных источников обеспечения (реализация залога, взыскание с гаранта) [4].

Кроме того, как отмечается в определениях, платежеспособность – это возможность удовлетворить требования кредиторов в настоящий момент, а кредитоспособность – прогноз такой способности на будущее.

Также существенным различием является то, что погашает свои обычные обязательства организация, как правило, за счет выручки от реализации продукции (работ, услуг). Возврат кредита проводится как из собственных средств заемщика, так и за счет средств, поступивших реализации банком обеспечения, переданного в залог, средств гаранта или поручителя, страховых возмещений.

Помимо этого, кредитоспособность определяется не только тем, насколько ликвидны активы организации, направляемые на погашение обязательств, но и множеством других факторов, не зависящих напрямую от хозяйствующего субъекта (контрагенты, рынки сбыта и др.) и не всегда поддающихся количественному измерению.

Также существует подход к определению кредитоспособности, который связывает ее с платежеспособностью, но, учитывая изложение выше, в зависимости от целей анализа их можно рассматривать как разные понятия [5].

Оценивая кредитоспособность, нужно принимать во внимание не только финансовый результат, но и всю схему детальности предприятия. Необходимо знать реальную рентабельность деятельности, которая позволит банку прогнозировать достаточность источников погашения ссуды на период кредитования.

Таким образом, учитывая вышесказанное, можно сделать вывод о том, что понятие «платежеспособность» шире, чем «кредитоспособность». Отличительными чертами понятий являются: предмет анализа, информационная база, а также методы и приемы.

### **Список литературы:**

1. Лаврушин О.И., Валенцева Н.И. Банковское дело: учебник для бакалавров. – КноРус, 2014.
2. Баканов М.И., Шеремет А.Д. Теория экономического анализа: учебник. – 4-е изд., доп. и перераб. – М.: Финансы и статистика, 2012.
3. Банковское дело. Организация деятельности коммерческого банка / Под. ред. Г.Н. Белоглазовой, Л.П. Кроливецкой. – М.: Финансы и статистика, 2014.
4. Юсупова О.А. Инвестиционное кредитование в условиях кризиса // Инвестиционная экономика и общество. – 2015. – № 2 (8).
5. Юсупова О.А. Рецензия на монографию «Роль кредита и модернизация деятельности банков в сфере кредитования» // Финансы и кредит. – 2013. – № 9 (537).

## **Секция 2**

***УПРАВЛЕНИЕ СОЦИАЛЬНО-  
ЭКОНОМИЧЕСКИМ  
РАЗВИТИЕМ РЕГИОНА***

# НАПРАВЛЕНИЯ РАЗВИТИЯ РЕГИОНАЛЬНОГО АГРОПРОДОВОЛЬСТВЕННОГО РЫНКА<sup>1</sup>

© Кривошлыков В.С.<sup>2</sup>, Жахов Н.В.<sup>3</sup>, Шатохин М.В.<sup>4</sup>

Курская сельскохозяйственная академия им. И.И. Иванова, г. Курск

В данной статье осуществлен опыт исследования перспективных направлений исследования регионального рынка с позиций эластичности товара на данном рынке. Предложено использовать при исследовании рыночных изменений скорректированный коэффициент эластичности, позволяющий отразить влияние потребительских доходов, оказывающих значительное влияние на совокупный спрос.

*Ключевые слова:* региональный рынок, механизм эластичности, потребительские доходы, совокупный спрос, среднедушевое потребление, скорректированный коэффициент эластичности.

Оценка и выбор перспективных вариантов развития региональных рынков осуществляется с использованием механизмов выбора на основе имеющейся информации о вариантах развития, источником которой может служить результаты данного научного исследования. Механизм выбора представляет собой совокупность вариантов и правил выбора, показывающих, каким образом происходит выделение наиболее перспективных направлений развития региональных рынков, в соответствии с критериями выбора [1].

Для проведения подобного рода исследования необходимо иметь информацию о среднедушевом потреблении мяса в целом и каждого отдельного вида мяса в частности, жителями Курской области. Информационная база исследования включала значения среднедушевого потребления мяса жителями Курской области, которые определялись по материалам Федеральной службы государственной статистики [2]. Однако для отдельных видов мяса (говядина, свинина, мясо птицы) информация не публикуется ни в статисти-

---

<sup>1</sup> Публикация подготовлена в рамках поддержанного РГНФ научного проекта № 16-32-00030.

<sup>2</sup> Доцент кафедры Менеджмента, кандидат экономических наук.

<sup>3</sup> Доцент кафедры Анализа, аудита и статистики.

<sup>4</sup> Профессор кафедры Экономической теории.

ческих сборниках, ни на официальном сайте Росстата. Поэтому потребление отдельных категорий мяса, формирующих локальные рынки, определялось как сумма регионального производства отдельного вида мяса и импорта деланная на среднегодовую численность населения [3-7].

Динамика среднедушевых объемов потребления отдельных видов мяса и среднегодовых потребительских цен представлена в таблице 1.

За рассматриваемый период потребление говядины на душу населения уменьшалось, а ее цена постоянно увеличивалась. Объемы потребления говядины, среди остальных видов мяса были на первом месте до 2003 года. Затем на первое место по потреблению вышло мясо птицы.

Самым дорогим видом мяса для потребителей Курской области в 2014 году является говядина (263,2 руб. за кг), а самым доступным мясо птицы (87,9 руб. за кг.). Однако учитывая существенный разброс в ценах представляется поспешным делать однозначные выводы относительно динамики структурных сдвигов в потреблении мяса (увеличение потребления мяса птицы на фоне снижения потребления говядины, например) и как следствие прогнозировать заговаривание рынка говядиной и дефицит мяса птицы.

*Таблица 1*

**Динамика среднедушевого потребления видов мяса  
и среднегодовых потребительских цен  
в Курской области за период 2000-2014 гг.**

Годы	Говядина		Свинина		Мясо птицы	
	Потребление, кг	Цена, руб./кг	Потребление, кг	Цена, руб./кг	Потребление, кг	Цена, руб./кг
2000	21,2	69,6	20,3	71,4	19,6	48,7
2001	18,3	72,5	20,6	75,8	18,7	56,8
2002	21,2	74,6	20,5	82,6	19,12	58,5
2003	21,8	97,7	21,5	99,2	19,7	65,8
2004	19,01	138,6	19,6	145,8	21,6	62,3
2005	17,7	165,94	16,7	184,2	23,01	70,2
2010	16,2	172,36	15,2	176,9	25,5	63,5
2011	16,2	193,77	17,6	194,6	29,5	76,6
2012	18,3	236,7	22,6	228,4	24,8	86,7
2013	16,7	244,99	26,3	238,9	27,3	86,6
2014	16,01	263,2	31,3	238,7	25,8	87,7

Кроме того, потребление трех категорий мяса населением Курской области отлично от нормативов потребления НИИ РАМН РФ. Нормативными считаются следующие объемы потребления мяса в год: говядина (29 кг/чел.), свинина (16 кг/чел.), мясо птицы (36 кг/чел.). В пропорции данные нормативы соотносятся следующим образом 1 : 0,55 : 1,24. В 2010 году фактическое потребление трех видов мяса выражалось как 0,55 : 1,95 : 0,72. Из анализа данных соотношений потребления мяса ясно, что в 2014 году жители области употребляли недостаточное количество говядины и мяса птицы, а свинины потреблялось значительно больше нормы.

Для более детального анализа потребления мяса необходимо, на наш взгляд использовать аппарат эластичностей. В таблице 2 представлены расчетные значения показателя эластичности спроса по цене и по доходу для каждой отдельной категории мяса.

Ценовая эластичность спроса на говядину, а также эластичность по доходу практически за весь рассматриваемый период имеют отрицательные значения. Причины, объясняющие данное явление заключаются в том, что с течением времени объемы производства говядины и как следствие объемы потребления уменьшались, а потребительские цены постоянно увеличивались.

Таблица 2

### Расчетные значения показателя эластичности, по данным Курской области за период 2000-2014 гг.

Годы	Говядина		Свинина		Мясо птицы	
	$E_p^D$	$E_I^D$	$E_p^D$	$E_I^D$	$E_p^D$	$E_I^D$
2001	-3,8	-0,5	0,2	0,3	0,2	0,1
2002	5,4	0,5	-0,2	-0,2	0,2	0,2
2003	0,2	0,2	0,3	0,3	0,3	0,1
2004	-0,4	-0,5	-0,2	-0,4	8,4	0,4
2005	-0,4	-0,3	-0,6	-0,7	0,3	0,1
2010	-2,2	-0,3	2,3	-0,4	2,1	0,3
2011	-0,1	-0,1	1,6	0,6	1,4	0,3
2012	0,6	0,4	1,7	0,9	-0,2	-0,1
2013	-2,3	-0,8	3,4	1,5	5,4	0,9
2014	-0,7	-0,5	4,6	2,1	-4,2	-0,6

Примечание:  $E_p^D$  – эластичность спроса по цене;  $E_I^D$  – эластичность спроса по доходу.

Начиная с 2008 года реальные располагаемые денежные доходы населения Курской области снижались. Поэтому потребители, не имея возможности покупать все более дефицитное и более дорогое мясо КРС, переориентировались на более дешевые виды мяса.

Коэффициенты эластичности по спросу и по доходу на свинину имеют положительное значение на протяжении последних нескольких лет. Объемы производства свинины, вследствие государственного субсидирования свиноводства, увеличивались. Цены на свинину также росли с течением времени, однако не являются столь высокими как цены на говядину. Поэтому с увеличением потребительских доходов население приобретало свинину значительно более охотно, чем говядину.

Спрос на мясо птицы всегда был эластичным. Отрицательные значения коэффициентов эластичности наблюдается только в 2008 и 2014 году. Это связано со снижением объемов производства мяса птицы в Курской области в указанные годы. Снизившиеся объемы производства как следствие вызвали уменьшение среднедушевого потребления мяса птицы при незначительном темпе роста цен.

Однако при всей информативности рассчитанных коэффициентов эластичности невозможно точно определить структуру изменения потребительских предпочтений жителей Курской области. Необходимо, на наш взгляд рассчитать перекрестные коэффициенты эластичности, которые позволят глубже изучить причины и пропорции одновременного изменения спроса на взаимозаменяемые товары. Кроме того перекрестные коэффициенты эластичности позволят определить степень взаимозаменяемости различных видов мяса.

В таблице 3 приведены расчетные данные, отражающие смещение спроса на выделенные товары. В качестве основного изучаемого товара выбрана говядина, в качестве заменителей – свинина и мясо птицы. Разумеется, на мясном рынке Курской области имеют место такие виды мяса, как например, баранина и крольчатина. Но поскольку удельный вес потребления подобных видов мяса в масштабах области невелик, можно в рамках предлагаемой модели пренебречь их учетом. Хотя стоит оговориться, что в случае роста предложения других видов мяса не исключена ситуация, когда часть спроса на изучаемые товары будет соответственно переориентироваться.

Таблица 3

**Коэффициенты перекрестной эластичности, рассчитанные по данным мясного рынка Курской области за период 2001-2014 гг.**

Годы	$E_{ХУ}$	$E_{ХУ}$	$E_{ХУ}$
	Говядина / свинина	Говядина / птица	Свинина / птица
2001	-2,3	-0,9	0,1
2002	1,8	6,1	-0,6
2003	2,2	0,2	0,5
2004	-0,3	2,5	1,5
2005	-0,1	-0,6	-1,2
2010	2,2	0,9	0,8
2011	1,2	-0,1	0,8
2012	1,8	0,8	2,2
2013	1,7	1,5	-2,8
2014	3,8	-2,6	1,1

Примечание:  $E_{ХУ}$  – перекрестный коэффициент эластичности.

Коэффициенты перекрестной эластичности за весь рассматриваемый период довольно сильно изменяются в своих значениях. Подобные изменения можно объяснить как изменением вкусовых предпочтений потребителей, так и изменением объемов производства мяса и следовательно величиной среднедушевого потребления.

Из анализа таблицы 3 становится ясно, что в связи с уменьшением предложения говядины и ростом цен на нее часть спроса удовлетворяется за счет свинины и мяса птицы. Причем из значений коэффициентов перекрестной эластичности ясно, что потребители Курской области значительно охотнее потребляют говядину, а не свинину. Данный факт, по нашему мнению, необходимо учитывать при разработке производственных планов на долгосрочную перспективу.

Однако вместе с тем необходимо учесть, что на долгосрочную перспективу невозможно компенсировать прирост потребления мяса за счет птицы или свинины: специалисты фиксируют «усталость» потребителя от постоянного потребления одинаковых видов мяса. Складывающаяся экономическая ситуация располагает к тому, чтобы в среднесрочной перспективе внести большее разнообразие в рацион потребления мяса. Поэтому, учитывая,

что рынки свинины, говядины и мяса птицы далеки от насыщения (т.к. не достигнуты оптимальные нормы потребления), можно предположить, что не будет резкого спада потребления ни по одному виду мяса. Следовательно, предложения о перераспределении государственного финансирования подотраслей мясной промышленности в Курской области требуют более глубокой и детальной проработки.

Предложенный подход к определению перспектив развития региональных рынков позволяет отслеживать изменения потребительских предпочтений в различные промежутки времени, а скорректированный коэффициент эластичности создает возможность глубже изучить причины и пропорции параметров спроса на товары субституты и оценить влияние потребительских доходов, которые оказывают значительное влияние на спрос и выбор категории мяса.

#### **Список литературы:**

1. Выдрина О.Н. Тенденции рынка сахара в Российской Федерации в условиях присоединения к ВТО [Текст] / О.Н. Выдрина, Р.В. Солошенко, О.В. Святова, В.С. Кривошлыков // Вестник Курской государственной сельскохозяйственной академии. – 2012. – № 6. – С. 7-12.

2. Кривошлыков В.С. Выбор перспектив развития региональных рынков Курской области [Текст] / В.С. Кривошлыков // Вестник Курской государственной сельскохозяйственной академии. – 2012. – № 6. – С. 25-27.

3. Кривошлыков В.С. Анализ функционирования и развития мирового рынка (на примере рынка мяса) [Текст] / В.С. Кривошлыков, И.И. Степкина, В.П. Гугало // Вестник Курской государственной сельскохозяйственной академии. – 2012. – № 8. – С. 26-29.

4. Кривошлыков В.С. Концепция комплексной оценки функционирования локального рынка [Текст] / В.С. Кривошлыков, В.И. Гуров, Н.В. Шишаева // Вестник Курской государственной сельскохозяйственной академии. – 2012. – № 9. – С. 17-21.

5. Кривошлыков В.С. Экономическая природа локального рынка и его позиционирование в социально-экономической системе [Текст] / В.С. Кривошлыков // Вестник Курской государственной сельскохозяйственной академии. – 2013. – № 1. – С. 38-40.

6. Кривошлыков В.С. Основы продовольственной безопасности Российской Федерации в условиях глобализации [Текст] / В.С. Кривошлыков // Вестник Курской государственной сельскохозяйственной академии. – 2013. – № 1. – С. 43-46.

7. Кривошлыков В.С. Государственная поддержка как фактор устойчивого финансового состояния сельскохозяйственных предприятий [Текст] / Н.В. Жахов, М.В. Шатохин, А.В. Малахов, В.С. Кривошлыков // Вестник Курской государственной сельскохозяйственной академии. – 2015. – № 7. – С. 21-24.

## СПОСОБЫ ОПЛАТЫ АМБУЛАТОРНО-ПОЛИКЛИНИЧЕСКОЙ ПОМОЩИ В СИСТЕМЕ ОМС

© Попенко Е.В.<sup>1</sup>

Уральский федеральный университет  
имени первого Президента России Б.Н. Ельцина, г. Екатеринбург

В статье рассматриваются распространенные способы оплаты медицинской помощи в поликлинических подразделениях медицинских учреждений из средств обязательного медицинского страхования, их особенности, преимущества и недостатки.

**Ключевые слова:** обязательное медицинское страхование, амбулаторно-поликлиническая помощь, способы оплаты, подушевое финансирование, фондодержание, медицинская услуга.

Амбулаторно-поликлиническая помощь (АПП) является самой доступной и массовой среди оказываемых в настоящее время видов медицинской помощи населению. В ее основе лежит участковый принцип. Каждый гражданин Российской Федерации прикрепляется к врачу-терапевту, который

---

<sup>1</sup> Магистрант кафедры Финансов, денежного обращения и кредита Высшей школы экономики и менеджмента.

обязан систематически отслеживать состояние здоровья пациента, не только оказывая квалифицированную первичную помощь в случае заболевания (как в поликлинике, так и на дому), но и занимаясь профилактической (диагностика, диспансеризация, профосмотры, посещения центров здоровья) и просветительской деятельностью с целью формирования привычки к здоровому образу жизни. Задачами АПП должны также являться выявление заболеваний на ранних стадиях, снижение случаев инвалидности и смертности.

Соблюдение данных принципов в АПП позволяет оптимизировать расходы ОМС на медицинскую помощь в целом, так как затраты на поликлиническое обслуживание в разы ниже, чем на стационарное. По статистике лечение в поликлинике успешно проходят около 80 % больных, и только оставшиеся 20 % подлежат госпитализации [6]. В условиях кризисного дефицита средств целесообразно оптимизировать оплату и повышать эффективность именно в поликлинических подразделениях.

Способы оплаты медицинской помощи в поликлинике оцениваются с точки зрения выполнения следующих условий: предсказуемость возмещения затрат на лечение и профилактику; свобода выбора пациента; возможность сокращения административных издержек в пользу медицинской составляющей; стимулирование медицинского персонала к оказанию необходимой и достаточной помощи – квалифицированной, но не излишней; заинтересованность в сохранении здоровья пациента и оказании наибольшего объема медицинских услуг собственными силами.

Возмещение затрат на оказание услуг населению может быть как предварительным, так и фактическим. Наиболее распространенными на территории Российской Федерации можно назвать следующие способы оплаты: по смете расходов, за отдельную услугу, по законченному случаю, по подушевому нормативу [5]. Далее рассмотрим каждый из методов с точки зрения их особенностей, преимуществ и недостатков.

### **Оплата по смете расходов**

В конце 90-х годов прошлого века данный способ возмещения за лечение пациентов использовался в большинстве регионов РФ. Он базируется на определении объемов финансирования на основании сведений, предос-

тавленных медицинской организацией, об усредненном количестве посещений в год и штатном расписании.

Достоинством данного способа является простой и предсказуемый механизм расчета объемов финансирования.

К недостаткам можно отнести отсутствие заинтересованности учреждения, как в сокращении штатов, так и в уменьшении количества посещений пациентов и сохранении здоровья населения; отсутствие стимула к сокращению направлений к узким специалистам и в круглосуточные стационары; отсутствие необходимости персонифицированного учета оказанных услуг и, как следствие, невозможность дальнейшей оценки и планирования структуры посещений медицинского учреждения.

### **Оплата за медицинскую услугу**

Данный метод также называют гонорарным. Он предполагает отдельную оплату за каждую тарифицированную медицинскую услугу, оказанную пациенту, будь то посещение, процедура, обследование или консультация.

Перечень услуг и тарифы на них устанавливаются Тарифным Соглашением [1], как правило, между Министерством здравоохранения субъекта РФ, территориальным фондом ОМС, союзом страховых медицинских организаций и профессиональным союзом медицинских работников. Структура тарифа включает в себя расходы на заработную плату, приобретение лекарственных средств, инвентаря, инструментария, продуктов питания, проведение лабораторных исследований, транспортные и коммунальные услуги, арендную плату и прочее [2].

К достоинствам данного способа относят, прежде всего, качественную детализацию сведений об оказанных услугах, достаточную для оценки структуры медицинской помощи в различных разрезах: количество каждой тарифицированной услуги за период, половозрастной состав пациентов, диагнозы, результаты лечения и т.д. Так как оплата зависит от объема и тарифа, нет опасений в том, что пациент не получит полный перечень необходимых ему обследований. Повышается заинтересованность медицинского персонала в обслуживании в своем учреждении наибольшего количества граждан.

Недостатки данного метода оплаты также очевидны. Данный способ стимулирует врачей к назначению необоснованных обследований, причем, в пользу более затратных. Отсутствует мотивация персонала в сохранении здоровья пациента. Увеличивается риск так называемых «приписок» – фактически не оказанных посещений или исследований. Возрастают административные расходы. Объем финансовых средств к возмещению плохо прогнозируется.

Тем не менее, данный способ оплаты порождает в медицинском сообществе, как правило, меньше всего вопросов.

Существует также условно-гонорарный метод оплаты, при котором вместо тарифов используются баллы: например, осмотр специалиста – 5 баллов, обследование – 30 баллов и т.д.

### **Оплата за законченный случай**

Данный метод используется при возможности рассчитать усредненную нормативную стоимость для целой группы или стандартного набора услуг (например, посещений, исследований, манипуляций при диспансеризации отдельных групп населения). При этом тариф утверждается на оплату случая в целом, без детализации по услугам.

Случаи чаще всего классифицируются по таким критериям, как нозологическая форма (по международному классификатору болезней), тяжесть пациента, состав (конкретный перечень обследований).

К достоинствам данного метода можно отнести незаинтересованность медперсонала в назначении дополнительных обследований, ориентацию врачей на обслуживание большего количества пациентов при стремлении сокращения сроков лечения.

Недостатками можно считать отсутствие заинтересованности персонала в сохранении здоровья пациентов при наличии соблазна оказать не весь перечень необходимых больному обследований (так как оплата от количества конкретных услуг не зависит) или искусственно завысить тяжесть случая (с целью получить оплату по более высокому тарифу). Также существует вероятность отказа в помощи пациенту и направлению его в другие медицинские организации в непростых и не всегда окупаемых случаях лечения.

Кроме того, статистика по оказываемым пациентам услугам обычно недостоаточно детализирована для последующей аналитики.

### **Подушевое финансирование**

Способ оплаты медицинской помощи за душу населения можно считать древнейшим в мире. Так, тысячу лет назад в Китае и Средиземноморье врачи вознаграждались за каждого пациента, кому удалось сохранить здоровье.

Современное подушевое финансирование построено на нормативах (фиксированной на период сумме) за каждого прикрепленного к данной медицинской организации пациента, независимо от объема и затрат на оказанные ему медицинские услуги.

Подушевые нормативы и методики их расчета утверждаются Тарифным Соглашением и дифференцируются с учетом критериев, определяющих различия в затратах на оказание поликлинической помощи в конкретной медицинской организации: половозрастная структура прикрепленного населения, наличие в составе поликлиники удаленных подразделений, общеврачебных практик и фельдшерско-акушерских пунктов, уровень расходов на содержание и др.

Медицинскую организацию (МО), к которой прикреплен гражданин, принято называть МО-фондодержатель, а ту, что фактически оказала пациенту медицинскую помощь – МО-исполнитель. Чаще всего это одно и то же медицинское учреждение. В особых случаях, когда МО-фондодержатель не имеет возможности предоставить медицинскую услугу собственными силами, пациент получает направление в иную МО-исполнитель. Подобные услуги называются внешними. В этом случае МО-фондодержатель возмещает МО-исполнителю затраты в соответствии с утвержденными Соглашением тарифами. Подушевой норматив включает дополнительные средства для целей последующих взаиморасчетов.

Формула для результирующего расчета финансирования (СФ) медицинской организации выглядит следующим образом:

$$СФ = N \times Ч_{от} - S_{кду},$$

где  $N$  – дифференцированный подушевой норматив финансирования на одного прикрепленного к МО;  $Ч_{от}$  – численность прикрепленных к МО граждан;  $S_{кду}$  – сумма, по внешним услугам (межучрежденческие расчеты).

Очевидно, что при внедрении данного способа оплаты, особое внимание следует уделить вопросам прикрепления граждан к медицинским организациям, так как именно от этого зависит и величина подушевого норматива, и доля внешних услуг. Необходимо утвердить: перечень МО-фондодержателей; порядок финансирования и взаиморасчетов между МО; тарифы для внешних услуг; регистр прикрепленного населения, обеспечив включение в него всех граждан, застрахованных в системе ОМС. Важно реализовать право гражданина на выбор медицинской организации и врача для прикрепления.

Стоит учесть, что гражданин Российской Федерации, застрахованный в системе ОМС, имеет право на получение бесплатной медицинской помощи на всей территории РФ [1]. В случае, если была оказана АПП пациенту за пределами субъекта страхования, возмещение затрат производится по тем же тарифам, что и для внешних услуг. Взаиморасчеты производятся через территориальные фонды ОМС [2].

Введение системы фондодержания нацелено на повышение ответственности участкового врача в частности и медицинской организации в целом за состояние здоровья прикрепившегося населения. Становится выгодно профилактировать и выявлять заболевания на ранней стадии, грамотно маршрутизировать пациентов (как к узким специалистам, так и в иные учреждения), планировать объемы первичной и специализированной помощи, улучшать качество оказания АПП, расширяя перечень услуг, с целью последующей минимизации затрат на дорогостоящее лечение и внешние консультации.

К достоинствам данного способа оплаты АПП можно отнести: заинтересованность персонала в сохранении здоровья населения, в том числе за счет увеличения объемов профилактической деятельности; отсутствие стимула к «припискам» и искусственному наращиванию числа посещений и обследований; необходимость планирования и стремления к рациональному использованию финансовых, человеческих и иных ресурсов.

К недостаткам относят: трудоемкий процесс учета прикрепившегося населения; стремление медицинских организаций открепить пациентов, тре-

бующих затратного лечения; вероятность сокращения необходимых пациенту услуг; сдерживание направлений на консультации в иные медицинские организации даже в случае их обоснованности, и, как следствие, снижение доступности медицинской помощи.

Одним из вариантов подушевого финансирования является оплата с учетом показателей результативности. При использовании данного метода Тарифным соглашением определяется доля норматива (например, 85 %), выплачиваемая медицинской организации безусловно. Остальные средства направляются МО только при достижении четко определенных целевых значений. Показателями результативности могут являться: охват населения диспансеризацией, доля профилактических посещений, доля госпитализаций, в том числе экстренных, доля больных определенными заболеваниями, смертность, удовлетворенность населения качеством и доступностью АПП, доля нарушений и жалоб, подтвержденных экспертом и т.п. [4].

### **Заключение**

Выбор того или иного способа оплаты АПП в рамках ОМС остается в компетенции субъекта Российской Федерации. Как мы видим, у каждого метода есть свои достоинства и недостатки. Чаще всего на территории используется смешанный тип финансирования. Например, оплата по подушевому финансированию (участковая служба и узкие специалисты) в сочетании с оплатой за медицинскую услугу (дорогостоящие исследования) и законченный случай (диспансеризация). Все применяемые методы фиксируются в Тарифном Соглашении субъекта РФ.

Постановлением Правительства РФ [3] на 2016 год рекомендованы следующие способы оплаты АПП:

- по подушевому нормативу финансирования на прикрепившихся лиц в сочетании с оплатой за медицинскую услугу и/или законченный случай;
- за медицинскую услугу (преимущественно для медицинских организаций, не имеющих прикрепления);
- по подушевому нормативу финансирования на прикрепившихся лиц с учетом показателей результативности.

Выбранный способ оплаты должен стимулировать медицинские организации к повышению доступности и качества медицинских услуг, уровня удовлетворенности, как пациентов, так и врачей, эффективности использования ресурсов. При этом способствовать прозрачному и рациональному использованию финансовых средств обязательного медицинского страхования.

### **Список литературы:**

1. Федеральный закон от 29.11.2010 № 326-ФЗ «Об обязательном медицинском страховании в Российской Федерации» (в ред. от 14.12.2015).

2. Приказ Министерства здравоохранения и социального развития РФ от 28.02.2011 № 158н «Об утверждении правил обязательного медицинского страхования» (в ред. от 06.08.2015).

3. Постановление Правительства РФ от 19 декабря 2015 года № 1382 «О Программе государственных гарантий бесплатного оказания гражданам медицинской помощи на 2016 год».

4. Письмо Минздрава России № 11-9/10/2-7938, ФФОМС № 8089/21-и от 24.12.2015 «О методических рекомендациях по способам оплаты медицинской помощи за счет средств обязательного медицинского страхования».

5. Семенов В.Ю. Способы оплаты медицинских услуг / В.Ю. Семенов // ГлавВрач. – 2007. – N 4.

6. Чернышев В.М. Подушевое финансирование амбулаторно-поликлинической службы: Методические рекомендации / В.М. Чернышев, И.М. Гичева, О.Н. Герасименко, А.Л. Заиграев. – Новосибирск, 2005. – 32 с.

## **АНАЛИЗ СОСТОЯНИЯ АГРОПРОМЫШЛЕННОГО КОМПЛЕКСА КИРОВСКОЙ ОБЛАСТИ**

**© Чудиновских Е.А.<sup>1</sup>**

Вятский государственный университет, г. Киров

В статье проанализированы теоретические основы показателей эффективности сельского хозяйства в Кировской области, а так же при-

---

<sup>1</sup> Студент.

чины отстающих позиций области по отношению к субъектам Приволжского Федерального округа.

**Ключевые слова:** валовый региональный продукт, агропромышленный комплекс, государственная программа развития агропромышленного комплекса, показатели эффективности; оценка.

Макроэкономическая теория начала разрабатываться в 30-50-е годы 20 века. Её основоположником считается выдающийся английский экономист Джон Мейнард Кейнс, доказавший необходимость активного участия государства в национальной экономике [2].

На сегодняшний день исчисление важнейших макроэкономических показателей происходит посредством системы национальных счетов. Продолжением данной системы на региональном уровне является система региональных счетов. Эта система играет очень большую роль для нашей страны, так как Россия – страна, имеющая большую территорию и большое количество субъектов. Ключевым показателем системы региональных счетов является Валовый региональный продукт (ВРП). ВРП является одним из важнейших показателей экономического роста регионов, как объекта макроэкономики.

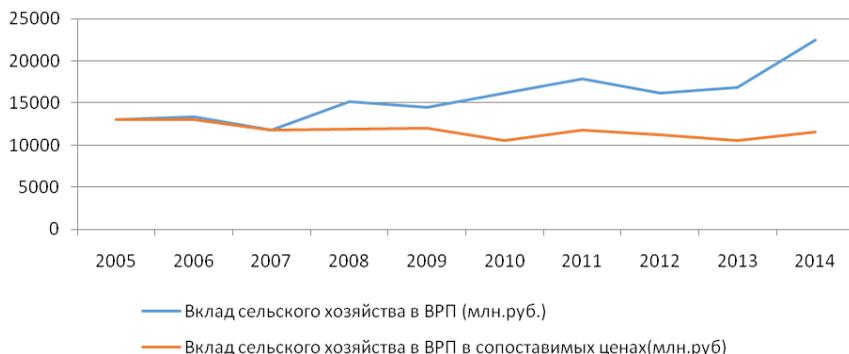


*Рис. 1.* Показатели реального объёма Кировской области и объёма в сопоставимых ценах

В данный момент валовый региональный продукт входит в систему показателей регионального прогнозирования. Данный показатель использует-

ся министерством финансов, чтобы распределять финансовую поддержку территориям. Рассчитывается ВРП аналогично ВВП, но на региональном уровне в территориальных органах государственной статистики. На национальном уровне ВРП соответствует валовому национальному продукту, который, в свою очередь является одним из основополагающих показателей системы национальных счетов.

