
**ВЕСТНИК
АЛТАЙСКОЙ АКАДЕМИИ
ЭКОНОМИКИ И ПРАВА**

ISSN 1818-4057

№ 4 2019

Научный журнал

«Вестник Алтайской академии экономики и права»

ISSN 1818-4057

Журнал издается с 1997 года

Издание включено в Перечень рецензируемых научных изданий, в которых должны быть опубликованы основные научные результаты диссертаций на соискание ученой степени кандидата наук, на соискание ученой степени доктора наук (Перечень ВАК).

Официальный сайт журнала – www.vaael.ru

Доступ к электронной версии журнала бесплатен. e-ISSN 2226-3977

Издание официально зарегистрировано в Федеральной службе по надзору в сфере связи, информационных технологий и массовых коммуникаций. Свидетельство о регистрации ПИ № ФС 77 – 45458.

Учредитель – Автономная некоммерческая образовательная организация высшего образования «Алтайская академия экономики и права». 656038, Алтайский край, город Барнаул, Комсомольский проспект, 86

Шифры научных специальностей

08.00.00 Экономические науки

12.00.00 Юридические науки

Все публикации рецензируются.

Журнал индексируется в Российском индексе научного цитирования РИНЦ и научной электронной библиотеке eLIBRARY.RU.

Номерам и статьям журнала присваивается Цифровой идентификатор объекта DOI.

Выпуск подписан в печать 03 апреля 2019 года

Распространение по свободной цене

Усл. печ. л. 20,75

Тираж 500 экз.

Формат 60x90 1/8

СОДЕРЖАНИЕ

ЭКОНОМИЧЕСКИЕ НАУКИ

«ЦИФРОВАЯ ЭКОНОМИКА» = «ЭКОНОМИКА КОММУНИЗМА»?

Бабаев А.Б., Егорушкина Т.Н., Швецов С.А. 5

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ И ПЕРСПЕКТИВЫ ЦИФРОВЫХ ТЕХНОЛОГИЙ В РЕСТОРАННОМ БИЗНЕСЕ

Бацына Я.В. 10

РЕГИОНАЛЬНАЯ СПЕЦИФИКА ВЗАИМОСВЯЗЕЙ ПОТРЕБЛЕНИЯ ДОМАШНИХ ХОЗЯЙСТВ И ЭКОНОМИЧЕСКОГО РАЗВИТИЯ В СОВРЕМЕННОЙ РОССИИ

Боголюбова Н.П., Никитин М.В. 19

СТРАТЕГИИ УПРАВЛЕНИЯ КОММУНИКАЦИОННОЙ ПОЛИТИКИ ПРЕДПРИЯТИЯ ПРИ ИСПОЛЬЗОВАНИИ ИНСТРУМЕНТОВ ИНТЕРНЕТ-МАРКЕТИНГА И ПРИКЛАДНОГО ПО

Борисов А.А. 30

МЕТОДИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ ПОДДЕРЖКИ ИНФРАСТРУКТУРНЫХ ИНВЕСТОРОВ ПРОЕКТОВ ГОСУДАРСТВЕННО-ЧАСТНОГО ПАРТНЕРСТВА В СТРАНАХ ЕВРАЗИЙСКОГО ЭКОНОМИЧЕСКОГО СОЮЗА

Герасименко О.А., Семибратский М.В., Стрельцова Т.П. 36

К ВОПРОСУ ВОЗМОЖНОСТИ ОЦЕНКИ АКТУАЛЬНОГО СОСТОЯНИЯ И ТЕНДЕНЦИЙ РАЗВИТИЯ СФЕРЫ ЗДРАВООХРАНЕНИЯ НА ПРИМЕРЕ РЕСПУБЛИКИ СУДАН