Как показано на диаграмме, ВРП в Кировской области как в текущих, так и в сопоставимых ценах в период с 2005 по 2014 год растёт (расчет произведен с использованием индекса физического объёма). Несмотря на это, если рассчитать уровень ВРП в сопоставимых ценах 2005 года по отрасли сельского хозяйства в Кировской области падает и в 2014 году, по отношению к 2005 г. составляет 80,3 %.



*Рис. 2.* Вклад сельского хозяйства в ВРП Кировской области в реальных и сопоставимых ценах

По расчетам в 2005 г. объём ВРП в сельском хозяйстве составляет 13074,3 млн. руб. В сопоставимых ценах, объём к 2014 г. составил 11510,7 млн. руб. Это является довольно большим пробелом в экономике региона.

В соответствии со Стратегией социального экономического развития Кировской области, агропромышленный комплекс является приоритетной отраслью в развитии экономики региона.

Причем, Кировская область по своим условиям не подходит для развития растениеводства, но довольно успешно в области развивается животно-

водство: скотоводство, свиноводство, птицеводство, звероводство; а так же производство молока и яиц. Удельный вес животноводства в продукции сельского хозяйства составляет 85,5 %.

*Таблица 1*

**Основные экономические показатели  
в агропромышленном комплексе Кировской области [3]**

Год	Среднегодовая численность работников, тысяч человек	Количество организаций	Заработная плата работников с/х, рублей
2005	67,8	3263	3340,4
2006	58,3	2817	4025,6
2007	51	2590	5225,3
2008	45,1	2562	6711,3
2009	41,2	2568	7799,6
2010	37,7	2507	8658
2011	35,5	2395	9860
2012	33,1	2099	11609,5
2013	30,4	1890	13369
2014	28,4	1870	15460

Основными целями развития агропромышленного комплекса Кировской области являются развитие экономики аграрного сектора; укрепление позиций Кировской области на межрегиональных уровне; повышение уровня жизни населения в сельской местности; дальнейшее стабильное развитие сельских территорий.

Приоритетами развития агропромышленного комплекса являются:

- В растениеводстве – поддержание плодородия почвы, рациональное использование земель, применение удобрений, проведение агрохимических и мелиоративных мероприятий, применение новых технологий выращивания, и т.д.
- В животноводстве – увеличение объёмов производства мяса, молока и яиц, за счет государственной поддержки, улучшения генетического потенциала животных, внедрения новых технологий.

Одной из факторов развития агропромышленного комплекса(АПК) является наличие технического оснащения, необходимого для растениеводст-

ва и животноводства. Как указано в государственной программе Кировской области «Развитие агропромышленного комплекса», коэффициенты обновления техники нужно довести в 2020 году по тракторам до 4-5 %, а по зерноуборочным комбайнам сохранить на уровне 2011 года – 5,0 % и по кормоуборочным комбайнам также сохранить на уровне 2011 года – 7,0 % [1].

То есть, благодаря выделенным субсидиям уровень оснащения техникой в сельском хозяйстве должен как минимум удерживаться на уровне 2011 года. Но, нужно сказать, что общее количество техники в 2011 г. Составляло 8172 тракторов всех марок, а к 2015 г. это число сократилось на 20,8 % и составило 6473 единицы техники.

Так же препятствует развитию сельского хозяйства в Кировской области проблема кадрового оснащения. Государственной программой оговорены мероприятия, которые будут способствовать решению этой проблемы:

- содействие привлечению молодых специалистов, для работы в организациях АПК;
- создание предпосылок для повышения квалификации руководителей и специалистов;
- стимулирование качества и производительности труда в АПК [1].

К настоящему времени можно говорить о сокращении численности работников на 6,1 тыс. человек. Сокращение численности работников можно связать как с проведением неэффективной политики, так и с возможной необходимой оптимизацией рабочих на предприятиях. А так же сокращение численности рабочих является последствием того, что сельское хозяйство является стабильно одной из самых малооплачиваемых отраслей региона.

Если проанализировать место Кировской области среди других субъектов Приволжского Федерального округа в 2014 году, то можем видеть следующие цифры:

1. Объём продукции сельского хозяйства на душу населения – 10 место;
2. Производство продуктов растениеводства на душу населения, кг:
  - Зерновые – 9 место;
  - Картофель – 10 место;
  - Овощи – 14 место;
3. Производство продуктов животноводства на душу населения, кг:

- Скот и птица на убой – 10 место;
- Молоко – 5 место;
- Яйца – 8 место [3].

В результате видно, что Кировская область, всё-таки не является лидером в агропромышленном комплексе среди других субъектов, и вперёд область выводит лишь производство молока (541,8 тыс. тонн). Если и можно оправдать невысокие места в области растениеводства географическим положением, (Кировская область находится севернее остальных субъектов ПФО). Но развитие животноводства в области – перспективная отрасль, для которой есть база и есть предпосылки. Только за 2014 год на развитие агропромышленного комплекса было выделено 3 531,6 млн. рублей. Соответственно, одним из вариантов повышения эффективности работы агропромышленного комплекса, это усиление государственного контроля, государственного аудита.

#### **Список литературы:**

1. О государственной программе Кировской области «Развитие агропромышленного комплекса» на 2013-2020 годы: Постановление Правительства Кировской области от 10 декабря 2012 г. N 185/735.
2. Марьганова Е.А., Шапиро С.А. Макроэкономика. Экспресс курс: учебное пособие. – М.: Кнорус, 2010.
3. Территориальный орган Федеральной службы государственной статистики по Кировской области [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://kirovstat.gks.ru>.

## **Секция 3**

# ***ГОСУДАРСТВЕННОЕ РЕГУЛИРОВАНИЕ ЭКОНОМИЧЕСКИХ ПРОЦЕССОВ***

# РЕГУЛИРОВАНИЕ ИНВЕСТИЦИОННОЙ ПОЛИТИКИ СТРОИТЕЛЬНОЙ ОТРАСЛИ РЕГИОНА: ПОСТАНОВКА ЗАДАЧИ ИССЛЕДОВАНИЯ

© **Беляев Р.Н.**<sup>1</sup>

Владивостокский государственный университет экономики и сервиса,  
г. Владивосток

Проводится постановка задачи исследования, направленного на развитие теоретического положения о роли методов государственного регулирования в процессе повышения инвестиционной привлекательности строительной отрасли Приморского края, особенностью которого является выделенная структурно-мотивационная схема ее реализации в рамках частно-государственного партнерства в ходе инвестиционно-строительного цикла.

**Ключевые слова:** государственное регулирование, инвестиционная деятельность, инвестиционная политика.

Одним из основных факторов, определяющих экономическое развитие общества в современных условиях, является наличие и доступность инвестиционных ресурсов. В этой связи, формирование инвестиционной политики является одной из важнейших задач для всех субъектов рыночной экономики. В свою очередь, ограниченность собственных инвестиционных ресурсов ориентирует как на повышение эффективности их использования, так и на их привлечение из внешних источников. Таким образом, возникает объективная необходимость целенаправленного регулирования инвестиционного процесса. Основную роль в этом вопросе играет инвестиционная политика, способствующая формированию инвестиционной привлекательности в отрасли и активизации инвестиционной деятельности в ней. Поскольку отрасль характеризуется специфическими особенностями функционирования, требуется дифференцированный подход к основному определению направлений инвестиционной политики с учетом региональных условий и предпосылок развития отрасли.

---

<sup>1</sup> Магистрант кафедры Международного маркетинга и торговли.

В настоящее время наиболее важным объектом исследования является строительный комплекс как одна из ключевых отраслей экономики, где создается значительная часть добавленной стоимости. Для исследования также важен региональный аспект этого вопроса [1], в частности, в Приморском крае количество предприятий строительной отрасли составляет более 6 000 на которых занято 27,5 тысяч человек, а строительная отрасль занимает порядка 10 % в производстве валового регионального продукта.

Существуют и другие обстоятельства, которые делают актуальной выбранную тему. Например, высокая степень неудовлетворенного спроса на объекты недвижимости и СМР; высокая привлекательность строительного бизнеса, обеспеченная высокой ликвидностью и защищенностью посредством приобретения прав на объекты недвижимости; существенные финансовые потоки, что является привлекательным для инвестирования и выдачи заемных средств; в целом все еще низкая эффективность управления инвестиционными процессами в строительстве.

При этом, как показали результаты изучения публикаций в части рассмотрения сущности таких понятий, как: «инвестиционная привлекательность», «инвестиционная политика», «инвестиционно-строительный комплекс» – мнения многих авторов разобщены, недостаточно систематизированы. Также в свете принятия новых нормативных актов и изменений в законодательстве («О свободном порте Владивосток» [2], «О территориях опережающего социально-экономического развития в Российской Федерации» [3] и др.), возникли новые возможности для совершенствования инструментария методов государственного регулирования инвестиционной политики, как на уровне страны, так и на уровне субъектов федерации.

Таким образом, можно выделить существенный запрос как на развитие теоретических основ научной проблемы, так и востребованность данной темы в практической деятельности. Данные обстоятельства в сочетании с актуальностью проблематики исследования обусловили выбор темы, формулировку ее цели и задач.

Целью исследования является совершенствование методов государственного регулирования инвестиционной политики строительной отрасли. В соответствии с поставленной целью, в исследовании необходимо решить следующие задачи:

- 1) рассмотреть содержание и сущность основных подходов к регулированию инвестиционной политики в строительной отрасли.
- 2) провести исследование методов государственного регулирования инвестиционной политики в строительной отрасли региона
- 3) предложить рекомендации по совершенствованию механизма государственного регулирования инвестиционной политики строительной отрасли.

В рыночной экономике экономическое пространство государства и каждого из его регионов охватывается системой взаимосвязанных рынков, напрямую завязанных на условия, обеспечивающие благоприятный инвестиционный климат [4]. Под региональной инвестиционной деятельностью следует понимать систему мер и механизм их реализации, направленных на стимулирование инвестиционной активности и формирование благоприятного инвестиционного климата региона. Региональные особенности инвестиционной деятельности обосновывают важную задачу обеспечения новых эффективных условий инвестиционного роста региональной экономики. Необходимо учитывать влияние комплекса факторов развития рынков инвестиционных ресурсов, мотивационных факторов поведения инвесторов, государственной бюджетной и инвестиционной политики. На первое место выходит потребность активизации инвестиционной деятельности региона с учетом совокупности инвестиционных интересов всех региональных субъектов и стратегических целей социально-экономического развития [5]. Региональная инвестиционная политика – это система мер, осуществляемых региональными органами власти и управления по привлечению и рациональному использованию инвестиционных ресурсов всех форм собственности с целью устойчивого и социально-ориентированного развития региона [6].

Система формирования и реализации региональной инвестиционной политики должна представлять конструкцию из следующих взаимосвязанных и взаимозависимых блоков: основные факторы, от которых будет зависеть содержание региональной инвестиционной политики; этапы формирования инвестиционной политики; средств, с помощью которых предусматривается достижение целей такой политики [8].

Целенаправленное воздействие структур регионального управления на всех участников инвестиционного процесса, в интересах достижения намеченных целей социально-экономического развития региона является сущностью механизма реализации инвестиционной политики [9].

Таким образом, исследование направлено на развитие теоретических аспектов и инструментария регулирования региональной инвестиционной политики строительной отрасли.

### **Список литературы:**

1. Салова Л.В., Дегтеренко К.Н. Управление факторами инвестиционной привлекательности компаний // Российское предпринимательство. – 2013. – № 1 (223). – С. 110-114.

2. Федеральный закон от 13.07.2015 N 212-ФЗ «О свободном порте Владивосток».

3. Федеральный закон от 29.12.2014 N 473-ФЗ (ред. от 13.07.2015) «О территориях опережающего социально-экономического развития в Российской Федерации».

4. Богатаева Е., Былов Г. и др. Развитие инвестиционной ситуации в регионах России. – М.: Экспертный институт, 1999. – 180 с.

5. Сухаев О. Е. Государственное регулирование экономики: инвестиционные аспекты промышленной и региональной политики // Инвестиции в России. – 2006. – № 2. – С. 37-40.

6. Булатов А.С. К вопросу о трансформации сбережений в инвестиции // Деньги и кредит. – 2003. – № 4. – С. 38-47.

7. Бизнес-омбудсмен. Уполномоченный при Президенте РФ по защите прав предпринимателей [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://ombudsmanbiz.ru/category>.

8. Инвестиции: региональный аспект / С. Дробышевский, С. Днєпровская, О. Изряднова и др. – М.: Институт переходного периода, 2002. – 316 с.

9. Караваев В. Региональная инвестиционная политика: российские проблемы и международный опыт // Вопросы экономики. – 1995. – № 3. – С. 135-143.

## ГОСУДАРСТВЕННОЕ РЕГУЛИРОВАНИЕ БАНКОВСКОГО СЕКТОРА ЭКОНОМИКИ РФ

© Зудина Л.В.<sup>1</sup>

Филиал ПАО Банк Югра, г. Владивосток

В статье ставится задача рассмотреть необходимость государственного регулирования банковского сектора экономики Российской Федерации. Состояние банковской системы государства влияет на состояние экономики самого государства. В статье рассмотрена сущность государственного регулирования.

**Ключевые слова:** государственное регулирование, банковский сектор, обязательные нормативные показатели, коммерческий банк, состояние банковской системы РФ.

Российская банковская система – наиболее динамично развивающийся сектор экономики, подверженный реорганизации и трансформации, происходящим под воздействием, как глобальных тенденций финансовых рынков, так и внутренних процессов, происходящих в нем [14].

Банковская система является одним из важнейших звеньев представленной в рыночной экономике. Это связано с тем, что банк как ячейка экономики оказывает огромное влияние на жизнедеятельность общества с различных сторон. Устойчивость банковской системы для государства актуальна всегда – ведь данный вопрос входит в понятие экономической безопасности государства. Для поддержания устойчивости и эффективности банковского сектора необходимо государственное регулирование, так как его отсутствие может привести к следующим негативным последствиям:

- снижение уровня экономического роста отдельной организации;
- потеря стабильности и устойчивости банковской системы в целом;
- потеря доверия вкладчиков к банковской системе;
- отмывание доходов, полученных преступным путем;
- финансовый кризис.

---

<sup>1</sup> Ведущий операционист.

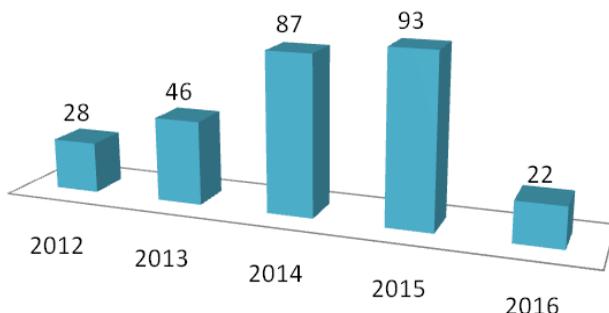
Банки, выполняющие посреднические функции аккумуляции и распределения средств, оказываются на грани банкротства в случае массового изъятия населением вкладов, в результате чего подрывается доверие к банковской системе страны. В результате возникает проблема мобилизации средств для инвестиций в экономику, главным источником которых во всем мире являются сбережения населения; ставится под угрозу, как текущее состояние экономики, так и обеспечение устойчивого экономического роста [12].

Сущность банковского регулирования заключается в совокупности мер, при помощи которых государство от имени Банка России обеспечивает устойчивую и эффективную работу банковской системы и поддерживает стабильность данного сектора. Органом регулирования в сфере банковской деятельности в РФ является Центральный банк Российской Федерации.

Система банковского регулирования и надзора включает в себя различные виды контроля: государственный (система банковского законодательства), общественный, ведомственный (со стороны Центрального банка и иных органов), независимый (аудит); предварительный и последующий. Основными методами надзора являются пруденциальный надзор, осуществляемый на основании отчетности, предоставляемой банками в Центральный банк, и инспектирование [3; 6; 9]. Пруденциальный надзор это надзор, со стороны Банка России предусмотренный банковским правом за соблюдением пруденциальных норм согласно требованиям.

Государственное регулирование выражается: в принятии федеральными органами государственной власти законодательных актов, устанавливающих основы организации банковской системы, ее структуру и принципы функционирования. Государственное регулирование реализуется и в процессе осуществления иных закрепленных законом видов деятельности уполномоченных государственных органов (надзор, контроль, лицензирование, применение специальных экономических методов воздействия на банковскую систему и т.д.) [4].

За последние годы наблюдается рост числа банков с отозванной лицензией (рис. 1).



*Рис. 1.* Количество банков лишенных лицензии за период 2012-2016 год

Из представленных данных следует, что регулирование банковской сферы неэффективно. Отзыв лицензии является крайней мерой государственного банковского регулирования. Рост данного показателя характеризует не только функционирование самой банковской системы, но и экономики государства в целом. Ситуация в экономике и банковском секторе не позволяет рассчитывать на оздоровление отечественной банковской системы только путем отзыва лицензий и банкротства проблемных банков. Современное состояние банковской системы России требует принятия комплекса мер по укрупнению банков и поддержанию их финансовой устойчивости [3; 6; 9; 15]. Необходимы меры по повышению качества управления активами и пассивами коммерческих банков.

Структурная и качественная характеристика активов определяет ликвидность и платежеспособность банка. Качество банковских активов прямым образом влияет на достаточность собственного капитала и уровень кредитных рисков [7; 8].

Управление ликвидностью является стержнем, определяющим степень эффективности деятельности любой кредитной организации. Именно здесь строятся процессы управления и надежностью, и платежеспособностью, и прибыльностью, а так же вообще формируется ресурсный менеджмент банка [1; 2; 8]. Данный показатель можно оценить при помощи обязательных нормативов, при не соблюдении которых у банка аннулируется лицензия.

Кроме управления ликвидностью и достаточностью собственного капитала очень важными для коммерческих банков являются вопросы риск-

менеджмента: совершенствование системы управления рисками в целом и риском ликвидности в частности [10; 11; 13].

Хочется отметить, что за последние годы сфера банковского регулирования претерпела некоторые изменения. Банковские данные стали более прозрачны для населения. Так же можно подчеркнуть, что отмечается тенденция к укрупнению банков. В 2014 г вступили в силу новые требования к нормативам, согласно «Базель III», суть которого заключается в увеличении прозрачности источников капитала и повышении требований к акционерам [8].

В 2014 г. были введены в действие дополнительные обязательные нормативные показатели. Произошла детализация показателя норматива достаточности. Появились: Норматив достаточности базового капитала (Н1.1), Норматив достаточности основного капитала банка (Н1.2), Норматив достаточности собственных средств (капитала) небанковской кредитной организации, имеющей право на осуществление переводов денежных средств без открытия банковских счетов и связанных с ними иных банковских операций (Н1.3). Так же можно отметить, что основные обязательные нормативы не изменялись за период 2012-2015 г., но введенные показатели в 2014 г. были откорректированы в 2015, что говорит о реагировании на состояние банковской системы государства.

Государственное регулирование так же охватывает проблему отмывания доходов, которая влияет на экономическую ситуацию государства в целом. Это федеральный закон от 7 августа 2001 г. N 115-ФЗ «О противодействии легализации (отмыванию) доходов, полученных преступным путем, и финансированию терроризма». Действие настоящего Федерального закона распространяется на филиалы и представительства, а также на дочерние организации организаций, осуществляющих операции с денежными средствами или иным имуществом, расположенные за пределами Российской Федерации, если это не противоречит законодательству государства их места нахождения.

Тем не менее, в настоящее время вопрос о необходимости поиска Банком России качественно новых путей организации и совершенствования банковского надзора с учетом апробированного в других странах опыта не потерял своей актуальности.

Из всего вышеизложенного можно сделать следующий вывод: Одним из важнейших звеньев в экономике государства является банковская сфера, динамичная в развитии, а так же подверженная трансформации и реорганизации. При этом данной сфере необходимо государственное регулирование, которое должно свести работу всех участников банковского сектора к эффективной работе всей экономики государства. Оно должно решать такие вопросы как: банкротство, потеря устойчивости и надежности сектора, потеря доверия вкладчиков, отмывание доходов. При эффективной работе всех участников банковская система будет стабильной и устойчивой, вкладчики будут доверять банковской системе, а также такие понятия как отмывание доходов и финансовый кризис сойдут к нулю. При этом можно отметить, что банковская сфера всегда развивается, а это означает, что всегда нужно разрабатывать новые методы регулирования и надзора за данной отраслью.

#### **Список литературы:**

1. Власов С.Н. Управление ликвидностью многофилиального коммерческого банка в условиях ресурсных ограничений: диссертация на соискание ученой степени кандидата экономических наук. – 2009. – 175 с.
2. Ворожбит О.Ю. Терентьева Н.С. Выявление источников долгосрочных ресурсов как направление повышения ликвидности банковской системы // Территория новых возможностей. Вестник Владивостокского государственного университета экономики и сервиса. – 2010. – № 2. – С. 116-133.
3. Вотинцева Л.И. Кривошапова С.В. Совершенствование надзора за банковским сектором: региональные особенности // Азиатско-тихоокеанский регион: Экономика, политика, право. – 2012. – № 1 (25). – С. 55-61.
4. Государственное регулирование банковской деятельности в РФ [Электронный ресурс] // Регулирование финансовой и банковской систем. – Режим доступа: <http://rfbs.ru/content/view/422/94>.
5. Даниловских Т.Е. Маковская Т.В. Достаточность собственного капитала коммерческих банков в условиях перехода к рекомендациям Базель-III: региональный аспект // Фундаментальные исследования. – 2014. – № 8-3. – С. 662-670.

6. Дьяченко Е.М. Пруденциальное регулирование банковской деятельности // Гражданское право и гражданский процесс. – 2011. – № 3-35. – С. 110-114.

7. Зудина Л.В., Даниловских Т.Е. Анализ ликвидности и доходности коммерческого банка как основа оценки качества его активов // Международный журнал прикладных и фундаментальных исследований. – 2015. – № 7-2. – С. 289-292.

8. Зудина Л.В. Даниловских Т.Е. Проблемы управления активами и пассивами коммерческого банка // Экономика и управление: анализ тенденций и перспектив развития. – 2014. – № 16. – С. 124-127.

9. Кривошапова С.В. Некоторые аспекты методологии перехода к держателю (риск-ориентированному) надзору // Территория новых возможностей. Вестник Владивостокского государственного университета экономики и сервиса. – 2009. – № 2. – С. 22.

10. Кузьмичева И.А., Подколзина Э.А. Система управления банковскими рисками // Фундаментальные исследования. – 2015. – №2-25. – С. 5635-5638.

11. Лантух А.В., Кузьмичева И.А. Риск ликвидности коммерческих банков российской Федерации // Международный журнал прикладных и фундаментальных исследований. – 2015. – № 3-1. – С. 63-67.

12. Мариев О.С. Теоретические основы совершенствования системы регулирования банковского сектора как инструмента предотвращения банковских кризисов // Финансы и финансово-инвестиционный механизм. – 2009. № 3-25. – С. 135-139.

13. Мацкевич Е.Д., Кузьмичева И.А. Риски коммерческого банка // Международный журнал прикладных и фундаментальных исследований. – 2015. – № 6-2. – С. 313-317.

14. Моргоев Б.Т. Проблемы асимметричного развития банковского регулирования и надзора в РФ // Банковское регулирование и надзор. – 2007. – № 19 (259). – С. 2-7.

15. Симановский А.Ю. О проблемах и перспективах банковского надзора // Деньги и кредит. – 1996. – № 8.

## ГОСУДАРСТВЕННАЯ ПОДДЕРЖКА МАЛОГО И СРЕДНЕГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА В ОБЛАСТИ МАРКЕТИНГА

© **Майоров И.Г.**<sup>1</sup>

Московский технологический университет, г. Москва

Представлена классификация форм государственной поддержки малого и среднего предпринимательства в области маркетинга. Рассмотрены вопросы организации специализированных электронных торговых площадок с участием государственных структур.

**Ключевые слова:** малые и средние организации, государственная поддержка, конкурентоспособность, электронные торговые площадки.

Развитие малого предпринимательства является одним из основных направлений государственной политики в сфере экономики. Формирование российской экономики происходило путем преобразования структуры советской плановой системы, в которой приоритетное положение имели крупные предприятия, обеспечивающие возможность получения эффекта от масштабов производства. Это в значительной мере предопределило относительно низкую долю малого и среднего бизнеса в создании ВВП в России по сравнению с другими развитыми странами (табл. 1) и ситуацию, когда число крупных предприятий в стране превышает количество средних предприятий.

*Таблица 1*

**Доля малого и среднего предпринимательства в ВВП различных стран**

Страна	Доля, %
США	46
Япония	57
Германия	49
Канада	57
Малайзия	32
Российская Федерация	21

<sup>1</sup> Доцент кафедры Экономики, организации и управления инновационным развитием предприятий.

Формируя условия для стимулирования развития малого и среднего предпринимательства государство решает комплекс экономических и социальных проблем, таких как создание среднего класса, увеличение числа рабочих мест, повышение конкурентоспособности экономики, за счет роста маневренности производств и уровня клиентоориентированности предприятий, сокращение сроков внедрения новой техники и технологии, возрастание эффективности использования производственных мощностей и других производственных и финансовых ресурсов. Совокупность конкретных мер, осуществляемых государственными структурными подразделениями, направленных на развитие малого и среднего бизнеса образуют систему государственной поддержки субъектов малого и среднего предпринимательства. Данная система регламентируется федеральным законом от 24.07.2007 № 209-ФЗ «О развитии малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации» [1], согласно которому выделяются такие формы поддержки как финансовая, имущественная, информационная, консультационная, а также предусматривается поддержка таких областей деятельности, как подготовка, переподготовка и повышения квалификации работников субъектов малого и среднего предпринимательства, внешнеэкономической деятельности, инноваций, промышленного производства, ремесленничества и сельского хозяйства.

При разработке классификации форм государственной поддержки малого и среднего предпринимательства исследователями предлагается использовать такие параметры, как инструменты воздействия (субъекты воздействия), масштабы и сроки осуществления поддержки (краткосрочные, среднесрочные, долгосрочные), содержание используемых методов (административные, экономические) и характер регулирования (прямое и косвенное воздействия) [2, 3]. В качестве видов поддержки выделяются организационно-инфраструктурная, финансово-налоговая, имущественная [3]. Представленные классификации могут быть расширены с учетом функциональной области реализации эффекта поддержки предприятий, что позволяет выделить следующие направления:

1. Налоговое (снижение уровня налогообложения предприятий за счет использования льгот, или специальных форм налогообложения).

2. Финансовое (поддержка предприятий в области формирования финансовых ресурсов, реализуемое использование комплекса мер, включающих предоставление субсидий, бюджетных инвестиций, предоставление гарантий по обязательствам, предоставление кредитов по льготным ставкам, использование ускоренной амортизации и т.д.).
3. Формирование материально-технической базы и благоприятных производственных условий функционирования предприятия (передачи во владение и в пользование государственного или муниципального имущества, в том числе и на безвозмездной основе, предоставление на льготных условиях в аренду помещений и оборудования, находящегося в государственной собственности, оказание услуг лизинговыми компаниями с государственным участием, научно-техническая поддержка).
4. Организационно-правовое (упрощенный порядок регистрации предприятий и предоставления отчетности, упорядочение системы проверок и контроля, информационное обеспечение и предоставление консультаций в области законодательства и организации бизнеса, формирование бизнес-инкубаторов и т.д.).
5. Кадровое (поддержка в области подготовки и переподготовки кадров).
6. Маркетинговое.

В качестве маркетинговой государственной поддержки малого и среднего предпринимательства выступает совокупность мер направленных на формирование портфелей заказов предприятий и организаций, развитие маркетинговых коммуникаций субъектов малого и среднего предпринимательства, обеспечение их информацией о рыночной конъюнктуре и стимулирование предоставления им маркетинговых консалтинговых услуг. Реализация маркетинговой государственной поддержки включает следующий комплекс мероприятий:

1. Обеспечение доступа к системе государственных закупок и закупок у крупнейших заказчиков в соответствии с исполнением Федерального закона от 05.04.2013 № 44-ФЗ «О контрактной системе в сфере закупок товаров, работ, услуг для обеспечения государственных и

муниципальных нужд» и постановления Правительства Российской Федерации от 11 декабря 2014 г. № 1352 «Об особенностях участия субъектов малого и среднего предпринимательства в закупках товаров, работ, услуг отдельными видами юридических лиц».

2. Формирование в свободном доступе баз данных рыночной информации, которая на федеральном уровне может быть представлена геомаркетинговой информационно-аналитической системой для субъектов МСП (Маркетинговый навигатор МСП), обеспечивающей предоставление информации о рыночной среде, перспективных местах для развития различных видов бизнеса, типовых бизнес-планов [4].
3. Компенсация частично или полностью затрат на оплату маркетинговых консультационных услуг.
4. Оказание содействия субъектам малого и среднего предпринимательства в реализации маркетинговых коммуникаций, в том числе по участию в выставках, ярмарках, презентациях, форумах, а также в льготах по размещению наглядной рекламы.
5. Оценка конкурентоспособности организации, ее товаров и услуг.
6. Организация электронных торговых площадок для нужд малого и среднего предпринимательства.

Остановимся более подробно на двух последних пунктах выше представленного списка. Конкурентоспособность представляет собой одну из важнейших интегральных характеристик, используемых для оценки эффективности экономической деятельности хозяйствующих субъектов, отражающая их способность выдерживать конкуренцию [5]. Проведение экспертизы конкурентоспособности организации, являющейся субъектом малого и среднего предпринимательства, позволяет, с одной стороны, обеспечить руководство организации адекватной информацией о сильных и слабых сторонах ее деятельности, которая будет использоваться в дальнейшем для принятия управленческих решений по совершенствованию деятельности, а с другой стороны, результаты данной экспертизы, могут служить основанием для определения параметров и характеристик государственной поддержки. Данная мера позволит повысить эффективность государственной под-

держки, обеспечивая концентрацию усилий на наиболее перспективных сегментах.

Исследование факторов, ограничивающих развитие малых промышленных организаций, показало, что на втором месте после «высокого уровня налогообложения», находится «недостаточный спрос» на который указало 48 % респондентов, участвовавших в опросе [6]. Это определяется множеством причин, среди которых можно выделить низкий уровень конкурентоспособности отечественной продукции (в плане цены и качества), а также неразвитость каналов систем сбыта малых организаций. Высокие транзакционные издержки, связанные с реализацией продукции и услуг в значительной мере определяют сужение возможностей организаций по наращиванию объемов производства, что особенно ярко проявляется в сегменте малых предприятий. Одним из направлений решения данной проблемы является развития электронных торговых площадок нового типа – электронных маркетинговых систем (ЭМС).

Современный уровень развития информационных технологий позволяет осуществлять масштабные проекты в сети Интернет, в области организации торговых площадок. Примером такого проекта может служить Официальный сайт госзакупок <http://zakupki.gov.ru>. Однако на данной площадке отсутствует возможность у организаций предложить свою продукцию к продаже. Они могут только участвовать в электронных торгах по исполнению уже существующих заявок. Существующее множество других «торговых площадок» в Интернете, представляют собой совокупность заявок организаций на продажу и покупку, по которым данные организации не несут никакой ответственности.

Возможное поле решений данной проблемы лежит в плоскости организации такой электронной торговой площадки, на которой ее участники выставляют свою оферту по приобретению или продаже товаров, которая является обязательной к исполнению в случае ее принятия другой стороной. В данной оферте должны быть точно определены все условия сделки по приобретению и продаже товара, она должна быть удостоверена электронной подписью и согласие контрагента на совершение сделки также подкрепляется электронной подписью.

Необходимость участия государственных структур в процессе организации, регулирования и функционирования рассматриваемой торговой системы предопределяется совокупность следующих факторов:

- потребность в значительных инвестициях для разработки программного обеспечения, обеспечивающего работу ЭМС в соответствии с «жесткими» стандартами работы данной системы, включающими типовые договора купли-продажи, типовые условия продажи, взаиморасчетов, поставки товаров и т.д.,
- обеспечение гарантий сохранения безопасности функционирования электронной площадки, защиты от несанкционированного доступа третьих лиц, защиты коммерческой тайны,
- потребность в обеспечении гарантий по возмещению убытков, связанных с недопоставкой продукции, обеспечения правовой защиты участникам торговой площадки,
- обеспечение отсутствие конфликта интересов участников торгов и организаторов,

Реализация всего комплекса мер государственной маркетинговой поддержки малого и среднего предпринимательства позволит обеспечить формирование благоприятных условий для развития бизнеса и повысить его конкурентоспособность.

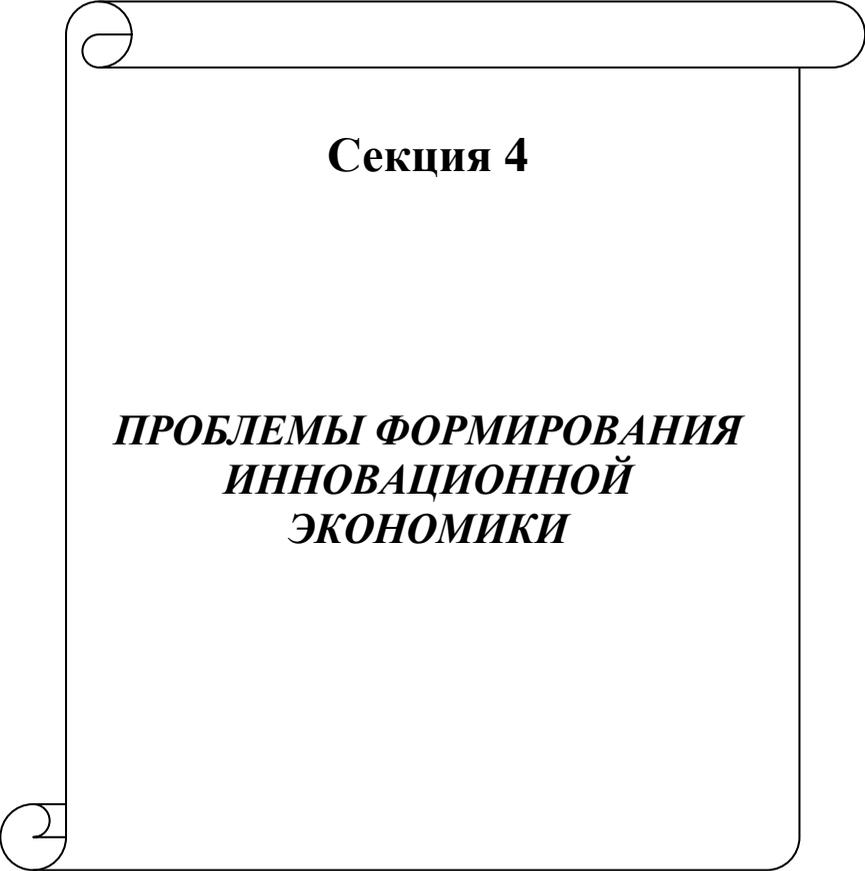
### **Список литературы:**

1. О развитии малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации. Федеральный закон № 209-ФЗ от 29.07.2007 // Собрание законодательства Российской Федерации. – 30.07.2007. – № 31. – Ст. 4006.
2. Романенко Е.В. Государственная поддержка предпринимательской деятельности / Е.В. Романенко – Омск: Изд-во СибАДИ, 2007. – 92 с.
3. Тактаров Г.А. Финансовая среда предпринимательства и предпринимательские риски: учеб. пособие / Г.А. Тактаров, Е.М. Григорьева. – М.: Финансы и статистика, 2008. – 256 с.
4. Программа деятельности акционерного общества «Федеральная корпорация по развитию малого и среднего предпринимательства» на 2016-

2018 годы [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [http://corpmsp.ru/upload/iblock/b9f/Программа %202016-2018.pdf](http://corpmsp.ru/upload/iblock/b9f/Программа%202016-2018.pdf) (дата обращения: 22.04.2016).

5. Антонов Г.Д. Управление конкурентоспособностью организаций и территорий: учебное пособие / Г.Д. Антонов, О.П. Иванова, В.М. Тумин. – М.: ИНФРА-М, 2016. – 348 с.

6. Остапкович Г.В. Посткризисные тенденции развития малых промышленных организаций России / Г.В. Остапкович, И.С. Лола, Л.А. Китрар // Экономический журнал ВШЭ. – 2014. – № 1. – С. 133-159.

A decorative border resembling a scroll, with rounded corners and a small circular element at the top-left and bottom-left corners.

**Секция 4**

***ПРОБЛЕМЫ ФОРМИРОВАНИЯ  
ИННОВАЦИОННОЙ  
ЭКОНОМИКИ***

# ИННОВАЦИОННАЯ ГЕРМАНИЯ В ЭКОНОМИКЕ ЕС

© Атабаева Д.Т.<sup>1</sup>

Евразийский национальный университет имени Л.Н. Гумилева,  
Республика Казахстан, г. Астана

В условиях становления новой социально-экономической модели Германии ключевое значение приобретает необходимость оценки влияния инновационно-технологического фактора на формирование «новой экономики». В данной статье рассмотрены проблемы и перспективы инновационного развития экономики Германии в рамках европейского интеграционного объединения. Проанализированы основные направления и особенности научно-исследовательской деятельности в ФРГ.

**Ключевые слова:** инновации, научно-исследовательская деятельность (НИД), экономика, Германия, ЕС.

Ежегодно большие суммы денег вкладываются в Германии на развитие и разработку инноваций и новых технологий. Общее количество инвестиций в НИД на сегодняшний день составляет 3 % от ВВП страны, что способствует превращению Германии в базу для ведения научных исследований в Европе.

Среднегодовой показатель прироста объема инвестиций в НИД стабильно увеличивается, начиная с 2005 г., и составляет 4,6 %. Это связано с тем, что НИД является одной из наиболее приоритетных отраслей для развития экономики ФРГ. Примечательно, что в последние годы именно промышленные предприятия инвестируют значительные средства в НИД.

Огромный капитал, который инвестируется Германией в быстроразвивающиеся технологии, можно хорошо проследить на региональном уровне. Научно-исследовательские фонды отдельных федеральных земель вполне сопоставимы с показателями других европейских стран. Так, например, Бавария значительно превосходит Россию по объемам инвестиций в НИД, а

---

<sup>1</sup> Магистрант кафедры Регионоведения.

Северный Рейн-Вестфалия вкладывает в эту отрасль больше средств, чем ее западный сосед, Нидерланды. В целом, Германия – одно из наиболее благоприятных для НИД государств Европы с самым щедрым финансированием научных исследований. В свою очередь, регионы, образовавшиеся вокруг Штутгарта, Карлсруэ, Тюбингена а Дармштадта стали уникальными, так как пользуются преимуществами как крупных бюджетных ассигнований, выделяемых на НИД в передовых секторах промышленности, так и территориальными преимуществами: 8 % общеевропейского бюджета НИД приходится только на этот географический кластер.

Как показал обзор, проведенный Немецким институтом экономических исследований в 2014 г., ни одна другая индустриально развитая страна не производит большего объема валовой добавленной стоимости в сфере производства, связанного с научными исследованиями, чем Германия. Общая доля создаваемой добавленной стоимости в наукоемких отраслях немецкой промышленности опережает показатели японской и американской статистики и более чем вдвое превышает соответствующие показатели Франции, Великобритании и Италии.

Немецкие компании признаны мировыми лидерами по разработке новых технологий. В 2011 г. Германия экспортировала товары «high-tech» на сумму 102 млрд. евро, что позволило ей занять 1 в Европе и 2 место в мире среди экспортеров высокотехнологичной продукции [1, с. 183].

Развитию НИД способствует государственная поддержка, определяющаяся в стратегии высоких технологий. Программа по своему характеру является беспрецедентной: согласно ей, ежегодно на НИОКР планируется ассигновать около 4 млрд. евро. Кроме этого, в стране действует гибкая система кредитования по сниженной процентной ставке и специальные программы сотрудничества, дополняющие доступные в ФРГ инструменты государственного стимулирования НИД.

Еще одной особенностью Германии является то, что немецкие исследовательские проекты разбросаны по всему миру, несмотря на то, что Германия, в свою очередь, является местом наибольшей концентрации ученых в Европе (около 20 % всех научных сотрудников ЕС). Одной из наиболее крупных немецких научно-исследовательских ассоциаций является Обще-

ство имени Макса Планка, представительства которой находятся в 123 странах по всему миру, а приоритетными в деятельности являются естественнонаучное, социальное и психологическое направления. Совместные проекты с участием компаний и академических учреждений позволяют эффективным образом заполнить существующие пробелы в знаниях. Научные сотрудники с легкостью интегрируются в команду разработчиков и исследователей любой компании; вдобавок к этому, институты предоставляют все необходимое лабораторное оборудование [2, с. 80].

Коммерческая жизнеспособность создаваемых в Германии инноваций показательна. Так, к примеру, в 2013 г. немецкие изобретатели получили более 12000 патентов от Европейского патентного ведомства, что в два раза превышает соответствующие показатели Франции и Великобритании вместе взятых. Также ФРГ лидирует в Европе по количеству тройных патентов (зарегистрированных в ведущих патентных учреждениях мира: Европейском патентном ведомстве, Бюро США по регистрации товарных знаков, Патентном ведомстве Японии) [2, с. 79].

Высокие показатели в сфере научных разработок определяют необходимость эффективной юридической поддержки исследователей. Защита прав интеллектуальной собственности находится в Германии на должном уровне. Говоря о технических и коммерческих новшествах, можно отметить, что права собственности могут быть зарегистрированы в форме патентов, полезных моделей, товарных знаков и промышленных образцов. Характерно, что при регистрации прав собственности для иностранцев действуют те же условия, что и для немецких граждан.

В качестве примера налаженной НИД в Германии можно рассматривать тесное сотрудничество двух сфер – научной и промышленной. Финансируемые государством немецкие исследовательские центры дают уникальное в международном масштабе коммерческое преимущество. Институты прикладных исследований Общества Фраунхофера и Ассоциации Лейбница обеспечивают компаниям малого и среднего бизнеса доступ к исследовательскому потенциалу мирового класса. Некоторые из наиболее известных в мире НИИ теоретического профиля также расположены в Германии. Общество имени Макса Планка и Объединение Гельмгольца делают возможным

аутсорсинг дорогостоящих научно-исследовательских работ для компаний. Это облегчает процесс разработки новых продуктов и снижает расходы, связанные с НИОКР. Открытие многочисленных структурных подразделений подтверждает способность немецких исследователей превращать технологию в капитал.

Никаких сомнений не вызывает выгодность и оптимальность географического положения Германии. Являясь европейским центром, Германия расположена на пересечении рыночных путей Европы: более половины всего населения ЕС проживает в радиусе 500 км от ее границ; через Германию проходит больше товаров, чем через какую-либо другую европейскую страну; кроме того, отсюда можно добраться практически в любую точку Европы.

Еще в конце 90-х гг. начала действовать Программа «Сети компетенции Германии», которая была запущена по инициативе Федерального министерства экономики и технологии. Целью Программы является сплочение воедино наиболее успешных инновационных групп и комплексов страны. Организация таких сетей проводится в масштабах всей Германии по 9 категориям в зависимости от отрасли промышленности: биотехнологии, микро- и нанооптика, производство и обработка, транспорт и мобильность, здравоохранение и медицина, энергетика и окружающая среда, новые материалы и химикаты, информация и коммуникации, авиация и космонавтика. Сети компетенции помогают стимулировать международное сотрудничество и обмен знаниями между специалистами разных стран.

В 2010 г. на федеральном уровне по мере применения инновационной концепции, в целях улучшения динамики научно-исследовательской деятельности и дальнейшего инвестирования в НИОКР в области ключевых технологий была представлена дополненная Стратегия high-tech – 2020 [3]. Особенность Стратегии заключается в том, что она уже выходит за пределы научно-технологической политики, носит интегрированный характер во взаимодействии науки с бизнесом и ориентируется на потребности рынка.

Ядром данной программы становится стратегия развития информационно-коммуникационных технологий до 2020 г., являющихся основной движущей силой инноваций. Детально разработанная программа включает в себя меры по усилению связей между промышленностью, сектором НИОКР и

рынком, меры поддержки малых инновационных предприятий. Кроме того, Федеральное Правительство дополнительно увеличило финансирование инновационных малых предприятий на 10 %.

Огромное внимание в этой стратегии уделяется защите интеллектуальной собственности. Акцент делается на налаживание партнерских отношений с таможенными органами и патентными бюро стран-поставщиков пиратской продукции при максимальном участии частного сектора [4, с. 51].

Кластерная политика является центральной инновационной программой поддержки малого и среднего бизнеса в Германии. В этой связи следует четко обозначить мотивацию для отраслей и регионов. На эффективность предприятий малого и среднего бизнеса в сфере НИД влияют технология, концепция, знание рынка, системные решения и интегрирующие технологии. Взаимосвязанные регионы или отрасли работают успешнее, так как эффективнее организовано использование мощностей, образование цепочек создания стоимости, сокращение расходов на отслеживание и обработку рынков, получение большей известности и улучшение доступа на рынок.

Большой инновационный потенциал немецких предприятий, особенно малых и средних, способствует сохранению стабильности экономики Германии в кризисные годы. В свою очередь спрос способствует международной конкурентоспособности Германии как внутри ЕС, так и на мировом уровне. Поэтому неудивительно, что именно в большей части на долю Германии легло создание в 2010 г. фонда по поддержке стабильности евро и выделению Греции кредита в размере 110 млрд. евро. А еще 147 млрд. евро Берлин обещал внести в создаваемый ЕС стабфонд размером 500 млрд. евро, из которого планируется оказываться помощь не только Греции, но и другим странам, превысившим границы задолженности, таким, как Ирландия и Португалия. Иными словами, многим странам ЕС во время мирового экономического и финансового кризиса удается поддерживать высокий уровень жизни за счет Германии.

В последнее время сложившиеся правила развития в мире были изменены глобализацией экономики, которая принесла дополнительные экономические возможности, включая новые методы конкурентной борьбы. Зна-

чительную специфику внесла научно-технологическая и финансовая политика промышленно-развитых стран: корпоративный капитал стал активно переносить центр конкурентной борьбы в такие сферы, как новизна и технический уровень изделий, качество их изготовления, совершенствование технического обслуживания, развитие товарной сети. Научно-технические разработки стали решающим фактором в борьбе за внутренние и внешние рынки. Становится очевидным, что экономика ЕС не сможет конкурировать в этой новой окружающей среде, если не станет инновационной и более эффективно отвечающей на новые вызовы. Однако экономический и финансовый кризис внес значительные коррективы. На фоне кризиса произошло обострение социально-экономических и политических проблем внутри ЕС, которые особенно остро проявились в еврозоне. Поэтому в целях скорейшего преодоления кризиса, страны ЕС, прежде всего, сосредоточились на решении задач дальнейшего внутреннего развития, которые, в первую очередь, встали перед Германией как одной из основных движущих сил интеграционного процесса, оказывающей весомое экономическое и политическое влияние на функционирование ЕС.

Германии удалось выстроить современную площадку для развития экономической деятельности в различных ключевых отраслях. В стране существуют все условия для развития малого и среднего бизнеса. На федеральном уровне постоянно осуществляется поддержка инновационного развития компаний, которые в свою очередь, становятся основой устойчивого роста экономики. Однако для дальнейшего поддержания экспортной активности компаний ФРГ придется уделить гораздо больше внимания формированию новых эффективных инструментов и механизмов для содействия внешне-экономической деятельности в условиях ожесточающейся конкурентной борьбы между развитыми западными странами и рядом индустриальных стран Юго-Восточной Азии.

### **Список литературы:**

1. Романова Е.В. Германский путь к мировому лидерству в области образования // Вопросы экономической и политической географии зарубежных стран. – М.: Ойкумена. – 2012. – № 19. – С. 182-189.

2. Игнатущенко Е.И. Инновационная Германия в экономике Европейского Союза в эпоху мирового экономического и финансового кризиса // Молодой ученый. – 2012. – № 7. – С.78-82.

3. Ideas. Innovation.Proprosperity. High-Tech Strategy 2020 for Germany: BMBF. Bonn, 2010. – 19 p.

4. Хватова Т.Ю. Национальные инновационные системы зарубежных стран: цели и стратегии развития. – СПб.: Изд-во Политехн. Ун-та, 2009. – 298 с.

## **СОВРЕМЕННЫЙ ИННОВАЦИОННЫЙ ПРОЦЕСС: ОСНОВНЫЕ ПРОБЛЕМЫ**

**© Морозов А.А.<sup>1</sup>, Сидоренко Е.Н.<sup>2</sup>**

Международный институт экономики и права, г. Москва  
Санкт-Петербургский государственный экономический университет,  
г. Санкт-Петербург

Статья посвящена исследованию теоретических и практических аспектов проблемы управления современным инновационным процессом. В работе подчеркивается важность создания условий, обеспечивающих ускорение развития инновационной сферы, указывается на необходимость совершенствования системы управления инновационной деятельностью.

**Ключевые слова:** инновации, управление.

В настоящее время Россия находится в ситуации исторического выбора между сырьевым и инновационным путями развития, усугубляемой жесткой конфронтацией со странами «Запада». От результата выбора зависят суверенитет и безопасность страны, благосостояние нации и, в конечном итоге,

---

<sup>1</sup> Аспирант кафедры Менеджмента, государственного и муниципального управления Международного института экономики и права.

<sup>2</sup> Студент кафедры Организации и управления производственными комплексами Санкт-Петербургского государственного экономического университета.

ге, ее будущее. Переход на инновационный путь развития связан со специфическими рисками и не может быть осуществлен декларативно, посредством административных мер. Без радикальных изменений невозможно активизировать инновационные процессы в обществе. Система воспроизводства научных кадров переживает сегодня в России фазу распада. Попытка использовать практические приёмы западного менеджмента не привела к ожидаемому позитивному результату в сфере управления наукой [1]. Для разрешения данной проблемы необходимо создать условия, которые обеспечат ускорение развития интеллектуальной сферы общества, что в свою очередь требует изменения методологии управления интеллектуальной деятельностью научных коллективов и исследовательских групп.

Отечественный опыт и мировая практика показывают, что наибольший положительный эффект инновационной деятельности достигается в рамках крупных многопрофильных государственных научно-исследовательских центров. В наши дни мировая экономическая конструкция стремительно меняется [2]. Практически во всех сферах науки эксперты констатируют нарастание кризисных явлений. Растет вероятность радикальной трансформации экономического уклада. В таких условиях роль многопрофильных научно-исследовательских центров для сохранения и развития общества является определяющей [3]. Поэтому, разработка новых основ организации и управления творческими научными группами и коллективами, инвариантных по отношению к экономическому укладу и учитывающих особенности культурной среды, является стратегически важной задачей и в глобально цивилизационном масштабе.

Увеличение и оптимизация финансирования научно-исследовательской сферы, по мнению авторов не являются исчерпывающими мерами. В целом, круг работ, посвященных управлению персоналом в инновационной среде, крайне невелик [4, 5, 6]. Что же касается открытых исследований, касающихся вопросов управления творческими научными группами многопрофильных научных центров, то в процессе библиографического поиска они авторами выявлены не были. Общим недостатком всех теорий менеджмента является то, что главные объекты их исследования (предприятия и организации) рассматриваются в них, как реальные физические объекты, непо-

средственно измеряемые качественными и количественными показателями, что не вполне соответствует действительности [7]. Реальными физическими объектами являются люди, материальные средства производства, продукция – с соответствующими свойствами, которые можно параметризовать, измерить и использовать в различных, в том числе математических, моделях.

Используемые в менеджменте параметры, характеризующие свойства предприятий, (стоимость, прибыль, затраты, рентабельность, выручка, производительность труда, лояльность, мотивированность и вовлеченность персонала, время и др.) не являются свойствами реальных физических тел. Это – субъективные и декларативно назначенные в соответствии с экономической теорией параметры социально-экономических систем. Такой подход ставит результаты исследований в области экономики и менеджмента в прямую зависимость от мировоззрения, опыта и других свойств конкретных личностей исследователей [8]. По мнению авторов, такой подход полностью себя исчерпал, поскольку является причиной кризисных явлений в мировой финансово-экономической системе.

Сегодня Россия столкнулась с новой для нее угрозой – информационно-психологической войной. Разрушение культурной системы России осуществляется многими способами. В том числе и путем всеохватывающего распространения международных стандартов в области образования, науки, техники и менеджмента [9]. В связи с резким обострением международной напряженности встают задачи обеспечения национального научного суверенитета, защиты интеллектуального потенциала многопрофильных научно-исследовательских центров, выведения подготовки научных, инженерных и управленческих кадров из сферы структурного и бесструктурного управления со стороны международных структур.

Использование в современном менеджменте модели «человека экономического» как объекта управления, является искусственным приемом. Это один из множества альтернативных способов организации социума. Существующая в экономической теории и практике ситуация приводит к хаотическому характеру развития, к принципиальному недостижению единства экономической теории и практики, к стагнации и регрессу в культуре, нравственности, духовной и ментальной сферах современного общества [10].

Все это ставит под сомнение возможность управления развитием социально-экономических систем на основе существующей парадигмы экономической теории и управления социально-экономическими системами, основанной на экономической модели человека и формируемых им систем.

Ключевым фактором реального инновационного развития является нематериальная субстанция, сфера разума, интеллекта – человеческий капитал. Эффективное управление человеческим капиталом способно гарантировать устойчивость инновационного развития экономических субъектов – многопрофильных научно-исследовательских центров. Наиболее интересный подход к моделированию человеческого капитала и расчета его параметров связан с применением теории и математического аппарата [11], однако выявленные в настоящее время глубокие внутренние противоречия и проблемы этой науки требуют радикального пересмотра математического описания моделей групп предприятий в виде векторов состояний с амплитудами вероятностей.

Модели человеческого капитала должны учитывать особенности российской экономики, в частности устойчивые процессы взаимодействия индивидуальных подходов с общественным [12]. Финансово-счетный подход к описанию человеческого капитала недопустим, поскольку, он метрологически несостоятелен. Разработка эффективных моделей управления человеческим капиталом многопрофильных научно-исследовательских центров на существующей сегодня в экономике и управлении теоретической основе невозможна. Необходим поиск альтернативного базиса.

Значительное число современных экономистов считает, что инновации должны воздействовать на рыночную среду таким образом, чтобы еще больше ускорить процесс интенсивного расширенного общественного воспроизводства. Сегодня глобальный вектор техносферных направлений по-прежнему нацелен на неограниченное возрастание энергоемкости деятельности людей на Земле. В этом случае вся технодеятельность направлена в сторону создания искусственной среды обитания, путем глобального и тотального перевода всех естественных процессов под управление техносферных процессов, т.е. технологических укладов.

Однако картина стремительно меняется. Усиление системы ценностей западной системы потребления невозможна из-за превышения порога емкости глобальной экосистемы. Выход один, и его начинают видеть все больше и больше исследователей в разных странах [13]. Это – глубокая трансформация технокивилизации и ее переориентация в направлении интенсивного поиска паритета с природой. Особенность сложившейся ситуации заключается по нашему мнению в том, что реальные возможности собственной трансформации и выхода из мирового цивилизационного кризиса у России есть. Один из разделов новой отечественной теории управления – методология формирования инновационных творческих групп – является важнейшей задачей современной теории инновационного управления. Инновационное развитие России происходит в крайне сложных условиях на фоне многочисленных угроз и проблем, часть из которых имеет фундаментальный, неустраняемый характер [14]. Их незнание или игнорирование ведет к имитации инновационной деятельности, либо к ее бесполезности по неэкономическим критериям.

Вектор инновационного развития должен быть направлен в область поиска таких решений, которые способны обеспечить равные отношения цивилизации и природы. Любая иная доктрина ведет к необратимой глобальной экологической катастрофе.

Таким образом, следует отметить, что сегодня существует острая необходимость использования новых, отличающихся от излагаемых в современном менеджменте, моделей управления. Необходимо формирование новой парадигмы управления. Экономическая наука и наука об управлении не располагают собственным эффективным инструментарием анализа и моделирования. Вопрос этот имеет принципиальный характер, т.к. связан с назревшей необходимостью исправления искусственно созданного подхода к формированию экономической парадигмы.

### **Список литературы:**

1. Костецкий Д.А. Развитие инновационной сферы строительства в современных условиях // Россия в новых социально-экономических и политических реалиях: проблемы и перспективы развития. Материалы IV Междуна-

родной межвузовской научно-практической конференции. – СПб.: СПбГЭУ, 2015. – С. 185-188.

2. Кишкарь Е.В. Актуальные проблемы инновационного развития строительства // Новый университет. Серия: Экономика и право. – 2015. – № 6 (52). – С. 62-64.

3. Селютина Л.Г. Экономическая оценка инвестиций: учебное пособие. – СПб.: Изд-во СПбГИЭУ, 2010. – 322 с.

4. Артеменко А.А. Актуальные вопросы инновационного развития строительства // Молодой ученый. – 2015. – № 11. – С. 742-744.

5. Песоцкая Е.В., Селютина Л.Г. Управление инновационно-инвестиционными процессами в строительстве. – СПб.: СПбГИЭУ, 2011. – 227 с.

6. Селютина Л.Г., Митягина Н.В. Особенности инновационно-инвестиционных процессов в современном строительстве // Проблемы экономики и управления строительством в условиях экологически ориентированного развития: Материалы научно-практической конференции. – Иркутск, 2014. – С. 319-323.

7. Селютина Л.Г. Системный подход к решению задач в сфере проектирования и управления строительством // Кант. – 2015. – № 2. – С. 71-72.

8. Бойцова Е.А. О некоторых инновационных решениях в сфере жилищного строительства // Экономика и управление: анализ тенденций и перспективы развития. – 2014. – № 17. – С. 62-65.

9. Селютина Л.Г. Инновационный подход к управлению предприятиями строительного комплекса // Строительное предпринимательство и недвижимая собственность. Сб. докладов 27-й международной научно-практической конференции. – Варна, 2012. – С. 333-341.

10. Макушкин В.А. Анализ современных условий развития строительного бизнеса в России // Наука и современность. – 2016. – № 42. – С. 124-128.

11. Селютина Л.Г. Организация строительного производства. Конспект лекций. – СПб.: Изд-во СПбГИЭУ, 2010. – 160 с.

12. Соколов К.Н. Внешние угрозы и возможности строительных предприятий в условиях кризисного состояния экономики // Проблемы современной экономики (Новосибирск). – 2015. – № 26. – С. 186-190.

13. Егорова М.А. Селютина Л.Г. Финансовый аспект теории эффективного управления // Общество. Среда. Развитие (Тerra Humana). – 2009. – № 3. – С. 11-17.

14. Михеев А.В. Проблемы развития системы бизнес-инкубирования в России // Проблемы современной экономики (Новосибирск). – 2015. – № 26. – С. 46-50.

## РАЗВИТИЕ ИННОВАЦИОННОЙ ИНФРАСТРУКТУРЫ В СТРОИТЕЛЬНОЙ СФЕРЕ РОССИИ

© Орловский А.М.<sup>1</sup>, Макеев В.А.<sup>2</sup>

Санкт-Петербургский государственный архитектурно-строительный университет, г. Санкт-Петербург

Санкт-Петербургский государственный экономический университет,  
г. Санкт-Петербург

В статье делается акцент на актуальности развития инновационной инфраструктуры в строительстве. Дается оценка существующей инновационной инфраструктуры в стране и отрасли. Анализируются факторы, препятствующие широкому внедрению технологических инноваций в современном строительстве.

**Ключевые слова:** инновации, строительство, инфраструктура, строительные технологии.

Строительство, как вид экономической деятельности, отличается неторопливость и консерватизм по отношению к инновациям, их внедрению и последующему использованию. В статистических данных, отражающих инновационную активность по видам экономической деятельности, строительство занимает преимущественно последние места в области внедрения инноваций [1].

---

<sup>1</sup> Аспирант кафедры Технологии строительных материалов и метрологии Санкт-Петербургского государственного архитектурно-строительного университета.

<sup>2</sup> Студент кафедры Организации и управления производственными комплексами Санкт-Петербургского государственного экономического университета.

Если говорить об инвестициях в собственные НИОКР строительными предприятиями, то, в подавляющем большинстве, их величина составляет порядка 0,5 % от общего объема продаж, при существенно больших средних величинах аналогичного показателя по экономике в целом.

Но необходимо учитывать, что на реальную картину, характеризующую состояние инноваций в строительстве, влияет тот факт, что существенный процент разработок, используемых строительным сектором, приходит туда из смежных промышленных областей, таких как химическая промышленность, металлургия и пр. [2]. Однако, общая картина, отражающая сферу, как инерционную в плане инновационной активности, остается справедливой.