Ипполитов К.Г., Филиппова Н.К. 42

ВЗАИМОСВЯЗЬ БУХГАЛТЕРСКОГО И НАЛОГОВОГО УЧЕТА ОСНОВНЫХ СРЕДСТВ НА СОВРЕМЕННОМ ЭТАПЕ

Калинина Г.В., Мишанова Е.В. 49

КРЕДИТНЫЙ РЕЙТИНГ КЕМЕРОВСКОЙ ОБЛАСТИ И ЕЕ ОСНОВНЫХ КОРПОРАЦИЙ

Киселев А.Б. 55

ОСОБЕННОСТИ ИНТЕГРИРОВАННЫХ СТРУКТУР В АПК

Ковальчук М.Д. 62

ОБ ЭФФЕКТИВНОСТИ ОРГАНИЗАЦИИ КОРМОВОЙ БАЗЫ МОЛОЧНОГО СКОТОВОДСТВА В КРАСНОДАРСКОМ КРАЕ

Кремянская Е.В., Кремянский В.Ф., Кремянский В.В. 66

YOUTUBE: ПЕРСПЕКТИВНЫЙ ИНСТРУМЕНТ ВИДЕО-МАРКЕТИНГА ДЛЯ БИЗНЕСА

Кушков Е.А. 72

ПОДГОТОВКА ПЕРСОНАЛА НА РЕГИОНАЛЬНЫЙ РЫНОК ТРУДА ВУЗАМИ РОСТОВСКОЙ ОБЛАСТИ

Кушнарёва И.В., Калмыков Б.Ю. 80

ТРАНСФОРМАЦИЯ СОЦИАЛЬНО-ТРУДОВЫХ ОТНОШЕНИЙ: СТРАТЕГИЧЕСКИЙ ПОДХОД

Легчилина Е.Ю. 87

МОДЕЛИ ЭКОНОМИЧЕСКОГО РОСТА РОССИЙСКОЙ ЭКОНОМИКИ	
<i>Ленкова Т.В., Макаева К.И., Безрукова О.Г., Джахнаева Е.Н., Баршева Д.Б., Очирова В.В., Очиров К.Б.</i>	93
СУЩНОСТЬ ЭКОНОМИЧЕСКОГО РОСТА В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ	
<i>Макаева К.И., Учурова Е.О., Яшаев Д.М., Яшаева Д.М., Бакинова Т.Д., Бараев С.В.</i>	101
ФИНАНСИРОВАНИЕ ИННОВАЦИОННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЙ В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ	
<i>Мусостова Д.Ш., Дудаев Т.-А. М.</i>	106
ЭКОНОМИЧЕСКАЯ ОРГАНИЗАЦИЯ ВОСПРОИЗВОДСТВА ЛЕСНЫХ РЕСУРСОВ	
<i>Назаренко И.Н.</i>	113
ЦИФРОВИЗАЦИЯ КАК ПРИОРИТЕТНОЕ НАПРАВЛЕНИЯ ЭКОНОМИЧЕСКОГО РАЗВИТИЯ АГРАРНОГО ПРОИЗВОДСТВА	
<i>Немченко А.В., Дугина Т.А., Лихолетов Е.А.</i>	118
ИССЛЕДОВАНИЕ МЕХАНИЗМОВ ОБЕСПЕЧЕНИЯ ФИНАНСОВЫМИ РЕСУРСАМИ ОРГАНИЗАЦИЙ АГРОСЕКТОРА	
<i>Нехайчук Д.В., Нехайчук Ю.С., Карлова А.И.</i>	124
ПЕРЕХОД РОССИЙСКИХ ПРЕДПРИЯТИЙ К ЦИФРОВОЙ ЭКОНОМИКЕ: ПРОБЛЕМЫ И ПУТИ ИХ РЕШЕНИЯ	
<i>Нуретдинова Ю.В., Ометова Д.А., Морозова М.Ю.</i>	138
ВНЕДРЕНИЕ И СТРАТЕГИЧЕСКОЕ ПЛАНИРОВАНИЕ ИННОВАЦИЙ В МАШИНОСТРОИТЕЛЬНЫХ ПРОМЫШЛЕННЫХ ПРЕДПРИЯТИЯХ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ	
<i>Пономарев В.М., Пономарева С.В., Жигит А.А.</i>	144
ФОРМИРОВАНИЕ ИМИДЖА ОРГАНИЗАЦИИ КАК ЭЛЕМЕНТА МАРКЕТИНГОВОЙ СТРАТЕГИИ	
<i>Самаева Е.В., Эрдниева Э.В., Манджиев З.Д., Идатов Н.Б., Самаева А.Д.</i>	151
ЮРИДИЧЕСКИЕ НАУКИ	
ЛАТЕНТНОСТЬ ПРЕСТУПЛЕНИЙ В СФЕРЕ ОКАЗАНИЯ МЕДИЦИНСКИХ УСЛУГ	
<i>Гаджиева А.А., Караева З.Ш.</i>	157
К ВОПРОСУ О СОЦИАЛЬНО-ПРАВОВОЙ ПРИРОДЕ СТАНДАРТНЫХ НАЛОГОВЫХ ВЫЧЕТОВ НА СОДЕРЖАНИЕ ДЕТЕЙ	
<i>Замотаева О.Н.</i>	163

УДК 338.1

Бабаев А.Б., Егорушкина Т.Н., Швецов С.А.