Ключевыми факторами, определяющими строительную сферу, как инерционную, являются длительный период возведения и эксплуатации строительных объектов, когда возникают существенные риски проявления недостатков применяемой новой технологии в процессе эксплуатации объекта, что влечет за собой серьезные последствия, а также высокий уровень ответственности за результат. Наличие ошибок в проектировании или применении несоответствующей, небезопасной технологии при возведении зданий и сооружений недопустимо, так как становится причиной опасности для жизни людей [3].

Препятствием к повышению инновационной активности строительства служит также необходимость преодоления так называемых «бюрократических барьеров» в виде недостаточной степени актуализированной нормативной базы, препятствующей появлению и использованию новых технологий в строительстве [4].

В то же время, при применении новой технологии, возникает необходимость в повышенном контроле качества строительных материалов, который, как правило, осуществляется сторонними организациями, что влечет за собой появление дополнительных издержек. Также существует вероятность конфликта инновационной технологии с сопутствующими старыми материалами [5]. Так, при использовании газобетона с цементным раствором, появляются температурные мосты, что негативно отражается на физико-механических свойствах продукта, его преимуществах.

Следует отметить, что в зарубежных странах, в частности в США по заказу National Association of Home Builders (Национальной ассоциации домо-

строителей) и некоторых других организаций неоднократно проводились многочисленные исследования, направленные на установление причин низкой инновационной активности строительной сферы [6].

Нельзя сказать, что появление инноваций в строительстве чрезвычайно редкий процесс. Несмотря на консервативность сферы, в ней постоянно появляются различного рода нововведения, оказывающие положительное влияние на составляющие строительного процесса, это сокращение расходов на возведение и эксплуатацию объектов, снижение сроков строительства, повышение качества и комфортности проживания, но с некоторыми особенностями для нашей страны.

В российском строительстве, в подавляющем большинстве, находят спрос лишь те инновации, за счет применения которых, производитель получит гарантированное снижение себестоимости объекта или сроков его возведения [7]. Такой параметр как качество уходит на второй план, достаточным будет сохранить те параметры, достижение которых необходимо для сдачи объекта ответственным представителям. Экономия средств лежит в основе и общемировой тенденции в строительных инновациях, но эта экономия находится в тесной взаимосвязи с проблемами экологии. Основа развитых стран – философия ресурсосбережения, рационального использования природных ресурсов и поиск возможных альтернатив. Утилизация отходов, с одновременным созданием новых экологически чистых материалов – наиболее популярный пример [8].

Ключевым результирующим фактором при внедрении инноваций для развитых стран будет как раз повышение комфортности проживания, стандартов жизни, функциональность и ресурсосбережение в комплексе с эстетикой в архитектурном стиле. Данный подход получил название «зеленое строительство» («green development») [9].

При данном подходе экологические решения распространяются на все аспекты строительства – от позиционирования, т.е. рационального размещения объекта в окружающей среде, с учетом территориальных особенностей до выбора используемых в ходе строительства экологически чистых материалов. Практикуется отказ от использования в строительстве материалов, содержащих опасные для здоровья человека вещества, такие как асбест, ПВХ и

пр. В России же некоторые из подобного рода материалов находят широкое применение, а отдельные позиционируются, как инновационные [10].

Проблема, препятствующая распространению вышеописанного подхода в нашей стране, – это недостаточный уровень знания принципов зеленого строительства у основных игроков на рынке и понимания положительных эффектов от данного подхода в долгосрочной перспективе, как у потребителей, так и у девелоперов [11]. Основной ограничивающий фактор, как уже упоминалось ранее, это необходимость дополнительных инвестиций при применении энергоэффективных технологий, окупаемость которых достаточно продолжительна во времени.

Следующий момент, это недостаточное количество реализованных в нашей стране «зеленых» проектов, что становится причиной скептицизма и опаски со стороны девелоперов [12]. Для справки, сейчас всего 35 российских проектов проходят сертификацию по системе зеленого строительства LEED (рейтинговая система ранжирования «зеленых» зданий, разработанная американским советом по экологическому строительству) и 25 – по системе BREEAM (метод экологической оценки эффективности зданий как добровольный рейтинг оценки зеленых зданий, разработанный в Великобритании). При этом, в Европе количество зеленых объектов превысило 1000, а в США – 2500 [13]. Это и становится причиной опасений и скептицизма со стороны отечественных девелоперов.

Кроме того, для развития green-девелопмента, необходима поддержка государства, которое пока только начинает работу в данном направлении.

Желания игроков рынка жилой недвижимости, федеральных и муниципальных властей сводятся к ускоренному проявлению эффекта от внедрения инноваций, выражающемуся в доступности и комфортности жилья для населения [14]. Но строительная сфера, как уже неоднократно отмечалось, исключительно инерционна по отношению к нововведениям.

Таким образом, в нашей стране перед строительной отраслью, как площадкой внедрения инноваций, стоит ряд серьезных проблем и задач, требующих комплексного подхода к их решению. Примером одного из таких комплексных решений может быть создание союзов строителей, девелоперов с производителями строительных материалов, что позволит в некоторой

степени сократить сроки внедрения инноваций и центрировать внимание на их качестве, энергосбережении и эффективности.

Еще раз стоит отметить, что ситуация с инновациями в российской экономике в целом и в строительной сфере в частности, требует повышенного внимания к контролю, регулированию и стимулированию со стороны государственного аппарата, без участия которого, достижение положительной динамики по вышеописанному направлению развития экономики невозможно.

### **Список литературы:**

1. Инновации, проблемы и философия в строительстве [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.stroyka74.ru>.

2. Селютина Л.Г. Развитие инвестиционно-строительного комплекса России: проблемы и решения // Актуальные проблемы управления экономикой региона. Материалы VII Всероссийской научно-практической конференции. – СПб., 2010. – С. 26-29.

3. Селютина Л.Г. Значение информационного моделирования строительных процессов и объектов проектирования в современных условиях // Сборники конференций НИЦ Социосфера. – 2015. – № 1. – С. 9-10.

4. Костецкий Д.А. Развитие инновационной сферы строительства в современных условиях // Россия в новых социально-экономических и политических реалиях: проблемы и перспективы развития. Материалы IV Международной межвузовской научно-практической конференции. – СПб.: СПбГЭУ, 2015. – С. 185-188.

5. Селютина Л.Г., Митягина Н.В. Особенности инновационно-инвестиционных процессов в современном строительстве // В сборнике: Проблемы экономики и управления строительством в условиях экологически ориентированного развития. Материалы Всероссийской научно-практической онлайн-конференции с международным участием и элементами научной школы для молодежи. – Иркутск, 2014. – С. 319-323.

6. Цимбал Д.С. Зарубежный опыт нормирования затрат в строительстве // Актуальные вопросы экономических наук. – 2016. – № 48. – С. 107-113.

7. Селютина Л.Г., Гарифуллина Р.И. Актуальность управления проектами на предприятиях строительного комплекса // Маркетинговое и проектное управление организациями: сб. научных трудов. – СПб., 2007. – С. 260-268.

8. Селютина Л.Г. Инновационный подход к управлению предприятиями строительного комплекса // Строительное предпринимательство и недвижимая собственность: сб. докладов 27-й международной научно-практической конференции. – Варна, 2012. – С. 333-341.

9. Китаев М.А. Значение «зеленого» строительства в решении проблемы энергосбережения в России // Проблемы экономики и менеджмента. – 2015. – № 7 (47). – С. 35-38.

10. Казиева А.К. Препяды на пути развития экологического строительства в России // Гуманитарные научные исследования. – 2015. – № 12 (52). – С. 341-344.

11. Селютина Л.Г., Гарифуллина Р.И. Анализ интеграционных возможностей сметных и информационных систем управления строительными проектами // Строительный комплекс: экономика, управление, инвестиции: сб. научных статей. – СПб., 2009. – С. 188-193.

12. Сомов М.Ю. Проблемные вопросы сметного нормирования в строительстве // Актуальные вопросы экономических наук. – 2016. – № 48. – С. 101-107.

13. Бузырев В.В., Селютина Л.Г., Мартынов В.Ф. Формирование системы организации инвестирования инновационных процессов в строительстве // Проблемы современной экономики. – 2015. – № 3. – С. 261-264.

14. Макушкин В.А. Анализ современных условий развития строительного бизнеса в России // Наука и современность. – 2016. – № 42. – С. 124-128.

## **РОЛЬ ИНСТИТУТОВ РАЗВИТИЯ В СОЗДАНИИ ИННОВАЦИОННОГО СЕКТОРА ЭКОНОМИКИ**

**© Платонова Е.Д.<sup>1</sup>**

Московский педагогический государственный университет, г. Москва

Институты развития выступают катализаторами инновационных разработок и их коммерческого внедрения в сжатые сроки. В настоя-

---

<sup>1</sup> Профессор кафедры Экономической теории и менеджмента, доктор экономических наук, профессор.

щее время сформировалась система институтов развития, отражающая специфические черты становления инновационного сектора российской экономики. С учетом фактора интеграции стран с развивающимися рынками необходимо расширить сферу функционирования институтов развития на общеевразийское экономическое пространство.

**Ключевые слова:** институты развития, национальная инновационная система, Внешэкономбанк, фонды развития, финансирование инноваций, нефинансовые институты развития.

В теории современного общества одной из аксиом выступает положение о том, что прогрессивный вектор развития направлен в сторону построения инновационной экономики. Параметры, характеризующие, прежде всего, технико-технологические новации и уровень их внедрения, положены в основу размеживания стран и регионов по уровню их развития. В этой связи совершенно закономерно, что государственные регулирующие органы практически всех стран уделяют повышенное внимание вопросам формирования национальной инновационной системы, институтам развития и функционирования инновационного сектора экономики.

После принятия российскими политическими элитами небесспорного тезиса о порочности советского типа хозяйствования с его плановой организацией на практике стали внедряться положения экономической политики, которые известны как «Вашингтонский консенсус». Разработанный для финансирования ведущими международными организациями – МВФ и Всемирного банка – программ отхода латиноамериканскими правительствами от принципов дирижизма, данный «консенсус» в теоретическом отношении отражал идеи неолиберализма, веру в могущество сил свободного рынка, частной собственности, конкуренции, особую миссию западных инвесторов.

Реализация на практике этих идей обернулась для российской экономики трансформационным шоком с такими негативными для инновационного развития последствиями, как утратай многих передовых высокотехнологичных производств в области станко- и машиностроения, биотехнологий, композиционных материалов, а также оттоком интеллектуального капитала из отраслевых научно-исследовательских институтов, невозможной потерей ряда научных школ и экспериментальных площадок. Резко возросла

технологическая зависимость от импортных поставок в военно-оборонном и космическом секторах. К концу 90-х годов российская экономика после почти десятилетнего курса шоковой терапии подошла к состоянию, которое характеризуется как «запрещенное» и ведущее к разрушению объекта экономического регулирования [1, с. 209].

В это же время государственные органы стран с развитыми экономика-ми в практической работе руководствовались прагматическим подходом к стимулированию инновационной активности бизнеса, создавая для развития инновационного предпринимательства и венчурных фондов максимально комфортные условия, которые принято обозначать как инновационно-инвестиционный климат.

Меры по государственной поддержке приоритетных отраслей и институтов развития европейского инновационного сектора экономики отражены в Лиссабонской стратегии (Лиссабон, 2000), Стратегией развития Европейского союза на период до 2020 г., программе «Горизонт 2020» и других документах Евросоюза [2].

Активная поддержка инновационного сектора в странах, входящих в Евросоюз, имела положительные результаты, поскольку были созданы действенные институты развития стран Евросоюза для поддержки ряда направлений инновационного развития экономики. Одним из старейших институтов развития выступает Европейский инвестиционный банк (European Investment Bank), созданный в 1958 году в соответствии с Римским договором о создании Европейского экономического сообщества.

В ежегодном отчете «Innovation Union Scoreboard 2015» приведены данные о развитии инновационных секторов стран-участниц Евросоюза за 2015 год. Показатели, по которым оценивались инновационные успехи стран, в отчете Евросоюза сгруппированы в три направления:

- 1) показатели создания возможностей инновационного развития: в области развития человеческого потенциала (лидеры – Швеция, Ирландия, Нидерланды, Великобритания); в области функционирования открытой, лучшей и привлекательной исследовательской системы (Нидерланды, Швеция, Дания); в области финансирования и поддержки (Эстония, Дания, Финляндия, Швеция);

- 2) показатели инновационной активности фирмы: в области инвестиций в НИОКР (Германия, Швеция, Эстония, Дания); в области взаимосвязи с предпринимательской активностью (Бельгия, Великобритания, Дания); в области развития интеллектуального капитала (Швеция, Дания, Финляндия, Германия);
- 3) результат инноваций: в области инноваций в малом / среднем и быстрорастущем бизнесе (Ирландия, Люксембург, Германия); в области экономической эффективности (Германия и Люксембург).

Вышеперечисленные показатели позволили определить:

- страны – инновационные лидеры с лучшими национальными инновационными системами – Дания, Финляндия, Германия, Швеция.
- страны – «следующие инновациям» – Австрия, Бельгия, Франция, Ирландия, Люксембург, Нидерланды, Словения и Великобритания;
- страны со средней позицией: Хорватия, Кипр, Чехия, Эстония, Греция, Венгрия, Италия, Литва, Польша, Португалия, Словакия, Испания;
- страны-аутсайдеры: Болгария, Латвия, Румыния.

Группировка стран определялась вычислением среднего уровня инновационного развития по Евросоюзу по совокупности показателей с последующим определением стран первой группы – выше среднего уровня; второй группы – на среднем уровне; третьей группы – небольшое отклонение ниже среднего уровня; четвертой группы – значительное отклонение от среднего уровня.

В данном отчете показано, что Евросоюз отстает от мировых лидеров области инноваций и развития институтов инновационной сферы – США, Японии, Южной Кореи, но опережают Австралию и Канаду, а также страны БРИКС [3].

Опыт государственной поддержки инновационного сектора в Евросоюзе показывает важнейшую роль государства в активизации институтов развития инновационного бизнеса и венчурных фондов. Осознание необходимости отказа от следования радикальным положениям неолиберальной концепции и монетаризма, изменение политического курса страны подвели правительственных экономистов к разработке стратегии экономического

роста на принципах инновационной экономики, реализация которой невозможна без создания системы институтов развития.

В настоящее время в составе институтов развития инновационной экономики можно выделить две группы институтов:

- Во-первых, это финансовые институты, целью которых является финансирование / софинансирование инновационной и инновационно-инвестиционной активности бизнеса;
- Во-вторых, это нефинансовые институты развития, которые работают на продвижение инновационной активности бизнеса методами административного и маркетингового сопровождения.

После мирового кризиса 2008–2010 года Правительство России активно разрабатывает финансовые инструменты, направленные на развитие институциональной структуры инновационной экономики.

В российской системе институтов развития инновационного сектора центральное место занимают государственные корпорации и фонды, каждый из которых имеет собственную нишу, функциональное назначение, источник формирования ресурсов и инвестиционные инструменты.

Ведущим в системе финансовых институтов развития выступает государственная корпорация «Банк развития и внешнеэкономической деятельности (Внешэкономбанк)». Как финансовый институт, Внешэкономбанк для достижения целей своей деятельности реализует следующие функции:

- осуществляет финансирование инвестиционных проектов, направленных на развитие инфраструктуры и реализацию инновационных проектов, в том числе в форме предоставления кредитов или участия в капитале коммерческих организаций;
- выпускает облигации и иные ценные бумаги в соответствии с законодательством Российской Федерации;
- организует привлечение займов и кредитов и привлекает займы и кредиты, в том числе на финансовых рынках;
- приобретает доли (акции, паи) в уставном капитале хозяйственных обществ, а также инвестиционных и паевых инвестиционных фондов;
- участвует в реализации федеральных целевых программ и государственных инвестиционных программ, проектов; имеющих общего-

сударственное значение и осуществляемых на условиях государственно-частного партнерства;

- участвует в реализации проектов по созданию объектов инфраструктуры особых экономических зон;
- участвует в финансовой поддержке малого и среднего предпринимательства посредством финансирования кредитных организаций и юридических лиц, осуществляющих поддержку малого и среднего предпринимательства [4].

В области кредитования Внешэкономбанк приоритет отдает финансированию инновационных проектов, общая стоимость которых не менее 2 млрд. руб. с минимальным размером кредита 1 млрд. руб. при сроке окупаемости проекта не менее 5 лет.

В настоящее время для наиболее полной реализации своих функций Внешэкономбанк образует группу, в структуру которой входят 19 дочерних компаний и фондов. Среди них – Российский экспортный центр, предоставляющий не только финансовые, но и нефинансовые услуги по продвижению продукции российских предприятий (маркетинговые, консультационные, юридические, образовательные).

Государственная корпорация ОАО «Российская венчурная компания» учреждена в 2006 году и выполняет роль венчурного фонда, который осуществляет поддержку венчурных инвестиций и развитие высокотехнологического бизнеса. Этот государственный институт развития направлен на создание национальной экосистемы, популяризация идей инновационного предпринимательства, содействие глобализации российской инновационной индустрии [5].

Государственная корпорация ОАО «РОСНАНО» осуществляет поддержку развития предпринимательства с большим инновационным потенциалом в области нанотехнологий. Важнейшим инструментом финансирования инновационных проектов по созданию и внедрению нанотехнологий выступают займы проектным компаниям [6].

В системе государственной поддержки институтов занимает Фонд «Сколково», деятельность которого регламентируется Федеральным законом № 244-ФЗ от 28 сентября 2010 г. «Об инновационном центре «Сколково»

во». Фонд нацелен на поддержку исследований, разработок и коммерциализации их результатов по ведущим направлениям: энергоэффективность и энергосбережение, ядерные технологии, космические технологии, медицинские технологии в области разработки оборудования, лекарственных средств, стратегические компьютерные технологии и программное обеспечение [7].

Видное место в системе институтов развития бизнеса занимает Фонд развития промышленности, который создан путём преобразования Российского фонда технологического развития. Действенным инструментом государственной поддержки инноваций выступают специальные инвестиционные контракты (СПИК), в котором инвестору гарантируется стабильность налоговых и регуляторных условий и предоставления мер стимулирования и поддержки на срок действия СПИК [8].

Государственным институтом развития является ОАО «Российский инвестиционный фонд информационно-коммуникационных технологий». Это венчурный фонд, обеспечивающий развитие инновационной инфраструктуры и технологий с миссией привнесения лучших инвестиционных практик для обеспечения реализации потенциала информационно-коммуникационных технологий и их превращения в эффективные и конкурентоспособные бизнесы, работающие на благо экономики страны [9].

Государственный фонд содействия развитию малых форм предприятий в научно-технической сфере, как элемент системы институтов развития, предоставляет поддержку программ инновационного развития, направленных на создание новых и развитие действующих высокотехнологичных компаний, коммерциализацию результатов научно-технической деятельности [10].

Фонд инфраструктурных и образовательных программ выполняет роль института развития, направленный на реализации основных положений Концепции долгосрочного социально-экономического развития России на период до 2020 года.

Таким образом, для поддержки инновационного сектора российской экономики создана достаточно разветвленная система институтов развития, которая располагает значительными финансовыми ресурсами. Однако на современном этапе экономическое развитие страны зависит от эффективности регионального интеграционного сотрудничества России со странами,

подписавшими соглашение о создании Евразийского экономического союза. В этой связи закономерно встает вопрос о расширении сферы деятельности национальных институтов развития и создании на их базе международных финансовых организаций, поддерживающих ускоренное развитие инновационной сферы евразийского экономического пространства [11].

### **Список литературы:**

1. Платонова Е.Д. Современная теория и практика накопления (трансформационный аспект): монография [Текст]. – М: АПКИППРО, 2006. – 368 с.

2. Research & innovation [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [http://europa.eu/pol/rd/index\\_en.htm](http://europa.eu/pol/rd/index_en.htm).

3. Innovation Union Scoreboard 2015 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [http://ec.europa.eu/growth/industry/innovation/facts-figures/scoreboards/files/ius-2015\\_en.pdf](http://ec.europa.eu/growth/industry/innovation/facts-figures/scoreboards/files/ius-2015_en.pdf).

4. Федеральный закон 17 мая 2007 года № 82-ФЗ «О банке развития» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [http://www.consultant.ru/document/cons\\_doc\\_law\\_68404/](http://www.consultant.ru/document/cons_doc_law_68404/).

5. Государственный фонд фондов и институт развития Российской Федерации [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://innovation.gov.ru/node/3488/>.

6. Положение «О порядке и условиях финансирования инвестиционных проектов открытого акционерного общества «РОСНАНО» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.rusnano.com/investment/applicants/>.

7. Федеральный закон от 28 сентября 2010 г. № 244-ФЗ «Об инновационном центре «Сколково» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://base.garant.ru/12179043>.

8. Фонд развития промышленности [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://frprf.ru/o-fonde/>.

9. Открытое акционерное общество «Российский инвестиционный фонд информационно-коммуникационных технологий» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.rosinfocominvest.ru/about/>.

10. Фонд содействия развитию малых форм предприятий в научно-технической сфере [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.fasie.ru/programs/>.

11. Платонова Е.Д., Пэн С. Характеристика международного бизнеса и институтов его развития в современной экономике [Электронный ресурс] // Электронное научно-практическое периодическое издание «Экономика и социум». – 2015. – № 2 (15) (апрель-июнь). – С. 1618-1629. – Режим доступа: <http://www.iupr.ru>.

A decorative border resembling a scroll, with rounded corners and a small circular element at the top-left and bottom-left corners.

**Секция 5**

***ТЕОРИЯ И ПРАКТИКА  
УПРАВЛЕНИЯ В XXI ВЕКЕ***

# ПРОФЕССИОНАЛИЗМ ГОСУДАРСТВЕННЫХ ГРАЖДАНСКИХ СЛУЖАЩИХ КАК ОДИН ИЗ ФАКТОРОВ ЭФФЕКТИВНОГО ГОСУДАРСТВЕННОГО УПРАВЛЕНИЯ

© Абазова К.А.<sup>1</sup>

Северо-Кавказский федеральный университет, г. Ставрополь

В данной статье изложены особенности нынешнего состояния профессионализма государственных служащих. Особое внимание уделяется мотивам, побуждающим государственных служащих к повышению уровня профессионализма.

*Ключевые слова:* профессионализм, государственные служащие, образование, мотивация.

Уже долгое время проблема профессионализма кадрового состава государственной гражданской службы является весьма актуальной, что обусловлена такими причинами как:

- 1) время и постепенное развития общества, где профессионализм это не только результат овладения определенной профессией, но и реализация «необходимости опережающего развития способностей человека, формирование его интеллекта»;
- 2) необходимость совершенствования профессионализма государственных служащих, которая выявлена на основе социологических исследований [1].

Главную роль в достижении высокого уровня государственного управления, также как и в коммерческом секторе экономики играет образование сотрудников [2]. Российским законодательством определено понятие государственной гражданской службы: «Государственная гражданская служба Российской Федерации – вид государственной службы, представляющий собой профессиональную служебную деятельность граждан Российской Фе-

---

<sup>1</sup> Студент кафедры Государственного и муниципального управления Института экономики и управления СКФУ.

дерации на должностях гражданской службы Российской Федерации по обеспечению исполнения полномочий федеральных государственных органов, государственных органов субъектов Российской Федерации, лиц, замещающих государственные должности Российской Федерации, и лиц, замещающих государственные должности субъекта Российской Федерации» [3].

Главным признаком понятия «государственная служба» признается профессиональная деятельность, которая осуществляется на основе специальных знаний, умений и навыков.

Чтобы максимально исполнить возложенные должностные обязанности, у гражданских служащих должен быть высокий уровень профессионализма. На сегодняшний день руководители органов государственной власти, сотрудники кадровых служб и сами государственные служащие должны понимать, что, государственная гражданская это в первую очередь служение обществу и государству, и оно требует сознательности, наличия высоких нравственных, профессиональных и человеческих качеств у гражданских служащих [4].

Требования к гражданским служащим постепенно повышается, это значит, что у них должно быть стратегическое мышление и умение принимать своевременные эффективные управленческие решения. Чтобы быть максимально конкурентоспособными, соответствовать предъявляемым требованиям, гражданские служащие должны постоянно поддерживать и повышать необходимые профессиональные знания, и поэтому дополнительное профессиональное образование должно быть качественным, непрерывным и систематическим [5].

Отсюда следует, что одной из первостепенных задач субъекта управления является развитие потребности государственных служащих в постоянном профессиональном развитии и получении новых знаний. Необходимо сказать и о важности постоянного совершенствования и разработки инновационных образовательных программ дополнительного профессионального обучения гражданских служащих, обратив внимание и на подготовку лиц, принимающих управленческие решения [6].

В таблице 1 представлены результаты социологического опроса, где исследовались мотивы, побуждающие государственных гражданских служащих проходить дополнительное обучение [7].

Таблица 1

**Мотивы прохождения дополнительного обучения ГГС**

Мотивы повышения профессионализма	%
1) потребность в получении новых знаний	54,5
2) помощь в повышении качества, эффективности, рациональности работы	46,1
3) переход на более интересную работу	19,7
4) переход на более высокооплачиваемую работу	21,3
5) смена должности на более высокую	29,3

Проведенное исследование показывает, что дополнительное профессиональное образование рассматривается государственными служащими в первую очередь как способ изменения своего профессионального и должностного статуса.

Чтобы институт гражданской службы успешно развивался, необходимо постоянно обучать сотрудников и руководителей кадровых служб органов государственной власти, знакомить их с процессами. Также нужно контролировать качество обучения и его соответствия потребностям [8].

Профессионализм государственных служащих оказывает влияние также на престиж института государственной службы.

Грамотный управленец главным фактором всегда ставит задачи подбора кадров по соответствующим критериям и стимулирования работников к профессиональному росту.

Самым важным условием в становлении и развитии профессионализма является потребность в профессионалах различными сферами общества. Немаловажную роль также играют имидж и значимость в обществе самой сферы, в которой работает государственный служащий, ее престиж. Чем выше престиж профессии, тем выше мотивация к успеху и профессионализму [9].

На уровень профессионализма также значительное влияние оказывают наличие соответствующих правовых норм, на базе которых формируются требования к государственному служащему, а также динамики функций и полномочий самого государственного органа.

Сегодня существует потребность в преподавателях-практиках высшей школы, получении навыков и умений, которые связаны с исполнением

должностных обязанностей. Важно обеспечить необходимую подготовку преподавателей, которые реализуют программы дополнительного профессионального образования государственных служащих [10].

Дополнительное профессиональное обучение государственных и муниципальных служащих осуществляется многими образовательными учреждениями РФ. Но даже на основе введения конкурсных процедур размещения государственного и муниципального заказа, можно заметить, что ведущее место в данной ситуации занимают те учреждения, которые уже долгое время занимаются этим направлением. На наш взгляд, это правильно, потому что накоплен большой опыт работы по обучению государственных и муниципальных служащих.

Главное место в государственной и муниципальной службе должны занимать такие специалисты, которые способны в постоянно меняющихся условиях реализовать на практике новые технологии государственного управления. Также необходимо уделить внимание возрастному разрыву, которая должна быть рациональной, чтобы не допустить большой разницы между многолетним опытом в этой сфере и теми новшествами, которые приносят в систему государственной службы молодые управленцы. Нужно пользоваться достоинством и способностями служащих всех поколений.

В сложившейся ситуации, важным является формирование кадрового состава государственной службы, применение единообразных подходов к прохождению государственной службы в различных органах исполнительной, законодательной и судебной власти, создание предпосылок для успешного планирования карьерного роста специалистов нового поколения, системного обновления и ротации кадров [11].

В существующей системе государственного заказа для дополнительного профессионального образования не отражаются новые условия функционирования государственной службы, государственными органами только формально ведутся работы по конкурсному отбору образовательных учреждений для ведения образовательных программ.

В связи с этим, важно разработать и внедрить новые образовательные технологии в области государственного управления.

В целях эффективной организации работы органов государственной службы, требуется обеспечение постоянного повышения профессионального уровня квалификации гражданских служащих. Для организации эффективного профессионального развития государственных служащих необходимо:

- ДПО должно иметь практическую направленность;
- проведение конкурсов среди самих образовательных учреждений, что даст усовершенствованную систему профессионального образования государственных гражданских служащих, стандартов и программ подготовки и профессионального развития;
- совершенствование механизма оценки результативности полученного образования государственными служащими;
- формирование осознания того, что государственный служащий служит обществу и конкретному гражданину.

Самым главным фактором эффективного государственного управления является наличие высокопрофессионального корпуса государственных служащих в органах государственной власти.

### **Список литературы:**

1. Момотова О.Н., Воронцова Г.В. Стратегия диверсификации как приемлемый вариант развития региональных социально-экономических систем / О.Н. Момотова, Г.В. Воронцова // *Kant*. – 2011. – № 2. – С. 28-32.

2. Попов В.Н., Островская В.Н. Бизнес-процесс – фундамент эффективного предпринимательства / В.Н. Попов, В.Н. Островская // *Вестник Университета (Государственный университет управления)*. – 2013. – № 2. – С. 153-161.

3. Семькина И.В., Воронцова Г.В. О формировании организационных структур в органах государственного и муниципального управления / И.В. Семькина, Г.В. Воронцова // В сборнике: *Современные тенденции развития теории и практики управления в России и за рубежом. Сборник докладов и тезисов IV (IX) международной научно-практической конференции* / Под

общей ред. В.Н. Парахиной, Л.И. Ушвицкого, Е.Ф. Бобровой. – Ставрополь, 2015. – С. 165-167.

4. Закон РФ от 27.07.2004 г. № 79-ФЗ «О государственной гражданской службе Российской Федерации» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [http://www.consultant.ru/document/cons\\_doc\\_LAW\\_149506](http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_149506).

5. Шатырко А.В., Воронцова Г.В. Оценка стоимости человеческого капитала в органах государственного управления / А.В. Шатырко, Г.В. Воронцова // В сборнике: Современные тенденции развития теории и практики управления в России и за рубежом. Сборник докладов и тезисов IV (IX) международной научно-практической конференции / Под общей ред. В.Н. Парахиной, Л.И. Ушвицкого, Е.Ф. Бобровой. – Ставрополь, 2015. – С. 114-116.

6. Смагина О.А., Воронцова Г.В. Применение инноваций в сфере государственного управления и проблемы при их внедрении / О.А. Смагина, Г.В. Воронцова // Вестник Северо-Кавказского гуманитарного института. – 2015. – № 4. – С. 13-17.

7. Павлюкова А.А., Воронцова Г.В. Управление инновационным потенциалом Ставропольского края / А.А. Павлюкова, Г.В. Воронцова // Вестник Северо-Кавказского гуманитарного института. – 2015. – № 4. – С. 18-22.

8. Тинякова А.Ю., Воронцова Г.В. Демотивация персонала / А.Ю. Тинякова, Г.В. Воронцова // В сборнике: Модернизация экономики и управления. Сборник научных статей. Под общей редакцией В.И. Бережного. – 2013. – С. 59-60.