Тульский филиал ФГБОУ ВО «Российский экономический университет им. Г.В. Плеханова», г. Тула, e-mail: al_babaev@mail.ru; tegor@bk.ru; lvvalei@yandex.ru

«ЦИФРОВАЯ ЭКОНОМИКА» = «ЭКОНОМИКА КОММУНИЗМА»?

Статья является логическим продолжением публикации «Информация как универсальный товар в период развития цифровой экономики» [1] и посвящена изучению вопросов, связанных с теоретическим исследованием производительных сил, задействованных в секторе экономики, который принято называть «цифровой экономикой» – производством и потреблением ее участниками различного контента (информационного наполнения различных интернет-ресурсов). Возможны ли аналогии, позволяющие объективно сравнить основные постулаты экономики коммунизма с фактически сложившимися производственными и экономическими условиями цифровой экономики, с направлениями ее развития? Каков сложившийся в цифровой экономике характер труда ее участников? Можно ли интерпретировать создание контента как абсолютно свободный труд? Является ли оценка этого свободного труда и признание создателя контента успешным членом общества со стороны потребителей единственным признанным вознаграждением? Постановка этих вопросов и поиск ответов на них позволит понять – является ли цифровая экономика новым уникальным экономическим явлением, ведь цифровизация общества в первую очередь повлияла на прогрессивное развитие таких областей, как микроэлектроника, информационные технологии и телекоммуникации [2;77]. Либо она является успешной реализацией идей, заложенных Томмазо Кампанелло в тюрьме инквизиции еще в 1602 году [3] до полностью сформированного научного направления, основоположниками которого стали Карл Маркс, Фридрих Энгельс [4, 5], Владимир Ульянов (Ленин) [6], и продолженного рядом современных авторов [7,8]. Это – теория коммунистического общества, в частности теоретические разработки экономики коммунизма. Имеется ли возможность экстраполировать научные идеи коммунизма на экономические отношения и характер труда в цифровой экономике?

Ключевые слова: цифровая экономика, цифровизация, экономический строй, коммунизм, экономика коммунизма, производство, контент, свободный труд, общество

Babaev A.B., Egorushkina T.N., Shvetsov S.A.

Tula branch of the RUSSIAN economic University n.a. G.V. Plekhanov, Tula, e-mail: al_babaev@mail.ru; tegor@bk.ru; lvvalei@yandex.ru

«THE DIGITAL ECONOMY» = «ECONOMY OF COMMUNISM»?

Article is a logical continuation of the publication «Information as a universal product in the period of development of the digital economy» [1] and is devoted to the study of issues related to the theoretical study of the productive forces involved in the sector of the economy, which is called the «digital economy» – the production and consumption of its participants of various content (content of various Internet resources). Are there any analogies that allow us to objectively compare the basic postulates of the economy of communism with the actual production and economic conditions of the digital economy, with the directions of its development? What is the nature of the digital economy's labour force? Is it possible to interpret the creation of content as a completely free labor? Is the evaluation of this free labor and the recognition of the content Creator as a successful member of the society by consumers the only recognized reward? The formulation of these questions and the search for answers to them will allow us to understand whether the digital economy is a new unique economic phenomenon, because the digitalization of society primarily influenced the progressive development of such areas as microelectronics, information technology and telecommunications [2;77]. Or it is a successful implementation of the ideas laid down by Tommaso Campanello in the prison of the Inquisition in 1602 [3] to a fully formed scientific direction, the founders of which were Karl Marx, Friedrich Engels [4, 5], Vladimir Ulyanov (Lenin) [6], and continued by a number of modern authors [7,8,]. This is the theory of Communist society, in particular the theoretical development of the economy of communism. Is it possible to extrapolate the scientific ideas of communism to economic relations and the nature of work in the digital economy?

Keywords: digital economy, digitalization, economic system, communism, communism economy, production, content, free labor, society

Введение

Разрабатываемые на протяжении длительного времени (в течение почти 200 лет) идеи построения идеального общественного и экономического строя, основанного на социальном равенстве, общественной собственности и способах производства, способных обеспечить для каждого члена общества изобилие, известны под названием «коммунизм» (от лат. *communis* «общий»). На практике такого строя никогда и нигде не существовало, но сам термин «коммунистическое государство» использовался западной прессой по отношению к СССР и тем, странам, которые объявили себя или считались социалистическими.

В настоящее время, кажется, что коммунистические идеи потерпели полный крах. В мире осталось всего пять стран, в которых правящими партиями являются коммунистические партии, а коммунизм является официальной идеологией, это Китай, Куба, Лаос, Вьетнам и Северная Корея. Следует отметить, что «в чистом виде» коммунизм существует только в Северной Корее. Во всех остальных странах коммунистическая идеология отлично уживается с буржуазной при наличии имеющейся организацией экономики этих стран. Справедливости ради надо отметить, что страны, принявшие идеологию коммунизма, не смогли обеспечить уровень жизни населения, который обеспечивали буржуазные государства с капиталистической организацией экономики.

Как ни странно, наиболее близко к коммунизму (как минимум к развитому социализму), подошла Швеция времен премьер министра Улофа Пальме, с именем которого связывают так называемую «шведскую модель», расцвет которой пришелся на 80-е годы XX века. Эта модель основывалась на огромных государственных расходах, которые обеспечивали, по сути, коммунистическое распределение национального богатства между гражданами Швеции, в настоящее время власти Шведского королевства от этой модели отказались, исключительно по экономическим соображениям.

Означает ли это, что теория коммунистической экономики и коммунисти-

ческого общества потерпела полный крах? Или эти теории могут быть успешно реализованы на практике уже в настоящее время? Возможна ли в современном мире эффективно работающая и динамично развивающаяся экономика, основанная на коммунистических принципах производства и потребления? Попробуем сделать попытку найти ответы в данной статье.

Цель исследования. Провести аналогию между фундаментальными свойствами и условиями цифровой экономики, как экономического базиса, и коммунистическим строем, основу которого составляет идея построения идеального общественного и экономического строя, основанного на социальном равенстве, общественной собственности и способах производства, способных обеспечить для каждого члена общества изобилие.

Материал и методы исследования

В исследовании использовались следующие методы: анализ, синтез, дедукция, поиск аналогий, выдвижение и проверка гипотез.

Результаты исследования и их обсуждение

Значительной частью сектора экономики, который принято называть «цифровой экономикой», является производство и потребление различного контента. Эта область является наиболее динамично развивающейся. По данным, приведенным Web Canare [9] по состоянию на январь 2018г.:

- население Земли – 7.6 миллиарда человек;
- пользователи интернета – 4 миллиарда человек;
- активные пользователи социальных сетей – 3,2 миллиарда человек;
- уникальные пользователи мобильного интернета – 5,1 миллиарда человек.

Эти цифры убедительно показывают, что тем или иным способом, в качестве потребителей или создателей контента, участниками цифровой экономики в мире является 67% населения Земли. И действительно, интернет, как важнейшая составляющая, информационно-коммуникационных технологий, уже давно вошел в нашу жизнь и существенным образом её изменил [10].

Наиболее динамично растет потребление контента с мобильных устройств (смартфонов), что обусловлено резким ростом качества мобильного интернета и стремлением пользователей непрерывно находиться в on-line, не быть привязанными к стационарным точкам интернет-доступа.

Содержание контента весьма разнообразно, в качестве примеров наполнения контента можно привести:

- информационный (различные ленты новостей, электронные СМИ);
- развлекательный (музыка, книги, фильмы, игры);
- образовательный (видео уроки, инструкции, обзоры);
- продающий (интернет-магазины, реклама);
- общение (социальные сети, мессенджеры);
- народное творчество (блоги и другие способы самовыражения).

Этот перечень не является исчерпывающим и лишь иллюстрирует многообразие видов контента, предлагаемого к массовому потреблению.

Контент (информацию) можно назвать универсальным товаром цифровой экономики [1], при этом этот товар обладает уникальным свойством масштабируемости, то есть возможностью создания бесконечно большого количества копий каждой единицы товара без каких либо затрат (более подробно эта возможность и следствия из нее рассмотрены в [7]). Что это дает потребителям?