9. Воронцова Г.В., Ковалева А.А. Конкурентоспособность территорий / Г.В. Воронцова, А.А. Ковалева // Вестник Северо-Кавказского гуманитарного института. – 2015. – № 1 (13). – С. 9-16.

10. Маркетинг территорий: аспекты реализации / О.Е. Акимова, И.В. Богомолова, Ж.В. Горностаева, Т.А. Забазнова, О.В. Кониная, Т.Н. Митрахович, В.Н. Островская, Е.Г. Попкова, В.Н. Правдюк, О.А. Суркова, Л.С. Шаховская. – Шахты: ГОУ ВПО «ЮРГУЭС», 2009. – 116 с.

11. Воронцова Г.В., Журавлева Т.А. О перспективах инфляционных процессов в России // НаукаПарк. – 2015. – № 2 (32). – С. 78-82.

## СУЩНОСТЬ КОНСАЛТИНГА И КЛЮЧЕВЫЕ ПОДХОДЫ К ФОРМИРОВАНИЮ ЕГО ОПРЕДЕЛЕНИЯ

© Берченко В.С.<sup>1</sup>

Российский экономический университет имени Г.В. Плеханова, г. Москва

Статья посвящена комплексному исследованию сущности и понятия консалтинга. Автор статьи рассматривает основные предпосылки к возникновению консалтинговой услуги как таковой и определяет сущность понятия консалтинг. В ходе исследования сущности понятия консалтинг автор также рассматривает различные подходы к формированию термина «консалтинг», выделяет наиболее известные определения и особое внимание уделяет плюсам и минусам конкретного определения с точки зрения современного консалтинга. Автор, опираясь на рассмотренные определения и проведённый анализ, излагает своё видение термина «консалтинг», учитывающего основные аспекты с учётом современных изменений индустрии и в заключении предлагает своё определение для терминов «консалтинг» и «управленческий консалтинг». Такой взгляд будет интересен специалистам в области управленческого консалтинга.

**Ключевые слова:** сущность консалтинга, определение термина консалтинг, управленческий консалтинг, формирование определения консалтинг, консалтинговая услуга.

Современный динамичный мир ежедневно ставит перед компаниями и предприятиями новые задачи и вызовы. Так, например, средняя продолжительность существования предприятия в США на текущий момент составляет 15 лет, а в 1937 году этот показатель составлял 75 лет [10]. Это говорит о том, что современная мировая экономика динамично меняется и компании, которые не успевают реагировать на новые вызовы и не изменяют себя под влиянием новых условий, диктуемых рынком, прекращают своё существование.

И если в рамках малого и среднего бизнеса обычно это можно сделать, используя свои внутренние ресурсы, то в компаниях, в которых работают десятки и даже сотни тысяч человек обширные ресурсоёмкие задачи зачас-

---

<sup>1</sup> Аспирант.

тую решаются не с помощью внутренних ресурсов, а с помощью специализированных консалтинговых компаний. Крупные международные консалтинговые компании имеют опыт в решении практически любого спектра задач, с которым может столкнуться их потенциальный клиент, и могут предложить решение, основанное на экспертном мнении консультантов, имеющих многолетний опыт работы в индустрии клиента.

Консалтинг можно рассматривать как любую помощь со стороны консалтинговой компании организации-клиенту при решении различных проблем и задач. Консалтинг обширен и решает вопросы как экономического или финансового характера, так и охватывает более узкие направления, как например экологический или судебный консалтинг [9].

По сути, имея проблему в любой сфере деятельности, организация может решить её, воспользовавшись услугами одной из представленных на рынке консалтинговых компаний. В этом и есть главная цель и сущность консалтинга: решение любых проблем клиента с целью повышения эффективности ведения его деятельности. Крупные международные консалтинговые компании в рамках своего направления имеют обширный багаж накопленных компетенций и лучших практик. В штате консалтинговых компаний консультанты, которые имеют многолетний опыт работы с конкретными индустриями, т.е. обладают экспертным мнением. При необходимости консультанты приглашают сторонних экспертов, которые обладают более глубокими знаниями в индустрии клиента и понимают все специфические аспекты ведения деятельности в рамках конкурентной среды клиента, т.е. по сути, консультанты могут сами пользоваться консультационными услугами, чтобы более качественно предоставить свои услуги. При таком подходе клиент может быть уверен, что те задачи и проблемы, которые он хочет решить с помощью консалтинговых компаний точно будут решены наиболее качественным образом.

Единого мнения по поводу происхождения и этимологии термина «консалтинг» в научном сообществе нет. Можно рассмотреть несколько версий возникновения термина консалтинг. Так, существует мнение, что «консалтинг» вышел из латинского языка, в котором есть слово «consultatio» – совещание, производное от «consultare» «обсуждать, просить и давать советы» [3]. В свою очередь сторонники версии об ином происхождении термина утвер-

ждают, что «консалтинг» – это производная от английского «consulting» – советоваться; справляться; совещаться; принимать во внимание. Также есть сторонники немецкого «konsultieren» – консультироваться; советоваться с кем-л.; советовать. Учитывая, что латинский язык оказал сильное влияние на языки германской группы, можно утверждать, что происхождение термина «консалтинг» имеет латинские корни, но своё современное значение термин приобрёл при переходе в английский язык.

Рассмотрев происхождение термина консалтинг, изучив, какое значение данный термин имеет в различных языках, а также поняв его сущность, можно перейти к рассмотрению определения термина консалтинг и консультирование.

Можно разделить различные подходы к формированию определения на три группы, в зависимости от объекта, формирующего определение:

- Международные и национальные консалтинговые объединения.
- Международные и национальные аналитические компании и агентства.
- Зарубежные и национальные авторы.

Если говорить о международных организациях, специализирующихся на изучении управленческого консалтинга, то можно выделить три наиболее крупные международные организации, которые покрывают три ключевых рынка для консультантов: США (AMCF), Европа (FEACO) и Япония (ZENNON-REN). Определение FEACO (Европейская федерация ассоциаций консультантов по экономике и управлению) будет наиболее близким, так, как российский рынок консалтинга в целом и рынок управленческого консалтинга в частности являются частью европейского рынка услуг, поэтому автор далее в статье рассматривает именно его.

Как и в вопросе происхождения термина, так и в вопросе общего унифицированного определения для консалтинга у научного сообщества и в бизнес среде нет одного общего мнения. Более того, определение может сильно различаться не только у разных авторов, но и у одного и того же автора в различные временные промежутки, что говорит о динамичном развитии консалтинга и как следствие, определение, данное в прошлом не будет отражать реальное понятие консалтинг, из-за изменений, произошедших с

того момента. Далее в таблице 1 рассматриваются и анализируются различные вариации определения термина «консалтинг»:

Таблица 1

### Зарубежные и национальные определения термина «консалтинг»

Автор	Определение	Комментарий
Европейская федерация ассоциаций консультантов по экономике и управлению (FEACO)	«Консалтинг – это предоставление независимых советов и помощи, включая определение и оценку проблем и/или возможностей, рекомендации соответствующих мер и помощь в их реализации» [11].	Определение является каноническим в бизнесе, так как было выработано совместно с представителями крупнейших консалтинговых компаний и отражало на момент формирования смысл консалтинговых услуг, но стоит отметить, что определение достаточно общее и детализирует какую помощь, кому, и в каком виде консультанты предоставляют.
Уткин Э.А.	«Консалтинг – это профессиональное содействие, оказываемое специалистами по управлению руководителям и управленческому персоналу различных предприятий и организаций в решении проблем их функционирования и развития, оказываемое в форме рекомендаций и совместно выработанных решений» [7].	Данное определение достаточно полное, но указывает только на рекомендации и выработанные решения, как финальный результат от использования услуг консультантов. Современные консультанты, помимо рекомендаций и решений теоретических, также предлагают услуги по внедрению в компанию клиента проработанных рекомендаций. Также данное определение не раскрывает характер помощи консультантов по временному признаку (разовый / длительный).
Посадский А.П.	«Консалтинг – это предпринимательская деятельность, осуществляемая профессиональными консультантами и направленная на обслуживание потребностей экономики и управления в консультациях и других видах профессиональных услуг» [6].	По мнению автора статьи определение в такой формулировке хорошо подчеркивает квалифицированность оказываемых консалтинговых услуг, но не полностью отражает возможный перечень клиентов услуг консультантов и не говорит о том, на кого консалтинговые услуги направлены.
Бисвас С., Твитчелл Д.	«Консалтинг – выявление, диагностика и разрешение проблем бизнеса» [1].	Определение кратко и ёмко показывает общую суть консалтинга, но в таком виде недостаточно полно раскрывает на кого направлены и как предоставляются консалтинговые услуги.
Коваленко С.Б., Козенко З.Н., Глебов И.П., Рогачев А.Ф.	«Консалтинг – оказание услуг, способствующих повышению экономической эффективности производства и социальной устойчивости членов кооператива» [2]	Определение говорит об повышении эффективности ведения деятельности, как об основном результате полученной консалтинговой услуги, но в качестве клиентов использует узкое понятие кооператив и не раскрывает, кем и кому детально предоставляется услуга.

Окончание табл. 1

Автор	Определение	Комментарий
Попов В.М., Ляпунов С.И., Медведев Г.В., Филиппов В.В.	«Консалтинг – это деятельность, направленная на выявление и разработку предложений и программ с целью рационализации и оптимизации функционирования предприятия, помощи руководящему составу и управленцам в процессе принятия грамотных решений» [5].	Определение достаточно точно передаёт смысл понятия консалтинг, но не учитывает вариативность предоставления консалтинговой помощи по временному параметру и не конкретизирует, кем предоставляется консалтинговая услуга.

*Источник:* составлено на основании источников [1, 2, 5, 6, 7].

Проанализировав представленные формулировки можно прийти к выводу, что ни одна из указанных формулировок не даёт оснований для того, чтобы взять её за эталонный образец, так как в целом передавая сущность понятия консалтинг, каждая из них отображает лишь определенную грань консалтинга. Поэтому автор считает, что на основании симбиоза основных формулировок определения термина консалтинг можно дать наиболее ёмкое и системное определение.

Автор статьи предлагает определение, которое учитывает специфические особенности данного понятия и изменения, которые произошли в современной экономике и сфере предоставления услуг и повлияли на понятие консалтинг.

*Консалтинг – это деятельность, осуществляемая профессиональными консультантами, направленная на предоставление разовой или длящейся (перманентной) квалифицированной помощи менеджменту клиента в выявлении, диагностике и разрешении бизнес проблем.*

Данное определение, по мнению автора, наиболее полно и точно отражает современный термин «консалтинг». Оно учитывает кто, кому, и каким образом предоставляет услугу консультирования и раскрывает, что из себя консалтинговая услуга может представлять.

Консалтинг является достаточно небольшой частью всего мирового рынка услуг, но, не смотря на это, он разделён на множество сегментов – по международной классификации существует более 400 видов консалтинга [12]. На вершине в денежном эквиваленте и по престижности стоит управленческий

консалтинг. Он включает в себя такие сегменты, как стратегический, операционный, финансовый, кадровый и ИТ-консалтинг. Одной из наиболее авторитетных и крупных международных организаций, изучающих управленческий консалтинг, является Европейская федерация ассоциаций консультантов по экономике и управлению (FEACO или FEACO).

Определение управленческого консалтинга, которое было сформулировано FEACO и определения, отражающие национальный и зарубежный взгляд на управленческий консалтинг можно увидеть в таблице 2.

Таблица 2

**Зарубежные и национальные определения термина  
«управленческий консалтинг»**

Автор	Определение	Комментарий
Европейская федерация ассоциаций консультантов по экономике и управлению (FEACO)	Управленческий консалтинг – это предоставление независимых советов и помощи по вопросам управления, включая определение и оценку проблем и/или возможностей, рекомендации соответствующих мер и помощь в их реализации [11]	Это определение является достаточно часто используемым, как в научной среде, так и среди консультантов, но, по мнению автора, является достаточно общим и не полностью раскрывает термин «управленческий консалтинг».
Кубр М.	«Консалтинг в области управления – это служба, работающая по контракту и оказывающая услуги организациям с помощью специально обученных и квалифицированных лиц, которые помогают организации-клиенту выявить управленческие проблемы, проанализировать их, дают рекомендации по их решению и содействуют при необходимости выполнению этих решений» [4].	По многим параметрам данное определение идентично определению от FEACO, но можно отметить, что автор определения делает акцент исключительно на управленческих проблемах, но современный управленческий консалтинг не ограничивается исключительно данным видом проблем.
Юксыярв Р.К., Хабакук М.Я., Лейманн Я.А.	«Управленческий консалтинг – это помощь руководителям в решении их проблем и во внедрении достижений науки и передового опыта» [8].	Определение достаточно ёмкое, но недостаточно полно раскрывает суть предоставляемых консультантами услуг, не отмечает квалифицированность помощи и временный характер отношений между клиентом и консалтинговой компанией.

Учитывая, что в научной и бизнес среде нет единого определения для термина управленческий консалтинг или консалтинг в области управления,

автор предлагает определение, которое учитывает выявленные особенности вышеупомянутых определений и описывает термин с учётом современных требований:

*Управленческий консалтинг – это разовая или длящаяся (перманентная) деятельность, направленная на предоставление квалифицированной помощи менеджменту организации-клиента в определении, оценке и решении проблем и / или поиске возможностей для улучшения в области управления.*

По мнению автора, данное определение описывает управленческий консалтинг наиболее оптимальным образом, позволяет получить из него весь необходимый базис о понятии «консалтинг», при этом не содержит чрезмерной детализации всех аспектов, которая не нужна в первичном базовом определении.

Резюмируя вышенаписанное можно утверждать, что консалтинг в целом и управленческий консалтинг в частности являются динамично изменяющимися сегментами мирового рынка товаров и услуг и определения и выводы полученные пять или десять лет назад не всегда являются релевантными для того, чтобы использовать их для точного и полного описания современного консалтинга. Принимая во внимание тот факт, что рынок консалтинга показывает устойчивый рост, а также то, что из-за специфики консалтинговых услуг он оказывает влияние на многие индустрии – особенно важно иметь комплексное определение для понятия «консалтинг», отражающее все современные изменения и тенденции рынка консалтинга.

### **Список литературы:**

1. Бисвас С., Твитчелл Д. Руководство по управленческому консалтингу. – Диалектика, 2004. – С. 13-14.
2. Коваленко С.Б., Козенко З.Н., Глебов И.П., Рогачев А.Ф. Сельскохозяйственная кредитная кооперация – М.: Финансы и статистика, 2005. – С. 216-219
3. Консультация [Электронный ресурс] // Современная энциклопедия. Режим доступа: [http://enc-dic.com/enc\\_modern/Konsultacija-5248.html](http://enc-dic.com/enc_modern/Konsultacija-5248.html).
4. Кубр М. Управленческое консультирование. – М.: 1992. – Т. 1. – С. 5-18.

5. Попов В.М., Ляпунов С.И., Медведев Г.В., Филиппов В.В. Современные бизнес-технологии. – М.: «Кнорус», 2006. – С. 90.
6. Посадский А.П. Основы консалтинга. – М.: ГУ ВШЭ, 2006. – С. 16.
7. Уткин Э.А. Консалтинг. – М.: ЭКМОС, 2008. – С. 12-14.
8. Юксвярав Р.К., Хабакук М.Я., Лейманн Я.А. Управленческое консультирование: теория и практика. – М., 2008.
9. Берченко В.С. Особенности развития современного мирового рынка управленческого консалтинга / В.С. Берченко // Инновации и инвестиции. – 2015. – № 6. – С. 66-70.
10. Пурдехнад Джон Новый этап в управленческом консалтинге / Д. Пурдехнад // Проблемы управления в социальных системах. – 2013. – № 9. – С. 17-21.
11. Consulting Industry: Market Segments [Электронный ресурс] // Online platform for the consulting industry Consultancy.uk – Режим доступа: <http://www.consultancy.uk/consulting-industry/market-segments>.
12. FEACO Information Document. – Bruxelles, 1994. – P. 2.

## **Секция 6**

### ***МАРКЕТИНГ В РОССИИ: СОВРЕМЕННОЕ СОСТОЯНИЕ, ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ***

# МАРКЕТИНГ НА СТРАХОВОМ РЫНКЕ В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ

© Азарова С.П.<sup>1</sup>

Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации,  
г. Москва

По мере формирования в России рынка страховых услуг, маркетинг все чаще используется в страховом обслуживании клиентов. Ключевое звено маркетинговой стратегии представляет собой сам страховой продукт. В период кризиса на передний план рынка страховых услуг выходит забота о качестве страхового продукта. Высокое качество страхового продукта позволит компании не делать упор на поиске новых клиентов, а укреплять и приумножать доверие имеющихся. В то же время в России недооцененной составляющей маркетинговой стратегии в сфере страхования является система сбыта. Страховщикам необходимо проводить постоянный мониторинг удовлетворенности клиентов, изучать клиентские претензии и жалобы, вести поиск дополнительных услуг, имеющих самую высокую потребительскую оценку, а также устанавливать конкурентной цены страхового продукта.

**Ключевые слова:** маркетинг, страховые услуги, страховые интересы потребителей, рынок, стратегия.

Страхование является одним из важнейших сегментов экономики, обеспечивающих безопасность юридических и физических лиц. Маркетинг в качестве метода управления коммерческой деятельностью страховых компаний нашел применение сравнительно недавно, по мере формирования в России рынка страховых услуг, – причиной существования страхового общества служит удовлетворение страховых интересов потребителей. В литературе приводится следующее определение: маркетинг страховых услуг – это система понятий и приемов, посредством которых достигается взаимопонимание и эффективное взаимодействие клиента и продавца – улучшение

---

<sup>1</sup> Доцент кафедры «Маркетинг и логистика», кандидат экономических наук.

их финансово-экономических отношений, которая направлена на наилучшее обеспечение различных потребностей страхователей в высококачественной, относительно недорогой и полной страховой защите; а к тому же достижение высокой доходности страховых операций для страховой компании [3].

Практику маркетинга на рынке страховых услуг определяет ряд принципов:

- глубокое и широкое изучение среды страхового рынка, спроса и требований клиентов;
- гибкая реакция на запросы клиентов;
- влияние на спрос потребителей в интересах организации;
- осуществление нововведений.

На основе данных принципов в страховом маркетинге осуществляется планирование таких показателей, как число заключенных договоров, прибыль, доля страхового поля, охваченная страховщиком, доля взносов и количество договоров, заключающихся на одного работника, структура и качество услуг, которые оказывает компания, а также обеспечение компанией сохранности конфиденциальной информации. К числу показателей социального характера относятся совершенствование профессиональной подготовки работников компании, степень решения социальных проблем.

Страховой маркетинг ставит перед собой следующие цели:

- максимизация прибыли компании;
- максимизация прибыли страховщика;
- сохранение жизнеспособности компании [1].

Первая по упоминанию цель несет в себе ключевой характер для подавляющей доли страховщиков, но не всегда является первостепенной. В случаях, когда страховщик действует в зоне ограниченной, к примеру, социальной роли страхования, общество имеет полное право потребовать от страховщиков выполнения социальных функций, будь то защита потерпевших в аварии или выплата страхового возмещения в случае наступления непредвиденных обстоятельств. В этом случае законодательство будет на стороне общества. В менее явном виде общество имеет возможность требовать от страховщика ограничения собственных доходов, финансирования внутреннего госдолга через инвестиции в долгосрочные государственные ценные бумаги. Исходом та-

кой ситуации получение прибыли страховщиком становится не единственной, а в ряде случаев дополнительной задачей, обеспечивающей выполнение главной социальной функции. Целям максимизация прибыли компании относятся такие цели, как формирование и повышение спроса, обеспечение обоснованности принимаемых управленческих решений и планов работы страховой компании, а также расширение видов предоставляемых услуг.

Цель максимизации прибыли страховщика связана непосредственно с удовлетворением страховых интересов потребителей страховых услуг, что является основной задачей страхового обслуживания клиентов. Так как уровень страхового обслуживания влияет на спрос, то чем лучше сервис у страховой компании, тем больше спрос на его услуги. Однако повышение уровня сервисного обслуживания требует затрат. В связи с этим управляющие страховым обществом должны отыскать наилучший баланс между уровнем обслуживания и экономическими факторами, которые связаны с обслуживанием [4]. Цель службы маркетинга страхового общества – определить, каким образом соотносятся экономические факторы обслуживания и спрос на страховые товары. В случае, когда спрос на страховые услуги снижается, служба маркетинга страховой компании должна обнаружить причины и, соответственно, принять меры по их устранению. Этими мерами могут послужить: совершенствование имиджа организации, увеличение качества обслуживания, обратная связь с потребителем, пересмотр структуры тарифов, создание конкурентных преимуществ для потребителя при пользовании услугами данной страховой компании и другое.

Маркетинговая стратегия страховой компании представляет собой воплощение и концентрацию всех ее маркетинговых усилий [2]. Существует ряд инструментов, с помощью которых воплощается и реализуется маркетинговая стратегия страховщика:

- политика в области создания страховой продукции;
- ценовая политика;
- метод организации продаж и политика в области распределения;
- подготовка агентов, повышение уровня продаж, а также планирование сбыта;
- поддержание обратной связи с потребителями.

Для лучшей и эффективной реализации маркетинговой стратегии все ее инструменты должны использоваться в связке, что решается путем использования интегрированных маркетинговых коммуникаций [5]. Однако именно сам страховой продукт представляет собой ключевое звено маркетинга, поэтому на передний план современного рынка страховых услуг выходит забота о качестве страхового продукта. Высокое качество страхового продукта позволит компании не делать упор на поиске новых клиентов, а укреплять и приумножать доверие имеющихся. Для обеспечения нужного уровня качества страховщикам необходимо проводить постоянный мониторинг удовлетворенности клиентов, изучать клиентские претензии и жалобы. Главной задачей страховщика является определение не только самых востребованных рисков, но и дополнительных услуг, имеющих самую высокую потребительскую оценку, а также установление конкурентной цены страхового продукта.

Наряду с перечисленным, важной составляющей маркетинговой стратегии в сфере страхования является система сбыта. Существует несколько каналов сбыта страховой продукции: через брокеров; через посредников, которые не специализируются на продаже страховой продукции, таких, как банки, магазины; через сотрудников страховой компании; в филиалах головного офиса страховой компании или ее дочерних предприятиях, которые занимаются продажей по интернету, телефону, почте и т.д. Организация сбыта страховых услуг в России оказывает значительное влияние на российский рынок услуг страхования [5]. К негативным моментам относится следующее:

- 1) плохо развит страховой рынок, население не понимает надобность в страховке;
- 2) кризис, который не дает развиваться страховому рынку;
- 3) нет развитых независимых брокерских компаний, которые помогают в посредничестве между страховщиком и страхователем;
- 4) потребительские кредиты и расчеты по банковским операциям не развиты, это затрудняет предложение страховых услуг с помощью банков;
- 5) нехватка квалифицированных кадров и страховых менеджеров.

Отметим, что самый распространенный способ продажи страховой продукции в России – это продажа страховых полисов сотрудниками компании или страховыми агентами. К настоящему времени развивается продажа через нестраховых посредников, таких, как банки. Также стремительно развивается продажа страховых продуктов через электронную сеть – интернет. Однако эксперты считают, что развитию этого направления препятствует проблема идентификации электронной подписи в сети интернет, что усложняет полномасштабное страхование.

Все указанные проблемы должна учитывать маркетинговая стратегия страховой организации в современных условиях [3]. По нашему мнению, к актуальным направлениям маркетинговой стратегии можно отнести:

- совместность страхования с другими финансовыми услугами (кредитами);
- развитие комплектных видов страхования;
- предложение полисов с участием в прибыли;
- развитие семейного и коллективного страхования;
- организация работы в среде интернет.

Добавим, что в сложившихся экономических условиях маркетинговая стратегия позволяет выбрать оптимальный комплекс рыночных действий и эффективно распределить ресурсы страховой компании по ключевым направлениям деятельности.

### **Список литературы:**

1. Жуликова О.В. Концепция маркетинга как способ максимизации прибыли предприятия // Вестник Московского государственного университета приборостроения и информатики. Серия: Социально-экономические науки. – 2013. – № 46. – С. 73-76.
2. Кумар Н. Маркетинг как стратегия. – М.: Претекст, 2008.
3. Морозов Ю.В. Маркетинг в отраслях и сферах деятельности. – М.: ИД «Дашков и К», 2010.
4. Песоцкая Е.В. Маркетинг услуг. – СПб.: Питер, 2000. – С. 18-19.
5. Официальный сайт компании «Ингосстрах» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.ingos.ru/>.

## АНАЛИЗ ИМИДЖА СТАВРОПОЛЬСКОГО КРАЯ КАК ТУРИСТСКОГО РЕГИОНА

© Костина Л.В.<sup>1</sup>

Северо-Кавказский федеральный университет, г. Ставрополь

Проанализирован туристский имидж Ставропольского края, выявлены сильные и слабые стороны края в области туризма, разработаны стратегии по формированию бренда Ставрополя, как территории, благоприятной для рекреации и туризма.

**Ключевые слова:** имидж, туристско-рекреационное значение, региональный туристский бренд, брендинг.

На сегодняшний момент возникает необходимость создания, развития и продвижения положительной картины региона путем создания маркетинговой программы, предназначенной для конкретной территории. Одним из главных перспективных направлений маркетинга туристских территорий является маркетинг имиджа. Имидж – это один из определяющих факторов восприятия территорий. Так, он оказывает влияние на лояльность со стороны федерального центра, других субъектов Российской Федерации, международного сообщества. Общественно-политическая, культурно-историческая и инвестиционная привлекательность регионов не возникает на пустом месте, а является следствием сформированного и актуализированного имиджа.

Имидж – это сложный и многоликий аспект идентификации. Имидж целенаправленно формируется за счет опосредованного воздействия через СМИ и разнообразных специальных мероприятий [1].

Регион – это определенная территория, которая обладает целостностью и взаимосвязью ее составных элементов (множество предметов, людей, организаций и связей).

Имидж региона – это комплекс убеждений и ощущений людей, возникающий на основе природно-климатических, географических, этнических,

---

<sup>1</sup> Студент.

исторических, социально-экономических и других особенностей региона. Имидж обладает высокой степенью эффективности, когда он определяет характер наших отношений с объектами [2].

Индивидуальное представление о регионе может возникнуть из личного опыта (например, в результате временного или постоянного проживания на данной территории) или посредственно (например, из материалов СМИ) [3].

Главным инструментом маркетинга имиджа территории являются мероприятия, направленные на связь и открытость территории для контактов, а также позволяющие внешним субъектам лучше узнать ее, убедиться в существовании имеющихся у нее преимуществ [4].

Важнейшей целью рекламы территории является усиление позиций данной территории в международной конкурентной борьбе. Она призвана наделять территорию положительными образами, представлениями, привлекая тем самым туристов. Так, она в своих материалах совершенно естественно прибегает к использованию уникальных достопримечательностей местности, которые представляют собой туристический интерес и позволяют связать себя в один цельный комплекс.

Ставропольский край, является территорией благоприятной для туризма. В крае можно создать такой механизм стратегического управления, который будет распространять совокупные туристические продукты региона и способствовать реализации программ позиционирования и маркетинга бренда Ставропольского края в туристском информационном пространстве [5].

Ставропольский край благодаря своим природно-климатическим условиям, географическому положению, разнообразию природных ландшафтам, огромному числу памятников культуры, богатейшей истории, археологии и уникальным природным ресурсам имеет огромный потенциал для развития туризма. В крае расположена разветвленная сеть Северо-Кавказской железной дороги, также имеется ряд крупных автомагистралей и два международных аэропорта – в г. Ставрополь и в г. Минеральные Воды, что очень немаловажно.

Ставрополье обладает огромным богатством, которое включает в себя рекреационные ресурсы, такие как: лечебные, грязевые. Климатические, гидроминеральные, а также туристско-экскурсионные объекты [6].

Ставропольский край является одним из немногих регионов Российской Федерации, где туризм «окрашен красками» оздоровительного отдыха и увлекательных путешествий, но и конкретной экономической реальностью. Основные туристские ресурсы Ставрополя представлены 3,1 тыс. памятниками истории и культуры, более чем 100 памятниками природы и заказниками, 40 музеями, 3 театрами и 2 цирками.

Жемчужина Ставрополя – Кавказские Минеральные Воды – обладает удачными природно-климатическими условиями, а также большими запасами минеральных вод. Кавказские Минеральные Воды могут стать международным брендом, эталоном качества в сфере лечебно-санаторных услуг.

Безусловно, все это делает Ставропольский край благоприятным регионом для развития туризма. Однако, туристский потенциал Ставропольского края используется не в полном объеме. Поэтому, создание условий для качественного отдыха требует более активного проведения государственной политики в сфере туризма.

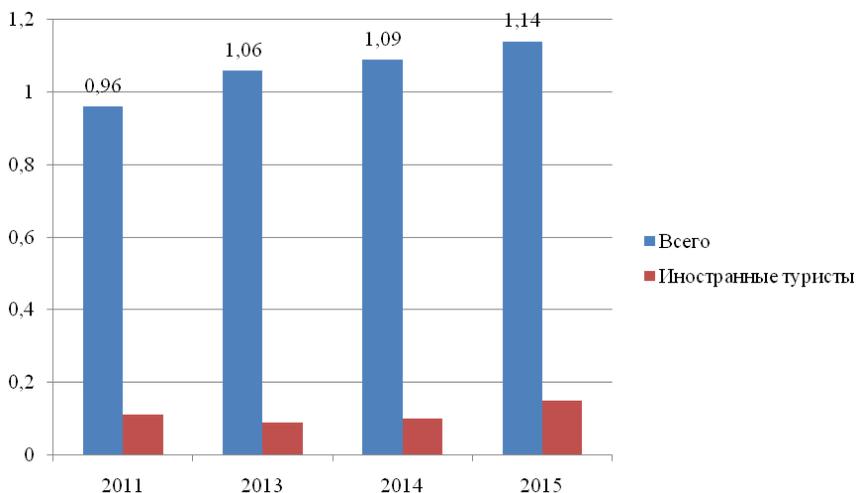


Рис. 1. Туристический поток в Ставропольском крае, млн. чел.

По оценочным данным в Ставропольском крае в 2015 г. объём туристического потока составил порядка 1,14 млн. туристских поездок (рис. 1), что превысило соответствующий показатель за 2012 г. практически на 30 %.

При этом около 900 тыс. человек отдали свое предпочтение Кавказским Минеральным Водам. За рассматриваемый период туристическими организациями Ставропольского края было разработано и реализовано более 300 маршрутов.