Это возможность использования товара (сервиса) неограниченным количеством пользователей. Таким образом, решается одна из важнейших экономических проблем коммунистического строя – соизмерение уровня производства, которое в традиционной экономике ограничивается производительностью труда, наличием средств производства, имеющимися ресурсами и другими объективными факторами с одной стороны – и необходимости обеспечения неограниченного потребления в соответствии с потребностями членов коммунистического общества. То есть цифровая экономика способна обеспечить выполнение коммунистического принципа – «каждому по потребностям». Это одна сторона вопроса.

Есть и другая – производство контента. Здесь отметим, что все медиа объединяет именно то, что ценность их продукции определяется в основном содержанием, а с переходом в цифровую форму ценность продукции определяется исключительно содержанием, или контентом, который практически ничего не стоит. Согласно определению, данного Вэрианом (Varian, 1996), контент—это все, что поддается оцифровке. Легкость копирования, передачи и распространения информации распространяется на весь контент. Удивительно, но и здесь отлично работает коммунистический принцип свободного труда. В чем особенность свободного коммунистического труда и его отличие от труда наемных работников? Для свободного труда характерными особенностями являются:

- это добровольный труд, без приказов, указаний, инструкций;
- это труд без ожидаемой обязательной оплаты за полученные результаты;
- это труд, выполняемый для собственного удовольствия, по признанию.

Владимир Ульянов (Ленин), дал следующее определение такого труда:

«Коммунистический труд ... есть бесплатный труд на пользу общества, труд, производимый не для отбытия определенной повинности, не для получения права на известные продукты, не по заранее установленным и узаконенным нормам, а труд добровольный, труд вне норм, труд, даваемый без расчета на вознаграждение, без условия о вознаграждении, труд по привычке трудиться на общую пользу и по сознательному (перешедшему в привычку) отношению к необходимости труда на общую пользу, – труд, как потребность здорового организма» [3].

Все это достаточно точно описывает труд огромного количества создателей контента. Очевидно, что контент, создаваемый в результате их труда, сильно отличается по качеству, но при этом почти 100% полученных результатов находят своего благодарного потребителя. То есть здесь полностью реализуется еще один коммунистический принцип – «от каждого по способностям».

Еще один вопрос, который является существенным для понимания – является ли цифровая экономика, реализован-

ная на практике, разнообразностью коммунистической экономики: это вопрос устройства общества. Согласно теории коммунизма, при данном устройстве исчезает понятие классового общества, которое сменяется обществом, в котором классы отсутствуют, исчезнет понятие разделения труда, каждый член общества будет сам выбирать свою общественную роль и форму занятости.

Все это также в полном объеме предоставляется и технологически обеспечивается цифровой экономикой, ключевым фактором которой являются данные в цифровом виде, обработка больших объемов и использование результатов анализа. Каждый создатель контента может выбирать вид создаваемого контента, менять предпочтения или заниматься несколькими направлениями одновременно. Более того, присущая интернет-сообществу анонимность, традиция скрывать подлинное имя и облик никами и аватарами, полностью стирает различия между его участниками. Невозможно определить, кто на самом деле скрывается за ником – мужчина или женщина, уровень их образования, внешность, возраст, национальность. Все это не является важным и существенным для интернет-сообщества. Если это не высшая ступень равенства, то, что тогда это?

Выводы или заключение

Исходя из сказанного выше, можно уверенно провести аналогию между цифровой экономикой, т.е. сообщества, которое создается в рамках этого нового экономического базиса, и коммунистическими теориями, которые, как оказывается, еще рано списывать со счетов.

Оппоненты могут выдвинуть существенное возражение – все аргументы касаются некой виртуальной материи,

производства контента, при этом, как известно, основу экономики составляет именно товарное производство, а к нему приведенные выше аналогии применить нельзя. Так ли это? И да, и нет. Дело в том, что развитие технологий цифровой экономики происходит буквально на наших глазах и находится на стадии внедрения в нашу повседневную жизнь. Да, товарное производство сейчас находится вне цифровой экономики, но уже существуют и развиваются так называемые аддитивные технологии (Additive Manufacturing – от слова аддитивный – прибавляемый) – технологии создания материальных объектов методами 3D печати. Сейчас это наиболее динамично развивающееся технологическое направление, которое охватывает такие различные отрасли производства, как производство медицинских биопротезов, строительство домов, производство компонентов авиапромышленности, оружия и т.д.. Уже существует такое экзотичное направление как «печать» еды.

Аддитивные технологии дают возможность создания бесконечного количества аутентичных копий существующего материального объекта. Как только произойдет их массовое внедрение в повседневную жизнь, когда эта цель будет достигнута, то существенная часть материального производства также будет интегрирована в сферу цифровой экономики и, соответственно, для нее также заработают принципы экономики коммунизма.

Таким образом, становится очевидным, что цифровая экономика, «цифровизация» принципиальным образом меняют устройство глобальной социально-экономической системы – возможности потребителей, структуру отраслей, роль государств [11].

Библиографический список

1. Бабаев А.Б., Егорушкина Т.Н. Информация как универсальный товар в период развития цифровой экономики // Вестник Алтайской академии экономики и права. – Барнаул: Алтайская академия экономики и права, 2019. – С. 11–17.
2. Бабаев А.Б., Егорушкина Т.Н. «Цифровая» экономика как ключевой фактор нового технологического уклада: перспективы перехода // European Scientific Conference: сборник статей XIII Международной научно-практической конференции. В 2 ч., 2019. – С. 77–81.
3. Кампанелла. Город Солнца / пер. с лат. и ком. Ф.А. Петровского; пер. прил. М.Л. Абрамсон, С.В. Шервинского и В.А. Ещина; вст. ст. В.П. Волгина. – М.-Л. : АН СССР, 1954. – 228 с. – (Предшественники научного социализма / под общ. ред. акад. В.П. Волгина).

4. Маркс К. Коммунистический манифест. – 4-е изд. – М.; Л.: Гос. изд-во, 1925. – 347 с., 6 л. ил.; 23 см. – (Библиотека научного социализма. Популярная серия / Ин-т К. Маркса и Ф. Энгельса; Вып. 1).
5. Фридрих Энгельс. Принципы коммунизма // Маркс К., Энгельс Ф. Избранные Сочинения. – М.: Политиздат, 1985. – Т. 3. – С. 122.
6. Ленин В.И. Полное собрание сочинений (5-е издание). – М.: Изд-во политической литературы, 1967 – 1981 гг. – Т. XXV. – С. 151.
7. Производство и потребление при капитализме и при социализме 2018–04–17 Василий Пихович. – <http://propaganda-journal.net/10259.html>.
8. Бабаев А.Б. Управление инновационно-инвестиционной деятельностью предприятий на рынках сетевых товаров: дис. ... канд. экон. наук. – Тула, 2003.
9. <https://www.web-canape.ru/business/internet-2017-2018-v-mire-i-v-rossii-statistika-i-trendy/>.
10. Егорушкина Т.Н., Панферова Е.В., Швецов С.А. Интернет-маркетинг как инструмент повышения эффективности бизнеса в условиях интернет-среды // Концепт: Научно-методический электронный журнал. – 2016. – № 2. – С. 191–195.
11. Егорушкина Т.Н., Логвинов С.И., Швецов С.А. На пороге «цифрового» будущего России // Научные исследования и разработки. Экономика. – 2018. – Т. 6; № 2. – С. 31–41.

УДК 338.4

Бацына Я.В.

Институт пищевых технологий и дизайна, филиал ГБОУ ВО «Нижегородский государственный инженерно-экономический университет», Нижний Новгород, e-mail: info@iptnn.ru

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ И ПЕРСПЕКТИВЫ ЦИФРОВЫХ ТЕХНОЛОГИЙ В РЕСТОРАННОМ БИЗНЕСЕ

Формирование цифровой экономики предполагает не только развитие ИТ-инфраструктуры, но прежде всего расширения фактического использования цифровых технологий в повседневной жизни и бизнесе. Ресторанная отрасль относительно медленно внедряет инновационные цифровые решения, однако их потенциал в последнее время признается повсеместно. В статье на основании анализа и обобщения экспертных оценок, статистических данных, отраслевых исследований, а также собственного обследования российских компаний дана оценка состояния информатизации предприятий ресторанного бизнеса, выявлены перспективные направления дальнейшего развития. Выявлено, что российские рестораны широко используют базовые цифровые технологии, как для автоматизации бизнес-процессов, прежде всего, связанных с обработкой заказов, так и для взаимодействия с потребителями. Одновременно, в сравнении с США, одной из наименее используемых и недооцененных инновационных решений является разработка собственного мобильного приложения. Перспективные направления информатизации включают в себя также использование радиочастотной идентификации, QR-кодов, мобильных платежей, роботизацию, аналитические и предиктивные технологии больших данных.