Анализ позиции Ставропольского края на российском и международном рынках показывает, что край удовлетворяет потребности туристов, которые прибывают на лечение и отдых. Позиция края в отношении туристов, прибывающих с познавательными и деловыми целями, очень слаба, почти даже не определена.

На Ставрополье очень слабый уровень развития индустрии туризма, несмотря на наличие значимых конкурентных преимуществ, способствующих развитию туристической отрасли, и имеющих отдельные популярных туристических центров [7].

Имидж Ставрополя наделен и слабыми сторонами. К этим сторонам можно отнести недостаточное количество информации о крае как регионе, безопасном для пребывания туристов, плохая информированность граждан, в том числе и иностранных, о туристском потенциале края, невысокий уровень квалификации обслуживающего персонала. Также, хочется сказать, что происходит слабое продвижение края на мировом и региональных туристских рынках, невысокий уровень квалификационной подготовки обслуживающего персонала.

Развитие туристического комплекса сдерживается негативным имиджем Ставропольского края как субъекта СКФО, слабым уровнем обеспечения безопасности и охраны окружающей среды. Также снижает уровень привлекательности курортных местностей и недостаточное благоустройство рекреационных зон, парков, пешеходных улиц, отсутствие территориальных планов развития отдельных курортов, единого стиливого и композиционно-го решения застройки [6].

Для того что бы разрешить все вышеизложенные проблемы и сформировать позитивный имидж Ставрополя как туристского региона, необходимо, как нам кажется, прибегнуть к постепенному перепозиционированию. Это означает то, что нужно захватить новые рыночные сегменты и разработать такие ценности, которые сейчас не распространены на краевом рынке.

Поэтому существует необходимость преобразовать имидж края для еще большего приближения к желаниям потребителей туристских услуг.

Для эффективного позиционирования Ставропольского края, как территории благоприятной для туризма, должно быть сформировано «позиционное утверждение», которое будет основано на бренде края как места, привлекательного для туризма [8].

В планируемых условиях последовательного роста реальных доходов населения эффективность брендинга туристских услуг, которые предлагаются территорией, становится одним из необходимых условий обеспечения конкурентоспособности Ставропольского края на рынке, как на внешнем, так и на внутреннем [9].

В качестве одного из основных инструментов продвижения края как туристского региона предусматривается формирование и развитие регионального бренда «Туристское Ставрополье». За излишне незатейливым и неудобным для произношения названием, по крайней мере, ясность – бренд призван завлекать туристов на территорию края. Создание такого бренда нацелено на увеличение привлекательности Ставропольского края, как комфортной и безопасной территории для всех туристов.

Необходимость формирования положительного туристского бренда Ставрополья обусловлена рядом причин: наличие инструментов продвижения регионального туристского бренда, повышение роли маркетинговой информационной системы в обеспечении конкурентоспособности территории [10].

Благодаря развитию курортов и туризма, в регионе ожидается увеличение доли сферы туризма в валовом региональном продукте на 10 %, создание и сохранение более 5 000 рабочих мест в индустрии туризма. Уже с 2017 г. величина дополнительных налоговых поступлений в консолидированный бюджет края от организаций санаторно-курортного и туристского комплексов должна составить порядка 71,4 млн. руб. ежегодно. Это все поможет обеспечить устойчивое социально-экономическое развитие всего Ставропольского края [11].

Улучшение туристского имиджа Ставропольского края является одной из приоритетных задач органов власти края, бизнеса и гражданского обще-

ства. Это позволит нам занять собственную нишу в условиях растущей конкуренции за привлечение инвестиционных ресурсов. Для Ставрополья туризм пока не стал ведущей отраслью экономики. Следовательно, требуется разработка рекомендации по совершенствованию международного туризма в регионе.

Край должен стать территорией открытой всему миру, безопасной, с развитой инфраструктурой, с уникальными природными ресурсами и богатым культурно-историческим наследием и местом для традиционного отдыха и лечения нескольких поколений россиян и иностранных жителей.

### **Список литературы:**

1. Воронцова Г.В. Исследование понятийного аппарата маркетинга территории / Г.В. Воронцова // Вестник Северо-Кавказского государственного технического университета. – 2012. – № 2 (31). – С. 195-199.

2. Воронцова Г.В., Бушман А.О. Механизмы формирования благоприятного имиджа территории / Г.В. Воронцова, А.О. Бушман // Вестник Северо-Кавказского гуманитарного института. – 2015. – № 1 (13). – С. 17-25.

3. Воронцова Г.В. Проблемы оценки маркетингового потенциала Ставропольского края и перспективные направления его развития / Г.В. Воронцова // Вестник Северо-Кавказского федерального университета. – 2012. – № 4. – С. 163-167.

4. Воронцова Г.В., Дмитриева А.Б. Формирование концепции управления маркетингом территории: монография / Г.В. Воронцова, А.Б. Дмитриева. – Ставрополь: ООО Издательский дом «ТЭСЭРА», 2012. – 151 с.

5. Воронцова Г.В. Обоснование роли стратегических маркетинговых решений как фактора устойчивого развития региона / Г.В. Воронцова // НаукаПарк. – 2011. – № 4 (5). – С. 62-66.

6. Воронцова Г.В. Теоретико-методологические подходы к брендингу территории / Г.В. Воронцова // Вестник Северо-Кавказского федерального университета. – 2012. – №3 (32). – С. 217-222; Воронцова Г.В., Ковалева А.А. Конкурентоспособность территорий / Г.В. Воронцова, А.А. Ковалева // Вестник Северо-Кавказского гуманитарного института. – 2015. – № 1 (13). – С. 9-16.

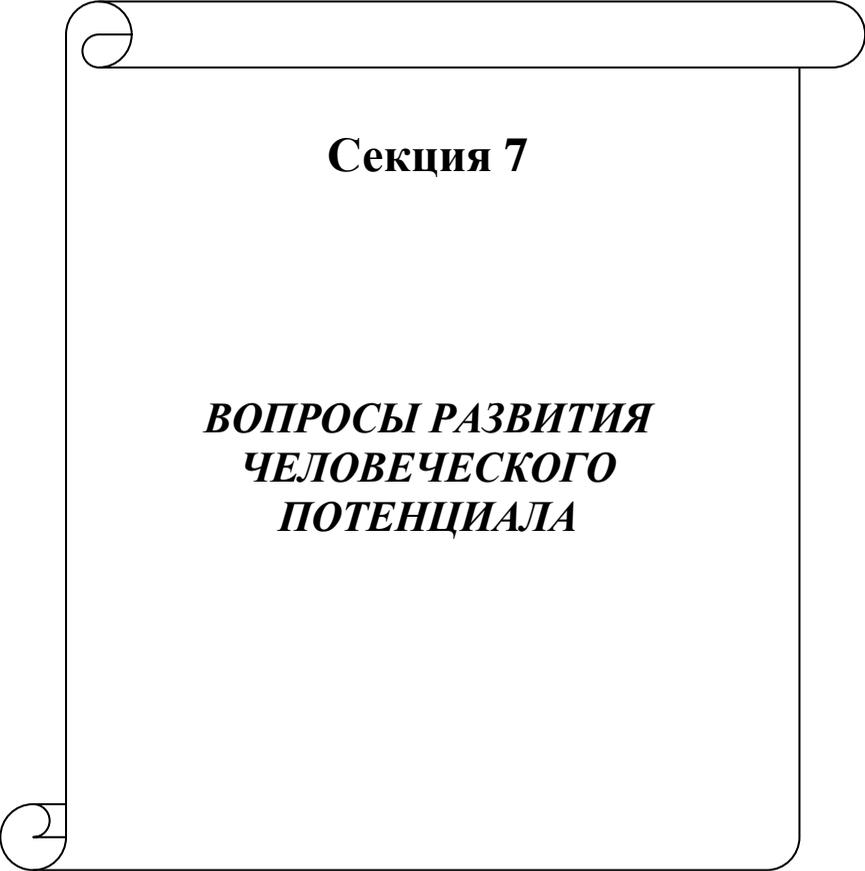
7. Воронцова Г.В., Левданская Н.Е. Использование инновационных инструментов маркетинга территории / Г.В. Воронцова, Н.Е. Левданская // Наука. Инновации. Технологии. – 2013. – № 2. – С. 107-116.

8. Краевая целевая программа «Развитие курортов и туризма в Ставропольском крае на 2012-2016 годы» от 20 июля 2011 г. № 287-п (в ред. постановления Правительства Ставропольского края от 18.01.2012 № 12-п) [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://base.garant.ru/>.

9. Воронцова Г.В. Обоснование роли стратегических маркетинговых решений как фактора устойчивого развития региона / Г.В. Воронцова // Наука-Парк. – 2011. – № 4 (5). – С. 62-66.

10. Воронцова Г.В., Зимовец И.Д. Маркетинг территории как инструмент повышения инвестиционной привлекательности местного сообщества / Г.В. Воронцова, И.Д. Зимовец // Кант: Экономика и управление. – 2013. – № 2. – С. 52-56.

11. Ostrovskaya V.N., Vorontsova G.V., Momotova O.N. Identification of priority communicative directions of promotion of Stavropol as region with favorable tourist climate // Middle East Journal of Scientific Research. – 2013. – Т. 16, № 10. – С. 1321-1328.



**Секция 7**

***ВОПРОСЫ РАЗВИТИЯ  
ЧЕЛОВЕЧЕСКОГО  
ПОТЕНЦИАЛА***

# ПРОБЛЕМЫ МОТИВАЦИИ ПЕРСОНАЛА ПРЕДПРИЯТИЙ

© **Абрамова В.В.<sup>1</sup>, Пацук О.В.<sup>2</sup>**

Сибирский государственный аэрокосмический университет  
имени академика М. Ф. Решетнева (СибГАУ), г. Красноярск

В условиях нарастающего экономического кризиса увеличивается количество предприятий испытывающих финансовые затруднения, в связи с чем, работники вынуждены заняться поиском новой работы для стабилизации своих денежных доходов. Это предполагает необходимость обоснования существенных изменений в системе мотивации труда персонала предприятия.

*Ключевые слова:* система мотивации персонала, стимулирование, методы материальной и нематериальной мотивации.

В период преодоления экономического кризиса для предприятия очень важно сохранить имеющийся персонал. Факторы, которые могут повлиять на решение работника изменить место работы, можно представить следующим образом: уровень дохода; отсутствие карьерного роста; рутинность работы; социальные гарантии; отношения с руководством; отношения в коллективе. Вместе с тем для персонала значение имеет содержание работы: новый опыт, возможность решать сложные и интересные задачи, карьерный рост, дополнительное обучение. Именно поэтому в настоящее время весьма важно сохранение уже имеющегося обученного персонала, нахождение методов и способов, которые позволят заинтересовать его и удержать, и при этом добиться того, чтобы сотрудники не просто выполняли работу, но и собственным примером вдохновляли своих коллег.

Решение проблем мотивации персонала предприятия в условиях кризиса возможно лишь при условии создания надлежащей мотивационной системы, способной побуждать персонал предприятия к эффективной деятель-

---

<sup>1</sup> Магистрант.

<sup>2</sup> Доцент кафедры Менеджмента, кандидат экономических наук, доцент.

ности. Речь идет о применении таких форм и методов стимулирования трудовой деятельности, которые способствовали бы его высокой результативности и конкурентоспособности [1]. Исходя из этого, важным условием эффективной деятельности предприятия является создание действенного, адаптивного к новым требованиям, механизма мотивации труда персонала. Актуальность исследуемой проблемы определяется рядом факторов, которые ограничивают возможности разработки эффективной системы мотивации труда персонала предприятия.

Отношение к труду в значительной мере определяет успех или неудачу предприятия в его продвижении по пути экономического и социального прогресса. Из-за отсутствия достоверной информации о реальной ситуации на предприятии и перспективах его развития персонал оказывается привлеченным в обсуждение разнообразных обсуждений того, что происходит на предприятии, а это сказывается на эффективности труда. Поэтому одной из важнейших мер является разъяснительная работа с персоналом, в соответствии с которой информация для сотрудников должна содержать: характеристику ситуации, в которой находится на данный момент предприятие; запланированные мероприятия по преодолению кризиса и ожидаемые результаты от их реализации [2]. Мотивация является:

- проявлением внутренней потребности работника, которая внешне выражается в его заинтересованности в том или ином благе материальном, нематериальном;
- формой диалектического сочетания мотивов работника и его стимулов, которые формируются и реализуются на предприятии. Стимулы направлены на создание у работника интереса в реализации стратегических и текущих целей предприятия. Для развития цивилизованных рыночных отношений необходимо создание определенного баланса интересов, мотивов и стимулов.

Современная практика мотивации позволяет выделить такие виды стимулов: в зависимости от влияния – материальные и нематериальные; по форме вознаграждения – денежные и не денежные; по направленности действия – прямые и непрямые; по результатам труда – по качеству труда, по производительности труда, по интенсивности труда; по срокам действия – кратко-, средне- и долгосрочные стимулы [3].

Действующие принципы стимулирования, мотивации к труду, которые, как правило, базируются на старых, нерыночных факторах, не обеспечивают заинтересованности работников в достижении наилучших результатов труда, недостаточно учитывают его личный вклад. Среди материальных стимулов ведущее место занимает заработная плата. Она отражает как стоимость рабочей силы, так и цену услуги, которую предоставляет сотрудник.

Вознаграждения по итогам года и дивиденды на подавляющем большинстве предприятий не выплачиваются, участие персонала в прибылях, за исключением высшего руководящего состава, не практикуется. Это означает, что те преимущества, которые могли быть использованы как мотивационный потенциал повышения эффективности труда, не используются.

Отсутствие у сотрудников стремления к вознаграждению в денежной форме за длительный период естественно. Поскольку это происходит в условиях, когда высокие темпы инфляции, существенное различие между номинальной и реальной заработной платой, отставание темпов роста прожиточного минимума от изменений индекса потребительских цен порождает у работников неуверенность даже в завтрашнем дне, не говоря о долгосрочной перспективе. Исходя из того, что у работников нет уверенности в будущем, они ориентированы на сиюминутные интересы, на текущее стимулирование и мотивацию. В условиях, когда спрос начинает иметь высококачественную, но относительно дешевую продукцию, возникает объективная необходимость преобразования всех структурных элементов заработной платы в стимул роста качества труда работников.

Основной задачей изменения системы трудовой мотивации является разработка новых и совершенствование существующих механизмов ее организации и регулирования, которые бы позволили возродить основные функции заработной платы, обеспечить рост мотивационного потенциала работников к эффективной работе на основе повышения размера заработной платы. Исходя из этого, необходимо усилить зависимость заработной платы от эффективности производства и конечных результатов работы предприятий.

К основным факторам мотивации персонала предприятия следует отнести: высокий заработок; условия труда; устойчивые взаимоотношения; стремление к достижениям цели; креативность; самосовершенствование; уверенность

ность в своем будущем на данном предприятии; отношение к стратегическим стимулам и мотивации на предприятии.

Для более правильного подбора факторов мотивации следует проводить интервьюирование, что позволит их согласовать. Экономическая и профессиональная подготовка на предприятии учитывает сложившуюся ситуацию и действует в направлении улучшения тех факторов, которые в данном случае и в перспективе необходимы для повышения эффективности системы мотивации труда персонала [4].

В настоящее время следует обратить внимание на мотивацию, пересмотреть стратегию предприятия. Такой подход постепенно будет нацеливать работников предприятия на долгосрочные перспективы посредством стратегических систем мотивации и стимулирования трудовой деятельности.

Экономические свойства мотивации в современных условиях заключаются в необходимости использования как рыночных, так и не рыночных методов и способов привлечения работников к труду. Сегодня обостряются противоречия в государственном регулировании: с одной стороны, государство как субъект рынка труда заинтересовано в привлечении на свои предприятия квалифицированной рабочей силы, а с другой – государственный сектор должен обеспечивать работой тех, кто не может ее найти.

В связи с этим, мотивация должна обеспечивать решение таких задач:

- измерение расходов труда наемного работника, это решается путем сравнения фактических расходов и их соответствующей оценкой в денежной форме;
- оценку ее результативности, что решается сложнее, поскольку нет ответа по измерению результативности труда. Поэтому необходимо внедрение новых тарифных сеток, разработанных государственными структурами с учетом интересов коллективов и владельцев предприятий; внедрение современных механизмов оплаты труда и премирования занятых в материальной и нематериальной сферах. Финансовые ресурсы предприятий все больше определяются объемом не выработанной, а реализованной, продукции, которая обуславливает усиление взаимосвязи форм и видов мотивации труда с уровнем доходов предприятия. Виды мотивации, в отличие от ее форм, влияют на интересы работников.

Стратегические системы мотивации должны быть ориентированы на развитие и самореализацию работника как личности, на инновационное развитие предприятия путем активизации процессов капитализации, на участие работников в прибылях, в собственности, в управлении предприятием. Действующие на предприятиях формы и системы оплаты труда, системы премирования в определенной мере решают вопросы мотивации текущих вопросов эффективной работы. Однако при этом недостаточно учитываются индивидуальные трудовые концепции работников, их мотивы [5].

Для оценки мотивов труда конкретных работников возникает необходимость введения стратегических факторов мотивации. В этой связи предлагаются факторы, ориентированные на стратегическую составляющую системы мотивации: уверенность в своем будущем на предприятии; отношение к текущим стимулам предприятия; отношение к стратегическим стимулам и мотивам на предприятии. Предложенный перечень факторов позволит сориентировать системы мотивации персонала предприятия на перспективу, на реализацию стратегических целей, как предприятия, так и работников.

Целенаправленная, стратегическая разработка систем мотивации персонала будет способствовать повышению эффективности труда персонала предприятий. Основным и универсальным мотивирующим фактором для персонала служит уровень заработной платы, поскольку она является средством, которое может обеспечить реализацию многих его потребностей.

Экономический кризис угрожает предприятию не только финансовыми проблемами и ослаблением позиций на рынке, но и потерей квалифицированных специалистов. Новый механизм мотивации труда персонала предприятия, представляет собой совокупность форм, методов, способов и институтов внешнего влияния на работника, с помощью которых субъекты мотивации труда разрешают противоречие в процессе привлечения разных по уровню образования и квалификации работников к неодинаковым видам труда [6].

Таким образом, лучший способ мотивировать сотрудников на более эффективную и ответственную работу в кризисной ситуации – самому руководителю работать более эффективно и ответственно, принять на себя и осознать ответственность за судьбы своих подчиненных. Кризисные ситуации на

различных предприятиях отличаются и поэтому необходим индивидуальный подход к их преодолению. Руководство любого предприятия обязано прогнозировать и предотвращать кризисы и своевременно проводить преобразования. Но при наступлении кризиса программа антикризисных мер, в том числе и по управлению персоналом предприятия, должна быть разработана в кратчайшие сроки и корректироваться по мере изменения ситуации.

Кризис заставляет всех, и в первую очередь руководителей, работать по-новому, что позволит пережить это сложное время. Особое внимание руководитель должен уделять главному ресурсу, без которого невозможно продвижение организации вперед, – своим сотрудникам. Наиболее приемлемым способом воздействия на персонал является совмещение использования личных качеств руководителя, таких как харизма, и различных средств коммуникации. Только в этом случае персонал будет чувствовать заботу руководства и станет работать с полной отдачей.

#### **Список литературы:**

1. Черни В. Как мотивировать персонал в условиях кризиса [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.cfin.ru/management/people/motivation>.
2. Большакова И.А. Мотивация как элемент эффективного управления персоналом // Экономика и управление: анализ тенденций и перспектив развития. – 2014. – № 12.
3. Мотивация персоналом в период кризиса [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.vosp.com.ua/motivaciya-personala>.
4. Кистерева Е.В. Финансовые аспекты формирования мотивационной системы сотрудников в условиях кризиса / Е.В. Кистерева // Финансовый менеджмент. – 2009. – N 2.
5. Каграманова Т.И. Проблемы стимулирования и мотивации в управлении персоналом // Мир науки, культуры, образования. – 2014. – № 3 (46).
6. Рыльская О. Мотивация персонала в условиях кризиса [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://dssclub.com.ua/categories/stuff/motivatsiya-personala-v-usloviyah-krizisa.html>.

A decorative border resembling a scroll, with rounded corners and a small circular element at the top-left and bottom-left corners.

**Секция 8**

***УПРАВЛЕНЧЕСКИЙ  
И БУХГАЛТЕРСКИЙ УЧЕТ,  
АНАЛИЗ И АУДИТ***

# КОДЫ ВИДА РАСХОДОВ (КВР) И КОСГУ ДЛЯ БЮДЖЕТНЫХ И АВТОНОМНЫХ УЧРЕЖДЕНИЙ

© Зайцева Н.М.<sup>1</sup>

Северный (Арктический) федеральный университет  
имени М.В. Ломоносова, г. Архангельск

В данной статье рассматриваются основные аспекты кодов видов расходов (КВР), а также статьи и подстатьи классификации операций сектора государственного управления (КОСГУ) в бюджетной сфере РФ для бюджетных и автономных учреждений. На основании рассмотренных КВР и КОСГУ, приведенных примеров сделаны выводы по переходу к КВР.

На сегодняшний день система экономического и статистического учета в бюджетных и автономных учреждениях претерпевает ряд изменений. Так ранее в бухгалтерском и экономическом учете использовались коды вида доходов и статьи КОСГУ, но с 01 января 2016г. приказом Минфина России от 08 июня 2015г. № 90н, от 01 декабря 2015г. № 190н введены коды видов расходов, так называемые КВР вместо КОСГУ. Теперь коды КОСГУ применяются только в бухгалтерском учете и отчетности, и нужны они для статистики госфинансов. А санкционирование и оплата проходит по кодам видов доходов и расходов ст.18 БК РФ.

Целью работы является рассмотрение и определение положительных и отрицательных сторон перехода от КОСГУ к КВР.

Классификация операций сектора государственного управления (КОСГУ) является группировкой операций, осуществляемой в секторе государственного управления, в зависимости от их экономического содержания [2].

Рассмотрим, на мой взгляд, часто использующиеся в бухгалтерском и экономическом учете подстатьи КОСГУ:

1. Подстатья 211 – затраты на оплату заработной платы, осуществляемые на основе договоров (контрактов) [2];

---

<sup>1</sup> Бакалавр экономики (выпускник).

2. Подстатья 212 – расходы, оплачиваемые работодателем в пользу работников и (или) их иждивенцев не относящиеся к заработной плате, дополнительные выплаты и компенсации, предусмотренные условиями трудовых отношений;
3. Подстатья 213 – затраты на выплаты по заработной плате, в том числе: расходы по уплате страховых взносов в Пенсионный фонд Российской Федерации на обязательное пенсионное страхование и т.д., а также страховых взносов на обязательное социальное страхование от несчастных случаев на производстве и профессиональных заболеваний т.д.;
4. Подстатья 221 – расходы на приобретение услуг связи;
5. Подстатья 222 – расходы на приобретение транспортных услуг;
6. Подстатья 223 – затраты на приобретение коммунальных услуг;
7. Подстатья 224 – затраты по оплате арендной платы в соответствии с заключенными договорами аренды;
8. Подстатья 225 – расходы по оплате договоров на выполнение работ, оказание услуг, связанных с содержанием помещений, оборудования;
9. Подстатья 226 – затраты на выполнение работ, оказание услуг, в том числе: научно-исследовательские; опытно-конструкторские; монтажные работы по оборудованию, требующему монтажа; услуги по страхованию имущества;
10. Подстатья 262 – затраты по социальному обеспечению населения вне рамок систем государственного пенсионного, социального, медицинского страхования;
11. Подстатья 263 – расходы по социальному обеспечению категорий граждан, ранее занимавших должности в соответствии с законодательством Российской Федерации, либо выплаты за особые заслуги перед Российской Федерацией, кроме выплат по пенсионному, медицинскому и социальному страхованию;
12. Статья 290 – расходы по уплате налогов, государственных пошлин, выплата стипендий, поощрительные выплаты и т.д.;
13. Статья 310 – расходы по приобретению (изготовлению) объектов, относящихся к основным средствам;

14. Статья 340 – издержки по оплате договоров на приобретение (изготовление) объектов, относящихся к материальным запасам [2].

Виды расходов (ВР) детализируют направление финансового обеспечения расходов бюджетов по целевым статьям и классификации расходов.

Основной перечень для бюджетов бюджетной системы Российской Федерации элементов видов расходов:

- на зарплату и другие выплаты сотрудникам – КВР 111(заработная плата), 112 (командировочные расходы, выход на пенсию), 113 (выплаты тренерам, учащимся для участия в физкультурно-спортивных мероприятиях), 131, 133, 134 [3];
- на страховые взносы и выплату пособий за счет ФСС России – КВР 119;
- на закупку товаров, работ, услуг – КВР 220, 240, 244 (Кроме КВР 242 – бюджетные и автономные учреждения не применяют);
- на социальные выплаты гражданам – КВР 321 (выплаты детям-сиротам и приобретение путевок для них, расходы на выплату уволенным работникам и т.д.) или приобретение товаров, работ, услуг для социального обеспечения – КВР 323;
- на стипендии обучающимся в образовательных учреждениях— КВР 340, премии, гранты отдельным гражданам – КВР 350, иные выплаты населению – КВР 360 (выплаты населению, не отнесенные к иным элементам видов расходов группы «Социальное обеспечение» [3];
- на капитальные вложения: в рамках переданных полномочий – КВР 410, 416, в строительство недвижимости – КВР 417;
- субсидии бюджетным, автономным учреждениям и другим некоммерческим организациям – КВР 600 (субсидии бюджетным учреждениям – 610, автономным учреждениям – 620, некоммерческим организациям – 630);
- на исполнение судебных актов – КВР 831;
- на уплату налогов, сборов и иных платежей – КВР 850 (подразделяются на 851 – уплата налога на имущество организаций и земельного налога; 852 – уплата прочих налогов, государственной пошлины; 853 – пени, штрафы) [3].

С 1 января 2016 вступил в силу пункт 3.2 приказа Минфина России от 06.08.2015 № 124н «О внесении изменений в приказ Министерства финансов Российской Федерации от 1 декабря 2010 г. № 157н «Об утверждении Единого плана счетов бухгалтерского учета для органов государственной власти (государственных органов), органов местного самоуправления, органов управления государственными внебюджетными фондами, государственных академий наук, государственных (муниципальных) учреждений и Инструкции по его применению», регламентирующий порядок включения бюджетной классификации в номер счета бухгалтерского учета.

С 01.01.2016 в качестве аналитического кода по классификационному признаку поступлений и выбытий (разряды 1-17 номера счета бюджетного учета), далее – КПС, учреждения указывают 4-20 разряд кода классификации доходов бюджетов, расходов бюджетов, источников финансирования дефицитов бюджетов. В 24-26 разрядах номера счета Рабочего плана счетов бюджетными учреждениями, а также организациями, осуществляющими полномочия получателя бюджетных средств, указываются коды классификации операций сектора государственного управления (КОСГУ) [5].

На основании приведенного выше материала можно сделать следующие выводы:

В первую очередь, КОСГУ осталась в бухгалтерском и статистическом учете для удобства внутренней работы бухгалтерской, экономической и статистической службы как дополнительная аналитическая классификация, которая по статьям и подстатьям дает детальное представление о расходах организации, применяющаяся при сопоставимости показателей по экономическому содержанию операции в части предмета выплат, закупки, платежей. Также некоторые формы бухгалтерской отчетности заполняются по статьям КОСГУ.

Группировка доходов, расходов и источников финансирования дефицита бюджетов осуществляется путем применения классификации доходов бюджетов, классификации расходов бюджетов и классификации источников финансирования дефицита бюджетов. Что в работе отчасти стало удобнее. В спектр КВР входит большее количество КОСГУ (так, например, КВР 244, а по КОСГУ это статьи: 221, 222, 223, 224, 225, 226, 290, 310, 340). Что помогает более широко использовать денежные средства при расходовании для нужд учреждения в течение определенного периода.

**Список литературы:**

1. Бюджетный кодекс Российской Федерации от 31 июля 1998 года N 145-ФЗ (ред. от 15.02.2016, с изм. от 30.03.2016) [Электронный источник]. – Режим доступа: [www.consultant.ru/popular/budget/](http://www.consultant.ru/popular/budget/) (дата обращения: 01.04.2016).
2. Приказ Минфина России от 01.07.2013 N 65н (ред. от 16.02.2016) «Об утверждении Указаний о порядке применения бюджетной классификации Российской Федерации».
3. Приказ Минфина России от 01.12.2015 N 190н «О внесении изменений в Указания о порядке применения бюджетной классификации Российской Федерации, утвержденные приказом Министерства финансов Российской Федерации от 1 июля 2013 г. N 65н».
4. Приказ Минфина России от 16.12. 2014г. № 150н «О внесении изменений в Указания о порядке применения бюджетной классификации Российской Федерации, утвержденные приказом Министерства финансов РФ от 01.07.2013г. № 65н (не нуждается в государственной регистрации).
5. Инструкция по применению Единого плана счетов бухгалтерского учета в редакции приказа Минфина России от 06.08.2015 № 124н.

## **Секция 9**

***ЭКОНОМИКА И УПРАВЛЕНИЕ  
ПРЕДПРИЯТИЯМИ,  
ОТРАСЛЯМИ, КОМПЛЕКСАМИ***

# ИНФОРМАЦИОННАЯ ПОДДЕРЖКА ПРИНЯТИЯ УПРАВЛЕНЧЕСКИХ РЕШЕНИЙ В СТРОИТЕЛЬСТВЕ

© **Беляев М.Я.<sup>1</sup>, Комаров В.С.**

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

Санкт-Петербургский государственный экономический университет,  
г. Санкт-Петербург

В статье анализируется актуальная проблема использования информационных систем в строительстве. Отражена новая роль информационных систем в строительном бизнесе, указывающая на необходимость создания единого информационного пространства в рамках формирования строительных проектов.

**Ключевые слова:** управление, программное обеспечение, информация, программные решения.

Строительный рынок на сегодняшний день представляет собой развитый бизнес. Наличие огромного количества застройщиков, агентств недвижимости, брокерских, маркетинговых и консалтинговых компаний, которые существуют на рынке недвижимости – все они настроены только на одну главную задачу – продажу. В связи с этим существует высокая конкуренция, при этом сверхприбыль будет получать только тот, кто сможет в полной мере контролировать, модернизировать и поддерживать процесс управления [1]. Кроме того, качество является главным фактором конкуренции, который необходимо учитывать строительным компаниям при разработке стратегии их развития.

Любая деятельность человека базируется на информации, особенно это касается управленческой деятельности. Ни одно эффективное управленческое решение не может быть принято в отсутствии достаточного объема информации [2]. Ни одна из организационных структур не может существовать без информации, так как не сможет реализовывать сам процесс приня-

---

<sup>1</sup> Аспирант кафедры Управления в социально-экономических системах Санкт-Петербургского политехнического университета Петра Великого.

тия решений. Функционирование таких систем существенным образом связано с получением, подготовкой, передачей, хранением и обработкой информации, поскольку без осуществления этих этапов невозможно принять правильное решение, а, следовательно, и осуществить требуемое управляющее воздействие, которое является конечной целью функционирования системы. Информация является исходным ресурсом процесса управления, преобразуется в результате управленческой деятельности, а результатом служит управленческое решение, также имеющее информационную природу [3].

Так как над крупным проектом работает большая группа специалистов, включая организации-подрядчики, то управление связью и обменом информацией является наиболее важным моментом. Понимание технологий, которые существуют сейчас и дают возможность осуществлять коммуникацию и обмен информацией быстро и эффективно, всецело влияет на успех организации. Важным являются сведения о договорах и наличие своевременной достоверной технической информации по проекту [4]. Многочисленные участники процесса, которые располагаются на разных уровнях производственного процесса, могут создавать барьеры на пути информационного потока. Так как объемы информации большие, вполне возможны разрывы связи и недополучение данных. Это все раскрывается, когда на предприятиях строительного комплекса начинаются этапы внедрения информационной системы. Кроме того, в процессе развития и внедрения возникает другой важный вопрос – безопасность. Корпоративные и производственные данные должны быть достоверными, надежными, так как необходимы не только для внутренних нужд, но и для организаций-подрядчиков и их партнеров, с которыми они взаимодействуют [5]. С учетом непрерывного развития проектов и учета отклонений по ним информация всегда должна быть актуальной.

Укрупненно выделяют два уровня управления на предприятии: стратегический и оперативный.

Стратегическое управление – это управление, сориентированное на будущее. Это система, позволяющая разрабатывать и реализовывать стратегию организации, то есть ее деловую концепцию на заданную стратегическую перспективу [6]. Данная концепция представлена в виде долгосрочной программы (в зависимости от внешних условий может быть среднесрочной

и даже краткосрочной) конкретных действий для достижения поставленных целей посредством использования ресурсов организации.

На уровне тактического (оперативного) управления определяются этапы достижения долгосрочной цели в плановом периоде.

Каждый уровень имеет свои информационные потребности, и в зависимости от них различается и информация, используемая менеджерами разных уровней. Информационные потребности менеджеров задаются системой целей. Состав информации зависит от уровня управления и определяется целями и задачами, который каждый уровень ставит перед собой. Сравним цели и задачи стратегического и оперативного уровней управления.

Предназначением оперативного управления является производство товаров и услуг с целью получения дохода от реализации. Объектом концентрации внимания менеджмента служит внутреннее состояние организации, поиск путей более эффективного использования ресурсов [7]. Оперативное управление нацелено на краткосрочную и среднесрочную перспективу, а критерием его эффективности служат показатели прибыльности и рациональности использования производственного потенциала.

Стратегическое управление направлено на выживание организации в долгосрочной перспективе посредством установления динамического баланса с окружением, оно концентрирует внимание на внешнем окружении, на поиске новых возможностей в конкурентной борьбе, отслеживании и адаптации к изменениям в окружении [8]. Оно направлено на долгосрочную перспективу, а критерием его эффективности служит своевременность и точность реакции организации на новые запросы рынка и изменения окружения. Таким образом, стратегический аспект в основном связан с внешними факторами развития организации в отличие от оперативного и касается относительно долгосрочных перспектив развития предприятия.

Основной целью стратегического управления является выживание организации в условиях меняющейся внешней среды, обеспечение конкурентного преимущества по сравнению с конкурентами для удовлетворения потребностей покупателей, получения прибыли и внутреннего развития предприятия [9].

Вся информационная база менеджмента делится на внешнюю и внутреннюю. Внешняя сфера состоит из информации, с помощью которой регулируется и регламентируется деятельность предприятия извне (государством, вышестоящими организациями), и информации о состоянии окружающей среды бизнеса, т.е. информации об экономических и политических субъектах. Внутренняя информационная база состоит из информации, которая регламентирует деятельность предприятия изнутри, и информации, которая образуется в процессе деятельности предприятия, т.е. информации, определяющей уровень знаний и отношения в коллективе [10].

Как говорилось выше, стратегическое управление в основном связано с внешними факторами деятельности предприятия, поэтому, прежде всего менеджеры высшего звена используют информацию о состоянии внешней среды. Сюда относятся общеэкономические показатели, ведомственно-отраслевая информация, сведения о конъюнктуре рынков, информация о контрагентах [11]. На основе данной информации определяется место предприятия на рынке, его конкурентные позиции, разрабатывается маркетинговая стратегия; создается стратегический план деятельности предприятия, который детализируется на более низших уровнях управления.

Менеджеры высшего звена получают также информацию и о внутреннем состоянии предприятия. Это может быть информация по финансовой отчетности, по состоянию дебиторов и кредиторов, по рентабельности, по отклонениям от графика производства [12]. Предоставляться данная информация должна в виде аналитических отчетов. Например, высшее руководство не интересуется, сколько единиц продукции сегодня выпустило предприятие. Руководство должно получать отчет, где показано выполнение плана выпуска продукции с указанием причин, если план не выполняется. Также стратегический уровень управления должен иметь информацию о наличии и состоянии всех ресурсов, чтобы соизмерить внутренние возможности предприятия с внешними условиями [13]. Все это требует постановки управленческого учета, который призван предоставлять информацию о внутреннем состоянии предприятия в то время, когда это нужно, и в том виде, в каком необходимо.

В настоящее время степень технического развития компании не играет большой роли, такое развитие сейчас доступно всем. Системы коммуникации становятся более совершенными. Каталоги программных продуктов насчитывают немалое количество средств реализации информационных процессов, которое будет только расти с появлением новых научных разработок [14]. Проанализировав состав современных программных средств можно заключить, что на каждый этап в строительстве, есть свое прикладное решение. Фирмы-разработчики, поставляющие программные продукты и осуществляющие их обслуживание, понимают всю необходимость обмена данными между подразделениями фирмы, и помимо этого реализуют сам процесс, создавая связь с другими программами.

С изменениями экономической среды, строительной отрасли происходит постоянное изменение внутренней среды строительной организации. Изменения происходят не только в горизонтальном и вертикальном направлении, но и проявляется разнообразие традиционной деятельности. В связи с этим изменяются информационные требования и как следствие, возникает потребность в проектировании прикладных программных решений.

В заключение отметим, что технические достижения дают возможность поддерживать эффективную работу на всех этапах строительства. Это касается не только управленческих работников, но и производственного персонала, который причастен к строительным процессам напрямую. В целом это влияет на технологичные операции и на возможность оперативно принимать решения на каждом из этапов традиционного процесса строительства.

#### **Список литературы:**

1. Макушкин В.А. Анализ современных условий развития строительного бизнеса в России // Наука и современность. – 2016. – № 42. – С. 124-128.
2. Егорова М.А. Селютина Л.Г. Финансовый аспект теории эффективно-го управления // Общество. Среда. Развитие (Тerra Humana). – 2009. – № 3. – С. 11-17.

3. Арбузова Е.К. Роль применения новых информационных систем и технологий в строительном бизнесе // Современные научные исследования и инновации. – 2015. – № 11. – С. 399-401.
4. Селютина Л.Г. Значение информационного моделирования строительных процессов и объектов проектирования в современных условиях // Сборники конференций НИЦ Социосфера. – 2015. – № 1. – С. 9-10.
5. Селютина Л.Г. Инновационный подход к управлению предприятиями строительного комплекса // Строительное предпринимательство и недвижимая собственность. Сб. докладов 27-й международной научно-практической конференции. – Варна, 2012. – С. 333-341.
6. Девяткин А.Г. Роль управления в развитии производства // Наука и современность. – 2015. – № 39. – С. 136-140.
7. Песоцкая Е.В., Селютина Л.Г. Управление инновационно-инвестиционными процессами в строительстве. – СПб.: СПбГИЭУ, 2011. – 227 с.
8. Халин А.А. Характеристика среды осуществления предпринимательской деятельности в строительстве // Приоритетные научные направления: от теории к практике. – 2015. – № 20-2. – С. 139-146.
9. Конарев А.Г. Современные аспекты развития строительной сферы в России // Символ науки. – 2016. – № 1-1 (13). – С. 127-129.
10. Селютина Л.Г. Организация строительного производства: учебник: Изд-во СПбГИЭУ. – СПб., 2012. – 534 с.
11. Селютина Л.Г. Системный подход к решению задач в сфере проектирования и управления строительством // Kant. – 2015. – № 2 (15). – С. 71-72.
12. Мироненко Л.В. Система внутреннего контроля бюджетной организации // Приоритетные научные направления: от теории к практике. – 2013. – № 4. – С. 129-133.
13. Соколов К.Н. Внешние угрозы и возможности строительных предприятий в условиях кризисного состояния экономики // Проблемы современной экономики (Новосибирск). – 2015. – № 26. – С. 186-190.
14. Селютина Л.Г., Гарифуллина Р.И. Актуальность управления проектами на предприятиях строительного комплекса // Маркетинговое и проектное управление организациями. Сб. научных трудов. – СПб., 2007. – С. 260-268.

## ВЛИЯНИЕ ФАКТОРОВ ВНЕШНЕЙ И ВНУТРЕННЕЙ СРЕДЫ НА КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬ МАЛОГО ПРЕДПРИЯТИЯ

© Вайнер А.С.<sup>1</sup>

Новосибирский государственный университет экономики и управления –  
«НИНХ», г. Новосибирск

В условиях рыночных отношений предприятие является основным звеном экономики. Предприятие – это самостоятельный, хозяйствующий субъект, созданный в соответствии с действующим законодательством для производства и продажи продукции или оказания услуг, с целью удовлетворения потребностей потребителей и получения прибыли. Любое предприятие существует в окружении внешней среды, а также имеет внутреннюю среду, факторы которых могут существенно повлиять на его конкурентоспособность.

**Ключевые слова:** факторы внешней и внутренней среды, маркетинговая среда, конкурентоспособность предприятия.

Предприятие любой сферы деятельности и масштаба функционирует под воздействием внешней и внутренней маркетинговой среды. Маркетинговая среда включает факторы, оказывающие влияние на способности предприятия устанавливать и поддерживать эффективные связи с рынком. Она формируется как из внешней микро-, и макросреды, так и внутренней среды.

Макросреда представляет собой совокупность факторов, не поддающихся влиянию со стороны руководства компании, но их можно и нужно учитывать. Предприятие и его микросреда функционируют в окружении более обширной макросреды, которая как открывает новые возможности, так и грозит новыми опасностями.

Макросреда включает следующие основные элементы [3]:

- 1) демографическая среда, ее основными характеристиками являются численность и плотность населения, миграция;

---

<sup>1</sup> Старший преподаватель кафедры Сервиса и организации коммерческой деятельности.

- 2) экономическая среда, в первую очередь, это общая покупательная способность населения, которая связана с уровнем текущих доходов, цен, сбережений и доступностью кредита, уровнем безработицы.
- 3) технико-экологическая среда, руководство предприятия должно отслеживать основные тенденции в этой сфере, к которым относятся ускорение научно-технического прогресса, рост вложений на исследования и разработки, ужесточение государственного контроля.
- 4) природная среда, изменения в окружающей среде сказываются и на товарах, которые предприятия производят и предлагают рынку.
- 5) политическая среда, представленная законами, нормативными документами государственных учреждений, требованиями групп общности, которые оказывают влияние на различные организации и отдельных лиц и ограничивают свободу их действий.
- 6) культурная среда, т.е. основные взгляды, культурные ценности и нормы поведения, определяющие взаимоотношения людей друг с другом. На принятии маркетинговых решений могут сказаться особенности культурного уклада стран – приверженность населения основным культурным ценностям и наличие субкультур в рамках единой культуры.

Таким образом, становится очевидным, что предприятие не может существовать без влияния различных факторов. Недостаточное внимание к факторам окружения может привести к нежелательным последствиям, а также проигрышу в конкурентной борьбе. Кроме того, внимание к макро-среде позволяет своевременно воспользоваться преимуществами, которые она предлагает и эффективно принимать решения относительно важнейших вопросов управления.

В свою очередь, микросреда – это совокупность факторов, на которые руководство предприятия должно воздействовать для того, чтобы устанавливать и поддерживать с потребителями отношения сотрудничества.

К микросреде традиционно относятся следующие элементы:

- 1) предприятие;
- 2) поставщики;
- 3) маркетинговые посредники;

- 4) клиентура;
- 5) конкуренты;
- 6) контактные аудитории.

Предприятие – это самостоятельный, хозяйствующий субъект, созданный в соответствии с действующим законодательством для производства и продажи продукции, оказания услуг или выполнения работ, с целью удовлетворения потребностей потребителей и получения прибыли. Это внутренние группы организации, такие, как руководство фирмы, финансовая служба, служба НИОКР, служба материально-технического снабжения, производственные подразделения, бухгалтерия и др.

Поставщики. К ним относятся фирмы и отдельные лица, которые обеспечивают предприятие материальными ресурсами, необходимыми для производства или продажи конкретных товаров или услуг. События в «среде поставщиков» могут серьезно повлиять на маркетинговую деятельность предприятия. Рост цен на закупаемые материалы ведет к повышению цен и на готовую продукцию. Нехватка тех или иных материалов и иные причины могут нарушить регулярность поставок и график отгрузки товаров. В итоге могут быть упущены возможности сбыта и подорвана репутация предприятия.

Маркетинговые посредники – фирмы, помогающие предприятию в продвижении, сбыте и распространении его товаров среди клиентуры. К ним относятся:

- торговые посредники;
- фирмы-организаторы товародвижения;
- агентства по оказанию маркетинговых услуг;
- кредитно-финансовые организации.

Клиентура. Выделяют пять типов клиентурных рынков [2]:

1. Потребительский рынок – отдельные лица и домохозяйства, приобретающие товары и услуги для личного потребления;
2. Рынок предприятий – организации, приобретающие товары и услуги для использования их в процессе производства;
3. Рынок промежуточных продавцов – организации, приобретающие товары и услуги для их последующей реализации с прибылью;

4. Рынок государственных учреждений – государственные организации, приобретающие товары и услуги либо для последующего их использования в сфере коммунальных услуг, либо для передачи этих товаров и услуг тем, кто в них нуждается;
5. Международный рынок – это все типы покупателей за рубежом. Каждому типу рынка присущи свои специфические черты.

Конкуренты. Различают четыре разновидности конкурентов:

- а) Желания-конкуренты – потребности, связанные с одной нуждой. Потребитель обычно рассматривает несколько вариантов действий.
- б) Товарно-родовые – различные способы удовлетворения какого-либо конкретного желания.
- в) Товарно-видовые – разновидности одного и того же товара, способные удовлетворить конкретное желание покупателя.
- г) Марки-конкуренты – это разные марки одного и того же товара.

Контактные аудитории. Это любые группы, которые проявляют реальный или потенциальный интерес к организации или оказывают влияние на ее способность достигать поставленных целей. Контактная аудитория может способствовать либо противодействовать усилиям предприятия. По характеру их подразделяют на благотворные, искомые и нежелательные аудитории. Благотворная аудитория – группа, интерес которой к организации носит благотворный характер (например, спонсоры). Искомая аудитория – группа, чью заинтересованность следует искать (например, средства массовой информации). Нежелательная аудитория – группа, внимание которой лучше не привлекать, но с которой придется считаться, если она каким-то образом проявит себя.

Таким образом, микросреда фирмы – это совокупность непосредственных контактов необходимых для осуществления ее деятельности. Говоря простым языком это понятие разграничивает тех, кто помогает осуществлять производственный процесс, фирмы предлагающие аналогичные услуги и товары и кем данный товар или услуга потребляется.

Комплекс маркетинга (товар, цена, распределение и продвижение) и внешние факторы, влияющие на деятельность предприятия на определенном целевом рынке, представлены на рисунке 1.

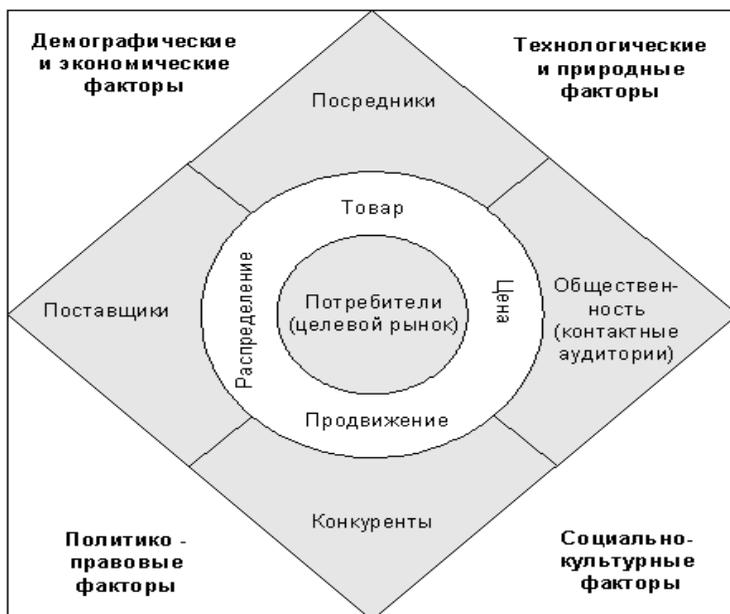


Рис. 1. Макро- и микросреда предприятия

Внутренняя среда организации – это ситуационные факторы внутри организации. Информация о внутренней среде фирмы необходима, чтобы определить внутренние возможности, потенциал, на которые фирма может рассчитывать в конкурентной борьбе для достижения поставленных целей. Анализ внутренней среды позволяет также лучше уяснить цели и задачи организации. Важно то, что помимо производства продукции, оказания услуг организация обеспечивает возможность существования своим работникам, создает определенные социальные условия для их жизнедеятельности.

Анализ внутренней среды проводят по следующим направлениям:

- производство: объем, структура, темпы производства; номенклатура продукции предприятия; обеспеченность сырьем и материалами, уровень запасов, скорость их использования, система контроля запасов; наличный парк оборудования и степень его использования, резервные мощности, техническая эффективность мощностей; местонахождение производства и наличие инфраструктуры; экология

- производства; контроль качества, издержки и качество технологий; патенты, торговые марки и т.п.;
- персонал: структура, потенциал, квалификация, количественный состав работников, производительность труда, текучесть кадров, стоимость рабочей силы, интересы и потребности работников;
  - организация управления: организационная структура, система управления; уровень менеджмента, квалификация, способности и интересы высшего руководства; фирменная культура; престиж и имидж фирмы; организация системы коммуникаций;
  - маркетинг: товары, произведенные фирмой, доля на рынке; возможность собирать необходимую информацию о рынках; каналы распределения и сбыта; маркетинговый бюджет и его исполнение; маркетинговые планы и программы; нововведения; имидж, репутация и качество товаров; стимулирование сбыта, реклама, ценообразование;
  - финансы и учет: финансовая устойчивость и платежеспособность; прибыльность и рентабельность (по товарам, регионам, каналам сбыта, посредникам); собственные и заемные средства и их соотношение; эффективная система учета, в том числе учета издержек, формирования бюджета, планирования прибыли [1].

Можно сказать, что все вышеперечисленные факторы заслуживают внимания, учитывая их влияние на развитие малого предприятия. Производственные факторы, касающиеся непосредственного производства продукта необходимо учитывать для сокращения издержек, улучшения качества и, следовательно, увеличения прибыли. Поставщики, конкуренты, потребители немаловажные аспекты осуществления производственной деятельности. От них зависит слаженность производственного процесса и сбыта. В соответствии с условиями среды необходима непосредственная корректировка стратегии для того чтобы наиболее выгодно использовать преимущества и избежать негативного влияния.

### **Список литературы:**

1. Виссема Х. Менеджмент в подразделении фирмы. – М.: Инфра-М, 1996.

2. Миронов М.Г. Ваша конкурентоспособность. – М.: АльфаПресс, 2004. – 160 с.

3. Портер М.Ю. Конкуренция. Обновленное и расширенное издание / М.Ю. Портер. – Издательство Вильямс, 2010. – 592 с.

## ТЕРМИНОЛОГИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ ПОНЯТИЯ «СИСТЕМА УПРАВЛЕНИЯ НА ТРАНСПОРТЕ»

© Глухов К.Е.<sup>1</sup>, Фролова О.Н.<sup>2</sup>

Волжский государственный университет водного транспорта,  
г. Нижний Новгород

В данной публикации представлены результаты анализа терминологических аспектов понятия «Система управления на транспорте» и «Система управления на речном транспорте».

**Ключевые слова:** система управления на транспорте, система управления на речном транспорте.

Транспорт играет важную роль в социально-экономическом развитии страны. Транспортная система определяет условия экономического роста, повышения конкурентоспособности национальной экономики и качества жизни населения [5, с. 182].

Рассматривая понятие «Система управления на транспорте» необходимо сделать акцент на том, что саму систему управления на транспорте можно рассматривать, как совокупность отдельных подсистем, также сама система будет являться подсистемой другой, более крупной системы – транспортной системы. В системе управления на транспорте, как и в любой социально-экономической системе, есть несколько составляющих: механизмы

---

<sup>1</sup> Студент-бакалавр (направление подготовки «Менеджмент»)

<sup>2</sup> Декан факультета Экономики и управления, доцент кафедры Экономики и менеджмента, кандидат экономических наук, доцент.

управления, структура системы управления, процессы управления, совершенствование управления.

Само понятие – система управления очень широкое. В данной публикации проведен анализ терминологических аспектов данного понятия в целом и с учетом применения к транспортной отрасли (табл. 1).

*Таблица 1*

**Анализ терминологических аспектов понятия «Система управления»**

№	Понятие	Ключевые слова	Источник
1	Система управления представляет собой совокупность взаимосвязанных управляющих и управляемых элементов, которые находятся во взаимной зависимости и постоянно взаимодействуют друг с другом для достижения единой общей цели.	Совокупность управляющих и управляемых элементов, постоянное взаимодействие элементов	Фомичев А.Н. «Исследование систем управления» [4]
2	Система управления представляет совокупность всех элементов, подсистем и коммуникаций между ними, а также процессов, обеспечивающих заданное функционирование организации.	Совокупность всех элементов, подсистем и процессов.	Смирнов Э.А. «Основы теории организации» [3]
3	Система управления – это подсистема более крупного образования (образованного целого – системы), обеспечивающая достижение осознанных или неосознанных целей этого образованного целого.	Подсистема более крупного образования.	Глоссарий по менеджменту [7]
4	Система управления – совокупность элементов, находящихся в связях друг с другом и со средой, образующих определенную целостность, единство.	Совокупность элементов, взаимосвязанных друг с другом и со средой.	Горев А.Э. «Основные теории транспортных систем» [1]
5	Система управления отдельным предприятием или их группой есть не что иное, как функционирующая организационная структура, т.е. упорядоченная совокупность элементов, находящихся в определенных (а не случайных) отношениях.	Упорядоченная совокупность элементов.	Громов Н.Н., Персианов В.А. «Менеджмент на транспорте» [2]

Основываясь на результата анализа, представленных в табл.1 важно сделать выводы:

- 1) система управления – совокупность элементов управляющих и управляемых;
- 2) система управления – совокупность элементов взаимодействующих друг с другом;
- 3) система управления – совокупность элементов взаимодействующих с внешней средой;
- 4) система управления – совокупность элементов, подсистем и процессов;
- 5) система управления – подсистема более крупного образования.

К этому можно добавить, что «система управления обеспечивает координацию управления в едином информационном пространстве множества субъектов» [6, с. 198].

Система управления на транспорте охватывает совокупность транспортной инфраструктуры, транспортных предприятий, транспортных средства и систему управления в целом. Основные задачи системы управления в транспортной системе: повышение оперативности и качества транспортных перевозок; минимизация простоев транспортных средств; обеспечение безопасности грузоперевозок, по средствам информирования грузовладельца о процессе движения груза.

Авторами в публикации выделены терминологические аспекты системы управления на речном транспорте и более детально представлены в табл.2.

Основываясь на данных, представленных в табл. 2 можно сделать вывод:

- 1) предприятия речного транспорта включают в себя совокупность элементов управляющих и управляемых, управляют процессом перевозок и обслуживания судов.
- 2) предприятия речного транспорта включают в себя совокупность элементов взаимодействующих друг с другом в процессе своей деятельности;
- 3) предприятия речного транспорта включают в себя совокупность элементов взаимодействующих с внешней средой, прямые отношения между речными предприятиями и другими предприятиями транспортной отрасли, государственными структурами, предприятиями других отраслей.

Таблица 2

**Терминологические аспекты системы  
управления на речном транспорте**

Портовая компания	Пароходство	Судоремонтное предприятие
Совокупность элементов и подсистем в системе управления – портовая зона, внутри которой действуют разнообразные компании	Совокупность элементов и подсистем в системе управления – дочерние и зависимые предприятия, часть которых является обслуживающими структурами	Совокупность элементов и подсистем в системе управления – самостоятельные или дочерние предприятия крупного холдинга
Многие компании портового вспомогательного бизнеса являются достаточно маленькими и заняты узко специализированной деятельностью. Часто они управляются непосредственно владельцами или управляющими партнерами.	Предприятия кооперируются в холдинг. Акционерами холдинга разрабатывается структура управления, которая позволяет проводить любые операции с предприятиями холдинга и их имуществом, контролирует кадровые назначения, отвечает за безопасность эксплуатации флота.	Отличительными чертами, присущими такому виду деятельности, как судоремонт и системе управления судоремонтными предприятиями является повышенная сложность технологий работ по сравнению с другими предприятиями речного флота.

Основная задача системы управления предприятий речного транспорта направлена на эффективное управление бизнес процессами, трудовыми ресурсами (в частности, контроль эффективности производительности труда и использования трудовых ресурсов), для целей получения наибольшей прибыли от деятельности предприятия. При этом система управления данными организациями имеет свою специфику, связанную с конкретной деятельностью конкретного предприятия.

**Список литературы:**

1. Горев А.Э. Основные теории транспортных систем: учеб. пособие / А.Э. Горев; СПбГАСУ. – СПб. 2010. – 214 с.
2. Менеджмент на транспорте: учеб. пособие для студ. высш. учеб. заведений / Н.Н. Громов, В.А. Персианов, Н.С. Усков и др.; под. общ. ред. Н.Н. Громова, В.А. Персианова. – М.: Издательский центр «Академия», 2003. – 528 с.
3. Смирнов Э.А. Основы теории организации: учеб. пособие для вузов [Электронный ресурс]. – М.: Аудит, ЮНИТИ, 1998. – С. 76. – Режим доступа: <http://e.lanbook.com>.

4. Фомичев А.Н. Исследование систем управления [Электронный ресурс] / А.Н. Фомичев. – Режим доступа: <http://e.lanbook.com>.

5. Фролова, О.Н. Исследование тенденций рынка грузовых перевозок для оценки региональных аспектов развития транспортной системы / О.Н. Фролова [Электронный ресурс] // Журнал «Вестник Университета». – М.: Государственный Университет Управления. – 2011. – № 6. – С. 182-184. – Режим доступа: <http://elibrary.ru/item.asp?id=18872538>.

6. Фролова О.Н., Тибалова С.О. Системный подход к управлению на транспорте // Экономика и управление: анализ тенденций и перспектив развития. – 2015. – № 18. – С. 197-202.

7. Национальная энциклопедическая служба [Электронный ресурс] / Глоссарий по менеджменту. – Режим доступа: <http://www.vocable.ru>.

## ПРОГНОЗИРОВАНИЕ ОБЪЕМА ПРОДУКЦИИ, ВЫПУСКАЕМОЙ МАЛЫМИ ПРЕДПРИЯТИЯМИ КЫРГЫЗСТАНА

© Туркбаев А.Б.<sup>1</sup>

Университет экономики и предпринимательства,  
Кыргызская Республика, г. Жалал-Абад

В статье рассмотрены виды продукции, выпускаемой малыми и средними предприятиями Кыргызстана, и пути их прогнозирования с помощью экономико-математических методов.

**Ключевые слова:** промышленность, малое предприятие продукция, прогнозирование.

Со времени обретения независимости Кыргызстаном в экономике республики произошли ощутимые изменения, зачастую отрицательные. В настоящее время очевидны недочеты, которые являются результатом недоста-

---

<sup>1</sup> Соискатель кафедры Экономики, менеджмента и права.

точного использования методов и приемов работы, соответствующих требованиям рыночных отношений. Это касается процесса развития малого и среднего бизнеса, введения новых экономических механизмов, структурной, договорной и инвестиционной политики. Поэтому в таких условиях развитие малого и среднего бизнеса, повышение конкурентоспособности их продукции, улучшение социальных, экономических показателей жизни народа, создания новых рабочих мест, поиски оптимальных путей развития регионов становится важнейшими проблемами.

В настоящее время для определения путей развития малого и среднего бизнеса, для формирования конкурентоспособности предприятий, для экономической оценки используются следующие методы.

**Матричный метод.** Этот метод был разработан в маркетинговой компании «Бостон консалтинг групп» в США. Основная часть метода рассматривает процессы конкуренции в динамике, а теоретическая часть используется для подготовки концепции цикла существования товара. При оценке конкурентоспособности фирмы этим методом, анализируется матрица, построенная по системе координат. Для подробного определения развития предприятия, конкурентоспособности выпускаемой продукции необходима полная систематизированная статическая информация об объеме производства, его товаре и продаже услуг. В тоже время сбор полной информации создает определенные трудности и отрицательно влияет на использование данного метода. Также данный метод не может полностью охватить анализ ситуаций рынка и затрудняет выработку определенного решения.

**Метод, не основанный на определении конкурентоспособности товара.** Этот метод опирается на принцип «Чем выше конкурентоспособность хозяйства (предприятия), тем выше конкурентоспособность его товара». Основное отличие этого метода в том, что за основной критерий конкурентоспособности хозяйства (предприятия) берется конкурентоспособность его товара.

**Метод, основанный на теории результативной конкуренции.** Использование данного метода дает возможность оценки конкурентоспособности фирмы. Этот метод свойствен для фирм, которые выпускают товар, способный выдержать конкуренцию, работа которых четко организована и научно обоснована, которые своевременно ввели в свою работу инновационные изменения.

**Метод экстраполяции.** Каждая теория экономики должна быть закономерной основой, на которую можно опираться при определении путей развития, анализе изменений. На основе этих материалов эксперты и специалисты могут прогнозировать долгосрочные направления развития. Использование своевременно подготовленных материалов способствует получению прибыли и избавляет от незапланированных затрат. В тоже время нельзя утверждать, что использование этого метода создает возможность для прибыльного развития.