Ключевые слова: информационные технологии, цифровые технологии, ресторанный бизнес, индустрия гостеприимства, цифровая экономика

Batsyna Y.V.

Institute of food technologies and design, branch of Nizhny Novgorod state University of engineering and Economics, Nizhny Novgorod, e-mail: info@iptnn.ru

THE USE AND PERSPECTIVES OF DIGITAL TECHNOLOGIES IN RESTAURANT BUSINESS

Digital economy is not only based on the development of IT-infrastructure but also implies the extended use of digital solutions in business and daily life. Restaurant industry is relatively slow in adoption of new digital technologies although their potential is increasingly recognized. The article evaluates the current state of digitalization as well as perspectives of the Russian restaurant companies, basing on the analysis of expert views, industry reports, statistical data, and own industry research. It is revealed that Russian restaurants widely use some basic digital solutions for business processes automation, especially for order processing, and consumer relations. At the same time, comparing to US industry, development of own mobile apps is one of the most underestimated and promising digital solutions. Other promising directions of restaurant digitalization include the use of RFID technologies, QR-codes, flexible mobile payments, robotization, Big Data –based analytical and predictive technologies.

Keywords: information technologies, digital technologies, restaurant business, hospitality industry, digital economy

Введение

Современные информационные технологии продолжают оставаться главным драйвером экономического роста и условием модернизации различных отраслей экономики. Многие государства предпринимают значительные усилия по развитию информационной инфраструктуры и увеличению доступности цифровых услуг для населения. Однако инфраструктура

недостаточное условие формирования цифровой экономики. Не менее важную роль играет формирование экосистемы и культуры использования имеющихся технологий – то есть формирование «цифровых компетенций» пользователей сети: как граждан, так и органов государственной власти, бизнеса и НКО. И если с точки зрения «первичной» цифровизации, то есть, развития ИТ-инфраструктуры, Россия входит

в число стран-лидеров по многим показателям, а уровень информатизации в крупных городах уже приблизился к своему пределу насыщения, то потенциал «вторичной» цифровизации, касающейся фактического использования и применения цифровых технологий в повседневной жизни и бизнесе, раскрыт далеко не полностью.

Расширение не только доступности инфраструктуры, но и фактического использования новых товаров и услуг, созданных с использованием ИТ, стало главной целью принятой в 2017 г. в России программы «Цифровая экономика». Программа, в частности, предполагает создание экосистемы цифровой экономики, в которой ключевую роль в различных сферах деятельности будут играть такие «сквозные технологии» как большие данные, нейротехнологии и искусственный интеллект, квантовые технологии, робототехника, беспроводная связь, виртуальная и дополненная реальность и др. [1, с.3].

Реализация концепции цифровой экономики предполагает изменения на различных уровнях: государственном, институциональном, корпоративном, а также культуры и практик населения. При этом очевидно, что разные сектора и отрасли экономики характеризуются разной степенью готовности к вызовам цифровой экономики и использованию потенциала цифровых технологий. Одной из отраслей, в которых такой потенциал пока раскрыт недостаточно и которая может претерпеть существенные изменения в ходе «цифровой революции», является индустрия гостеприимства и, в частности, ресторанный бизнес.

Цель настоящей работы заключается в оценке существующего уровня информатизации предприятий российской ресторанной индустрии и выявлении перспективных направлений дальнейшей информатизации. Внедрение современных ИТ в ресторанный бизнес и индустрию гостеприимства в целом привлекает возрастающее внимание современных специалистов (см., напр. [2; 3]). Специфика отрасли определяет ее амбивалентное отношение к инновациям в сфере ИТ. С одной стороны, это отрасль, характеризующаяся очень высоким уровнем конкуренции. Низкие

входные барьеры и растущая потребность в услугах общественного питания способствуют конкуренции и высокому запросу на новые форматы обслуживания и способы повышения эффективности. С другой стороны, малый размер бизнеса ограничивает инвестиционные возможности компаний в разработке собственных инновационных технологий, требуя поиска решений, эффективных с точки зрения затрат и выгод. Определение потенциальных точек роста и перспективных направлений развития поэтому является актуальной задачей для индустрии.