**Метод моделирования** дает возможность для определения и утверждения изменений статистических показателей того или иного предприятия в области прогнозирования. В ходе выполнения работы готовятся чертежи, графики, связанные с прогнозированием. Для этого требуется очень много информации. Этот метод обычно используется в сочетании с методами экстраполяции и контроля, так как статистический материал нужно полностью проанализировать, затем использовать как основу для прогнозирования [3].

Для примера возьмем малое предприятие «Кызыл-ункур», расположенный в Арстанбапском айыл окмоту Жалал-Абадской области. Выработанная продукция (ВП) является одним из основных показателей предприятия. Поэтому экономический прогноз начнем с анализа ВП.

Таблица 1

**Информация (в сомах) по выпущенной продукции за 2010-2014 годы  
малого предприятия «Кызыл-Ункур» Джалал-Абадской области**

Годы	ВП	Мягкая мебель	Диван	Стулья	Тумба	Кровати	Стол	Декора-ции	Кресла	другое
2010	6569,4	1929,1	723,6	580,2	544,7	250,9	155,7	772,1	22,5	1590,7
2011	6974,0	2027,8	1308,9	790,3	628,3	273,9	199,5	806,1	25,3	1013,8
2012	9509,9	3170,5	1137,8	1067,7	529,1	354,5	212,6	843,1	26,6	2168,1
2013	11927,1	4283,5	1416,0	1390,7	578,6	368,6	312,4	1395,5	54,8	2177,1
2014	12032,3	2591,9	1454,6	1844,2	580,7	387,3	342,5	1450,6	58,5	2215,3
Суммы	47012,7	16012,8	6040,9	5673,1	2861,4	1635,2	1222,7	5267,4	187,7	9165,0
В среднем	9402,54	3200,56	1208,18	1134,62	572,28	327,04	244,54	1053,48	37,54	1833,0

Как отмечено в информации, выпущенная продукция функционально взаимосвязана друг с другом. Поэтому проведем корреляционный анализ из девяти факторов (каждый фактор-вид выпускаемой продукции) для доказательства их взаимосвязи.

$$y = a_0 + a_1x_1 + a_2x_2 + \dots + a_9x_9. \quad (1)$$

Так как информация по малому предприятию известна, составляется сравнение высокой степени и вставляются данные таблицы 1. Если какой-либо фактор прямо или косвенно воздействует на исследуемые показания, то в целях уточнения мы определяем коэффициент взаимодействия  $a_0, a_1, a_2, \dots, a_9$  регрессии. Когда находим наименьше квадратное значение  $Y$  (игрека), то при решении упражнения получается следующее выражение:

$$F = \sum \left[ \frac{y - (a_0 + a_1x_1 + a_2x_2 + a_3x_3 + a_4x_4 + a_5x_5 + a_6x_6 + a_7x_7 + a_8x_8 + a_9x_9)}{+a_7x_7 + a_8x_8 + a_9x_9} \right]^2 \rightarrow \min. \quad (2)$$

В следующие вычисления частное производное  $F$  приравниваем к нулю и по неизвестным  $a_0, a_1, a_2, \dots, a_9$  получаем следующее уравнение:

$$\begin{aligned} \sum y &= na_0 + a_1 \sum x_1 + a_2 \sum x_2 + \dots + a_9 \sum x_9 \\ \sum x_1 y &= a_0 \sum x_1 + a_1 \sum x_1^2 + a_2 \sum x_1 x_2 + \dots + a_9 \sum x_1 x_9 \\ \sum x_2 y &= a_0 \sum x_2 + a_1 \sum x_1 x_2 + a_2 \sum x_2^2 + \dots + a_9 \sum x_2 x_9 \\ &\dots \dots \dots \\ \sum x_9 y &= a_0 \sum x_9 + a_1 \sum x_1 x_9 + a_2 \sum x_2 x_9 + \dots + a_9 \sum x_9^2 \end{aligned} \quad (3)$$

Используя информацию по малому предприятию, разделив на 5 обе стороны системы, получаем нижеприведенную систему:  $a_0 = 8,369, a_1 = 0,128, a_2 = 0,048, a_3 = -0,143, a_4 = 2,676, a_5 = 15,523, a_6 = 12,330, a_7 = -2,150, a_8 = 0,348, a_9 = 0,231$ .

Таким образом, формула вычисления выгладит следующим образом:

$$y = 8,369 + 0,128x_1 + 0,048x_2 - 0,143x_3 + 2,676x_4 + 15,523x_5 + 12,330x_6 - 2,150x_7 + 0,348x_8 + 0,231x_9. \quad (4)$$

Правильность решения и модели проверяется следующим образом:

$$|\bar{y}_\phi - \bar{y}_p| \rightarrow 0.$$

Теперь вычислим прогноз для каждого фактора.

### 1. Прогноз (ВП – мягкая мебель)

Используя данные таблицы 1, построим трендовую модель.

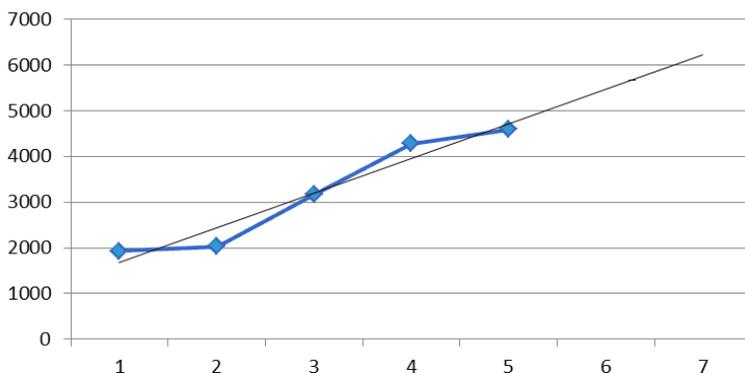


Рис. 1. Мягкая мебель

Получаем уравнение регрессии:

$$X_{1p} = 758,13t + 926,17. \quad (5)$$

Неизвестный коэффициент  $R^2 = 0,984$ . Этот показатель определяется с помощью уравнения (5) и значение  $x_{1p}$  приближается к значению  $x_{1\phi}$ , другими словами  $x_{1\phi} = 3202,56$ ,  $x_{1p} = 320056$ .

Таким образом, по выражению  $x_{1\phi} \approx x_{1p}$ , расставив значение формулы (5), получим практические вычисления. С помощью уравнения (5) определяются показания прогноза:

$$x_{1p(2015)} = 5474,95 \text{ (тыс. сом)}, x_{1p(2016)} = 6233,08 \text{ (тыс. сом)},$$

$$x_{1p(2017)} = 6991,21 \text{ (тыс. сом)}, x_{1p(2018)} = 7749,34 \text{ (тыс. сом)}.$$

Определив показания прогноза, можно сделать выводы по малому предприятию. Как показали вычисления прогноза, выпуск мебели прибыльно для малого предприятия. Значит, выпуск мебели для малого предприятия «Кызыл-

Ункур» в Арсланбапском айыл окмоту прибыльно. Например, в 2018 году по сравнению с 2010 годом увеличится в 4 раза, в 2017 году – в 3,6 раза.

В 2018 году по сравнению с 2014 годом прогнозируется увеличение выпуска мебели в 3 раза.

## 2. Прогноз ВП – диван.

Если составить график, опираясь на информацию малого предприятия, получим следующее:

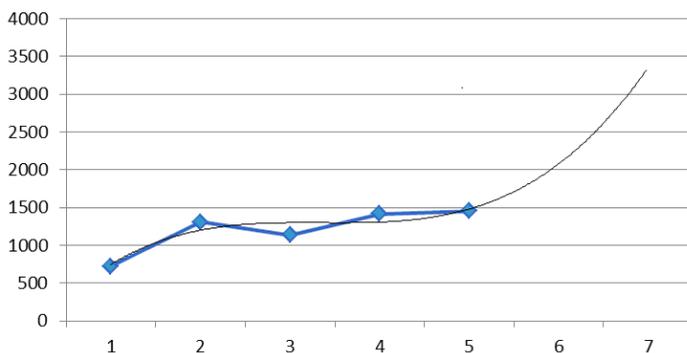


Рис. 2. ВП – диван

Если распишем по значению, получим:

$$X_{2p} = 43,067t^3 - 433,61t^2 + 1449,3t - 308,12. \quad (6)$$

С помощью компьютера определим неизвестный коэффициент  $R^2 = 0,925$ .

Таким образом, по выражению  $x_{2\phi} \approx x_{2p}$  с помощью формулы (6) вычисления будут следующими:

$$x_{2p(2015)} = 2080,192 \text{ (мин. сом)}, x_{2p(2016)} = 3362,071 \text{ (мин. сом)},$$

$$x_{2p(2017)} = 5585,544 \text{ (мин. сом)}, x_{2p(2018)} = 9009,013 \text{ (мин. сом)}.$$

Знак аппроксимации  $E = 8,62\%$ . Как видно из прогноза, выпуск диванов в 2018 году по сравнению с 2010 годом возрастет в 12,4 раза, а в 2014 г. по сравнению с 2010 г. возросло в 6,2 раза.

## 3. Прогноз ВП – стулья.

Если построить график по уравнению  $X_{3p} = a_0 + a_1t$ , используя данные по МП «Кызыл-Ункур», получится следующее

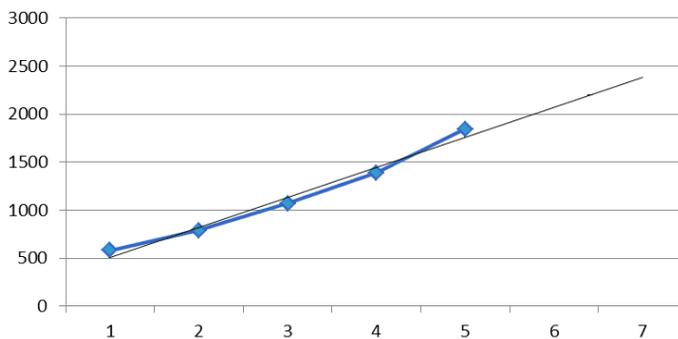


Рис. 3. ВП – стулья

При определении значений  $a_0$  и  $a_1$  вычисляемая формула:

$$X_{3p} = 196,1 + + 312,84t. \quad (7)$$

относительно  $X_3$   $R^2 = 0,9895$  ( $R^2$  будет равен 0,9895).

На основе формулы (7) прогнозы с 2015года будут следующие:

$x_{3p(2015)} = 2073,14$  (тыс. сом),  $x_{3p(2016)} = 2385,98$  (тыс. сом),

$x_{3p(2017)} = 2698,82$  (тыс. сом),  $x_{3p(2018)} = 3011,16$  (тыс. сом).

Значение аппроксимации – 6,23 %.

Если в 2015 году прибыль по стульям прогнозировалось в 2073,14 тыс. сомов, то на 2018г. прогнозируется прибыль в 3011,16 тыс. сомов. Это по сравнению с 2015 годом больше на 45,25 %

#### 4. Прогноз ВП – тумба.

Используя данные по малому предприятию, построим следующий график.

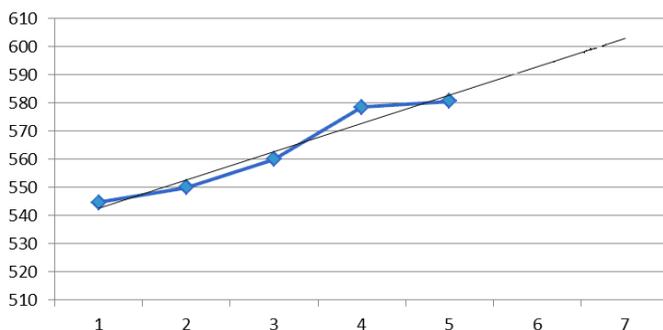


Рис. 4. ВП – тумба

Уравнение регрессии:

$$X_{4p} = 532,62 + 10,06t. \quad (8)$$

Согласно уравнению (8) показатели прогноза будут равны:

$$x_{4p(2015)} = 592,98 \text{ (тыс. сом)}, x_{4p(2016)} = 603,04 \text{ (тыс. сом)},$$

$$x_{4p(2017)} = 613,1 \text{ (тыс. сом)}, x_{4p(2018)} = 623,16 \text{ (тыс. сом)}.$$

Выпуск тумб в 2018 году по сравнению с 2010 годом прогнозируется повысить 14,83 %.

#### 5. ВП – кровать:

$$X_{5p} = 216,79 + 36,75t, \text{ а } R^2 = 0,96. \quad (9)$$

Прогноз:

$$x_{5p(2015)} = 437,29 \text{ (тыс. сом)}, x_{5p(2016)} = 474,04 \text{ (тыс. сом)},$$

$$x_{5p(2017)} = 510,79 \text{ (тыс. сом)}, x_{5p(2018)} = 547,54 \text{ (тыс. сом)}.$$

Аппроксимация равна 5,88 %.

#### 6. По другой продукции малого предприятия:

Таблица 2

### Информация по МП «Кызыл-Ункур» Базаркоргонского района Джалал-Абадской области

ВП	формула	прогнозы			
		2015	2016	2017	2018
Столы	$x_{6p} = 98,59 + 48,65t$	390,49	439,14	487,79	536,44
Декорации	$x_{7p} = 469,56 + 194,64t$	1637,4	1832,04	2026,68	2221,32
Кресла	$x_{8p} = 7,09 + 10,15t$ $R = 0,91$	67,99	78,14	88,29	98,44
Другое	$x_{9p} = 15,32t^{0,2417}$ $R = 0,90$	2362,4698	2452,1515	2532,58486	2605,7186

Полученная корреляционно-регрессивная модель имеет решающее значение при определении воздействия факторов на выпускаемую продукцию.

Если провести исследование продукции, выпускаемой малым предприятием, то будет ясно, что данная продукция принесет наибольшую прибыль малому предприятию.

Таблица 3

**Общая информация (тыс. сом) по выпускаемой продукции  
МП «Кызыл-Ункур» Базаркоргонского района  
Джалал-Абадской области**

ВП	формулы	прогнозы			
		2015	2016	2017	2018
Мягкая мебель	$x_{1p} = 758,13t + 926,17$	5474,95	6233,08	6991,21	7749,34
Диван	$X = 43,067 + 308,16$	2080,2	3362,1	5585,5	9009,0
Стулья	$x_{3p} = 196,1 + 312,84t$	2073,14	2385,98	2698,82	3011,16
Тумба	$x_{4p} = 532,62 + 10,06t$	592,98	603,04	613,1	623,16
Кровать	$x_{5p} = 216,79 + 36,75t$	437,29	474,04	510,79	547,54
Столы	$x_{6p} = 98,59 + 48,65t$	390,49	439,14	487,79	536,44
Декорации	$x_{7p} = 469,56 + 194,64t$	1637,4	1832,04	2026,68	2221,32
Кресла	$x_{8p} = 7,09 + 10,15t$ $R = 0,91$	67,99	78,14	88,29	98,44
Другое	$x_{9p} = 15,32t^{0,2417}$ $R = 0,90$	2362,4698	2452,1515	2532,58486	2605,7186

На основе результатов вычислений по выпускаемой продукции МП «Кызыл-Ункур» Базаркоргонского района Джалал-Абадской области можно сделать следующие прогнозы:

$$y_{p(2015)} = 10749,58462 \text{ (тыс. сом)}, y_{p(2016)} = 11605,94775 \text{ (тыс. сом)},$$

$$y_{p(2017)} = 12625,09955 \text{ (тыс. сом)}, y_{p(2018)} = 13639,81826 \text{ (тыс. сом)}.$$

Итак, если в 2018 году по сравнению с 2010 годом прогнозируется ВП (выпуск продукции) повысить в 2,8 раза, то в 2014 году выпуск повысился в 1,14 раза.

Как показали результаты анализа, с помощью методов, рассмотренных выше, можно прогнозировать показатели предприятия на 20-25 лет вперед.

### Список литературы:

1. Купуев П. Токтомаматов К. Переходный период: реалии и перспективы экономического развития Кыргызской Республики. – Жалал-Абад, 2002.

2. Малый бизнес. Переходная экономика: реалии и мировой опыт. – М., 2014. – 228 с.

3. Мамасыдыков А.А. Экономико-статистический анализ и оценка эффективности малого и среднего предпринимательства в условиях перехода к рынку (на примере южного региона КР) / А.А. Абдиев, А.А. Мамасыдыков // «Тюркоязычные страны: взаимодействие и сотрудничество». Третья международная научно-практическая конференция. Часть 1. – Жалалабат, 2005. – С. 28-34.

4. Мамасыдыков А.А. Базаршартындагы инновациянын ыкмасы / А.А. Мамасыдыков // Экономика и финансы. – Бишкек, 2009. – № 3. – С. 296-303.

5. Основы малого бизнеса в Кыргызстане / В. Хюбнер, К.Д. Федяшев и др. – Бишкек: Изд. «Учкун», 2014.

6. Пороховский А.А. О модели рыночной экономики // Вестн. Моск. унта. – 2014. – № 1. – С. 165.

## **ПРОБЛЕМНЫЕ ВОПРОСЫ ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ УЧАСТНИКОВ ИНВЕСТИЦИОННО-СТРОИТЕЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В РЕГИОНЕ**

**© Чистяков Д.А.<sup>1</sup>, Селютина Л.Г.<sup>2</sup>, Китаев М.А.<sup>3</sup>**

Санкт-Петербургский национальный исследовательский университет информационных технологий, механики и оптики, г. Санкт-Петербург  
Санкт-Петербургский государственный экономический университет,  
г. Санкт-Петербург

В данной статье исследуется актуальная проблема взаимодействия и согласования экономических интересов отдельных участников инве-

---

<sup>1</sup> Аспирант кафедры Экономики и стратегического менеджмента Санкт-Петербургского национального исследовательского университета информационных технологий, механики и оптики.

<sup>2</sup> Профессор кафедры Организации и управления производственными комплексами Санкт-Петербургского государственного экономического университета, доктор экономических наук, профессор.

<sup>3</sup> Студент кафедры Организации и управления производственными комплексами Санкт-Петербургского государственного экономического университета.

стиционно-строительной деятельности в регионе. Основное внимание в работе авторы акцентируют на рассмотрении наиболее важных субъектов в исследуемой сфере деятельности и ее структурной характеристики как социально-экономической системы.

**Ключевые слова:** инвестор, риелтор, строительство, социально-экономические системы.

Проанализируем субъекты инвестиционно-строительной сферы, делая акцент на процессы самоорганизации, протекающие в них или с их участием в рамках инвестиционно-строительной деятельности и на возможность интенсификации жилищного строительства с помощью этих процессов. Наиболее важные субъекты в исследуемой сфере – инвесторы, которые финансируют строительство жилых и нежилых объектов, выполняя данную функцию как единолично, так и осуществляя совместное инвестирование с распределением долей собственности в будущих объектах недвижимого имущества [1]. В настоящее время инвесторами могут выступать как физические, так и юридические лица. Экономика в глобальном смысле в настоящее время достигла того этапа, когда инвестиционные средства стремятся в те регионы, в которых наиболее эффективно функционирует инфраструктура для ведения бизнеса. Вместе с тем фактическими инвесторами в рамках жилищного строительства, строительства коммерческих объектов или объектов социальной инфраструктуры могут выступать и зачастую выступают совершенно разные категории участников экономической деятельности [2]. Соответственно, и значение инфраструктуры, необходимой для объединения их инвестиционных средств, может отличаться в зависимости от объектов строительства.

Рассмотрим строительство коммерческих объектов: офисных и торговых центров, гостиниц и пр. Исторически сложилось, что финансирование таких объектов осуществляется за счет средств крупных компаний, обладающих существенными инвестиционными возможностями. При этом побудительной причиной осуществления финансирования таких объектов является выполнение уставной цели любой коммерческой организации – получение прибыли (как при перепродаже, так и при эксплуатации данных

объектов) после окончания строительства [3]. Финансирование социальных объектов, таких как детские сады, больницы, школы, зачастую лежит в области ответственности органов государственной власти. Хотя может сложиться такая ситуация, что при предоставлении земельных участков для их комплексного освоения обязанность построить ряд социальных объектов будет возложена на победителя аукциона на комплексное освоение земельного участка [4]. Вместе с тем, как и в случае с коммерческими объектами, организация финансирования строительства объектов социальной инфраструктуры не требует специальных разработок, необходимых для объединения инвестиционных средств отдельных участников [5]. Принципиально иная ситуация складывается в жилищном строительстве. Соинвесторами даже очень крупных объектов являются граждане, которые в дальнейшем не планируют извлекать прибыль от строительства данных объектов – им необходимо удовлетворить свою потребность в жилище. Специальная инфраструктура, которая позволит объединять средства участников долевого жилищного строительства, необходима для интенсификации строительства доступного жилья [6]. Нормативно-правовая база на настоящий момент не запрещает объединение средств различных инвесторов для совместного осуществления капитальных вложений. В рамках действующего законодательства возможно инвестирование как собственных инвестиционных средств, так и средств соинвесторов. Целевое использование инвестиционных средств является одним из ключевых условий в процессе капитального строительства [7]. Средства целевого финансирования, использованные по назначению, не учитываются при определении налоговой базы, в то время как нецелевое использование средств влечет за собой необходимость уплаты налогов. Можно сделать вывод, что современное законодательство Российской Федерации в области инвестиционной деятельности дает возможность осуществления такого процесса самоорганизации, как объединение средств для совместного инвестирования в целях капитального строительства. При этом в Налоговом кодексе предусмотрены штрафные санкции за нецелевое использование совместных средств.

Следующим субъектом инвестиционно-строительной сферы региона являются риэлторы. В области капитального строительства можно выделить

следующие виды деятельности риэлторов: подбор покупателей на первичном и вторичном рынках объектов недвижимости, сопровождение сделок, а также мониторинг рынка недвижимости в России и составление отчетов в разрезе сегментов недвижимости и регионов [8]. Российская Гильдия Риэлторов имеет целью создание необходимых условий для осуществления сделок купли-продажи недвижимого имущества. Фактически на сегодняшний день именно профессиональные агентства недвижимости создают инфраструктуру инвестиционно-строительной деятельности в части обеспечения информацией о наличии строящихся объектов недвижимости и их характеристиках [9]. Можно сделать вывод о том, что риэлторы на настоящий момент являются необходимым звеном в объединении средств граждан и юридических лиц в целях капитального строительства. Операторы управления недвижимостью осуществляют процесс эксплуатации объекта в рамках его целевой функции. По сути, они являются носителями первичной информации о состоянии зданий, находящихся в эксплуатации. Существует ряд государственных инициатив, направленных на повышение уровня профессиональной подготовки сотрудников управляющих организаций [10]. Операторам управления недвижимостью необходимо эволюционировать в профессиональную организацию в рамках внутрифирменной самоорганизации, либо они могут быть вытеснены с рынка.

Субъекты, осуществляющие инженерные изыскания, в том числе инженерно-геологические, инженерно-геодезические, инженерно-геотехнические, инженерно-экологические, инженерно-гидрометеорологические, также являются участниками инвестиционно-строительного процесса. В результате проведения инженерных изысканий получают необходимые данные для обоснования конструктивных и объемно-планировочных решений зданий и сооружений [11]. Инженерные ведомства, понимаемые нами как поставщики в системе инженерных коммуникаций, играют в нашей стране значительную роль в успешности реализации инвестиционного проекта капитального строительства. Причем существенное влияние происходит как в сфере формирования стоимости объекта, так и в сроках его реализации. Обеспеченность земельных участков необходимой инженерной инфраструктурой может стимулировать или ограничивать принятие решения об осуществлении инвестиционного проекта.

Лидером производственного кластера является генеральный подрядчик. В сложившейся практике если выполняются небольшие объемы технически несложных работ, то они реализуются подрядчиком самостоятельно [12]. Вместе с тем, когда существует сложный комплекс работ, применяется принцип генерального подряда. В случае если из договора не вытекает обязанность выполнить предусмотренные работы лично, то подрядчик может привлечь к исполнению своих обязанностей других лиц. В таком случае подрядчик выступает генеральным подрядчиком, а привлеченные им в подрядачки – субподрядчиками. Юридически особенностями генерального подряда являются следующие: он несет ответственность перед заказчиком за последствия неисполнения и ненадлежащего исполнения обязательств субподрядчиком, с другой стороны – ответственность перед субподрядчиком за неисполнение и ненадлежащее исполнение обязательств заказчиком [13]. Возможен также вариант, когда заказчик с согласия генерального подрядчика заключает на выполнение отдельных работ прямые договоры с другими подрядчиками. В таком случае принцип генерального подряда не действует, а заказчик отвечает на неисполнение своих обязательств перед этими подрядчиками, подрядчики в свою очередь отвечают непосредственно перед заказчиком [14].

За последнее время в процессе эволюции в инвестиционно-строительной деятельности произошли структурные преобразования, результатом которых стало более ярко выраженная специализация отдельных участников. В связи с этим наметился переход от заказчика-застройщика к двум отдельным участникам – техническому заказчику и генеральному подрядчику. По сути, технический заказчик реализует техническую компетенцию при осуществлении организации подготовки технических заданий для проведения инженерных изысканий, проектирования объектов. Кроме того, он осуществляет от лица инвестора проведение конкурсных процедур для выполнения вышеуказанных видов работ, а также для заключения договоров на строительные-монтажные работы. Технический заказчик в полной мере осуществляет управление в рамках реализации инвестиционного проекта.

Несмотря на сформировавшуюся позицию некоторых ученых в отношении перехода к двум отдельным участникам – техническому заказчику и

генеральному подрядчику, – в практической деятельности и в нормативно-правовой базе понятие застройщика сохранилось и в настоящее время. При этом выделяются следующие базовые функции застройщика: получение разрешения на строительство, организация процедур выбора подрядчиков в области проектирования, строительного-монтажных работ, пуско-наладочных работ оборудования, предъявление законченного строительством объекта. На наш взгляд, позиция ряда ученых в отношении перехода к двум участникам – техническому заказчику и генеральному подрядчику – требует некоторой доработки в области формирования законодательной базы. Таким образом, приведенный обзор научных направлений, сформировавшихся в области структуризации региональной инвестиционно-строительной сферы помогает понять специфику формирования и развития бизнес-процессов в исследуемой области.

#### **Список литературы:**

1. Конарев А.Г. Современные аспекты развития строительной сферы в России // Символ науки. – 2016. – № 1-1 (13). – С. 127-129.
2. Преображенская Е.Г. Инновационные подходы в управлении жилой недвижимостью в крупном городе // Актуальные вопросы экономических наук. – 2013. – № 34. – С. 245-250.
3. Егорова М.А. Селютина Л.Г. Финансовый аспект теории эффективного управления // Общество. Среда. Развитие (Terra Humana). – 2009. – № 3. – С. 11-17.
4. Просвирнин М.А. Современные аспекты комплексного подхода к развитию городских территорий // Актуальные вопросы экономических наук. – 2016. – № 48. – С. 76-81.
5. Селютина Л.Г. Анализ основных социально-экономических показателей потребности в жилье // Экономические проблемы развития строительства в регионе в современных условиях: сб. научных трудов. – СПб.: Изд-во СПбГУЭФ, 2002. – С. 57-66.
6. Селютина Л.Г., Гаделия Д.Г. Некоторые аспекты инвестирования строительства жилья на долевой основе // Проблемы эффективного функционирования строительного комплекса в современных условиях. Сб. научн. трудов. – СПб., 2003. – С. 33-41.

7. Селютина Л.Г., Волков А.С., Казиева А.К., Ракова В.А., Чаленко А.В., Шереметьев А.В. Участие государства в решении жилищной проблемы граждан в современных условиях // *Фундаментальные исследования*. – 2015. – № 12-4. – С. 823-827.

8. Бузырев В.В., Селютина Л.Г., Мартынов В.Ф. Формирование системы организации инвестирования инновационных процессов в строительстве // *Проблемы современной экономики*. – 2015. – № 3. – С. 261-264.

9. Маслова Е.И. Риски в сфере недвижимости: сущность и классификация // *Экономика и управление: анализ тенденций и перспектив развития*. – 2016. – № 24. – С. 127-131.

10. Некрашевич Д.С. Проблемы регулирования городской жилищно-строительной деятельности // *Наука и современность*. – 2014. – № 31. – С. 208-213.

11. Селютина Л.Г. Значение информационного моделирования строительных процессов и объектов проектирования в современных условиях // *Сборники конференций НИЦ Социосфера*. – 2015. – № 1. – С. 9-10.

12. Рохманова Д.А. Особенности инвестирования строительства в современных условиях // *Международный научно-исследовательский журнал*. – 2015. – № 3-3 (34). – С. 86-87.

13. Селютина Л.Г. Развитие инвестиционно-строительного комплекса России: проблемы и решения // *Актуальные проблемы управления экономической региона*. Материалы VII Всероссийской научно-практической конференции. – СПб., 2010. – С. 26-29.

14. Макушкин В.А. Анализ современных условий развития строительного бизнеса в России // *Наука и современность*. – 2016. – № 42. – С. 124-128.



# **ПРОБЛЕМЫ СОВРЕМЕННОЙ ЭКОНОМИКИ**

**СБОРНИК МАТЕРИАЛОВ**

**XXX Международной научно-практической конференции**

**г. Новосибирск, 31 марта, 28 апреля 2016 г.**

**Под общей редакцией  
доктора экономических наук Ж.А. Мингалевой,  
кандидата экономических наук С.С. Чернова**

---

Подписано в печать 03.05.2016. Формат 60×84 1/16. Бумага офсетная.

Тираж 500 экз. Уч.-изд. л. Печ. л. Заказ

---

Отпечатано в типографии  
ООО Издательство «СИБПРИНТ»  
630099, г. Новосибирск, ул. Максима Горького, 39



**ЦЕНТР РАЗВИТИЯ НАУЧНОГО СОТРУДНИЧЕСТВА**  
(г. Новосибирск)

С целью оказания помощи в опубликовании результатов научно-исследовательских работ профессорско-преподавательского состава, молодых ученых, аспирантов и магистрантов проводит *конференции*, готовит к выходу *сборники научных трудов* «АКТУАЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ СОВРЕМЕННОЙ НАУКИ», а также осуществляет подготовку и публикацию коллективных научных *монографий* по различным областям знаний.

Информацию об условиях публикации результатов научных исследований и требования к оформлению материалов можно получить на сайте <http://www.ZRNS.ru>, по телефонам Центра развития научного сотрудничества в г. Новосибирске:

**8-383-291-79-01** Чернов Сергей Сергеевич, руководитель ЦРНС

**8-913-749-05-30** Хвостенко Павел Викторович,  
ведущий специалист ЦРНС

или по электронной почте: [monography@ngs.ru](mailto:monography@ngs.ru)  
[monography@mail.ru](mailto:monography@mail.ru)

**НАДЕЕМСЯ НА ПЛОДОТВОРНОЕ СОТРУДНИЧЕСТВО!**