Материал и методы исследования

Настоящее исследование основано на комбинированном использовании первичных и вторичных данных, относящихся к информатизации ресторанного бизнеса. Для оценки современного состояния информатизации ресторанной индустрии был проведен анализ экспертных мнений, результаты исследования Национальной ассоциации рестораторов США (NRA), а также результаты выборочного обследования российских компаний в сфере ресторанного бизнеса.

В ходе выборочного обследования компаний была изучена частота использования отдельных направлений информатизации взаимоотношений с клиентами. Более конкретно, в ходе обследования выявлялись факты использования следующих средств информатизации:

- наличие бесплатного доступа в Интернет через точку Wi-Fi для клиентов;
- наличие возможностей электронных платежей;
- наличие собственного сайта;
- использование страниц в социальных сетях;
- наличие собственной системы электронного бронирования или удаленного оформления заказа;
- разработка собственного приложения.

Оценка наличия каждой из названных технологий осуществлялась на основании открытых данных. В выборку попали предприятия ресторанной сферы различного типа (рестораны, кафе, бары, фастфуд), работающие в крупных городах-миллионниках: Москве, Нижнем Новгороде, Казани, Самаре, Ростове-на-

Дону. Формирование выборки осуществлялось с использованием метода систематического отбора, отдельно в каждом городе. Основой выборки является информационная база данных компании Яндекс. Исследование было проведено в феврале 2019 г. Общий объем выборки составил 420 компаний.

Оценка перспективных направлений информатизации предприятий ресторанного бизнеса осуществлялась на основе анализа и обобщения экспертных оценок, опубликованных результатов опросов, а также фиксации разрывов между уровнем развития инфраструктуры и условий цифровой экономики в России и фактического уровня информатизации отдельных услуг российскими предприятиями.

Результаты исследования и их обсуждение

Индустрия гостеприимства традиционно не относится к тому, что принято называть *knowledgeintenseindustry*, то есть, отраслью с интенсивным использованием знаний. Технологические инновации для нее являются скорее вспомогательным инструментом в достижении стратегических целей и обеспечении конкурентоспособности. Несмотря на это, в последнее время глобальный интерес отрасли к новым цифровым технологиям значительно вырос.

Представители индустрии гостеприимства рассматривают новые технологии и инновационные решения в сфере ИТ как значимый фактор конкурентоспособности. Согласно исследованию Национальной ассоциации рестораторов США, около 80% рестораторов считают, что новые технологии способны обеспечить рост продаж, повысить операционную эффективность и являются конкурентным преимуществом [2]. Однако признание на словах роли современных ИКТ не является ответом на вопрос о том, какие именно технологии и в каких именно бизнес-процессах обеспечивают наибольший прирост эффективности. Исследование NRA показывает степень распространенности отдельных технологий в ресторанной индустрии США [2]:

- технологии электронной обработки заказов использует 81 % компаний;

- бесплатный Wi-Fi для клиентов – 68 %;
- прием заказов онлайн – 37 %;
- прием мобильных платежей – 32 %.
- собственное мобильное приложение – 33 %.

Как можно видеть, в настоящее время компании реализуют, прежде всего, либо наиболее простые, либо наиболее необходимые технические решения, непосредственно влияющие на скорость обработки заказов. Показательно, что собственные мобильные приложения разрабатывают, прежде всего, предприятия масс-маркета, ориентированные на большой поток заказов: рестораны быстрого питания и сетевые рестораны. В отличие от них, классические рестораны и небольшие независимые предприятия используют такую возможность в 3–4 раза реже [2].

В России аналогичных масштабных исследований, посвященных технологическому обеспечению предприятий ресторанной индустрии не проводилось, однако анализ экспертных оценок позволяет выявить основные направления внедрения ИТ [4–6].

Основное внимание российские рестораторы уделяют программным решениям для автоматизации рабочих процессов, как фронт- так и бэк-офиса:

- составление и обработка заказов, в том числе приложения для официантов, а также электронные меню для клиентов;
- прием платежей и кассовое обслуживание;
- управление меню;
- управление рассадкой гостей;
- управление программами лояльности;
- интеграция с системами складского, бухгалтерского, управленческого учета;
- планирование, учет и контроль издержек, контроль работы персонала, формирование отчетов.

Второе общее направление информатизации ресторанного бизнеса – это маркетинг и взаимодействие с потребителями. Проведенное нами исследование позволило определить, какие формы принимает информатизация российских предприятий ресторанной индустрии в области взаимоотношений с клиентами (рис. 1).

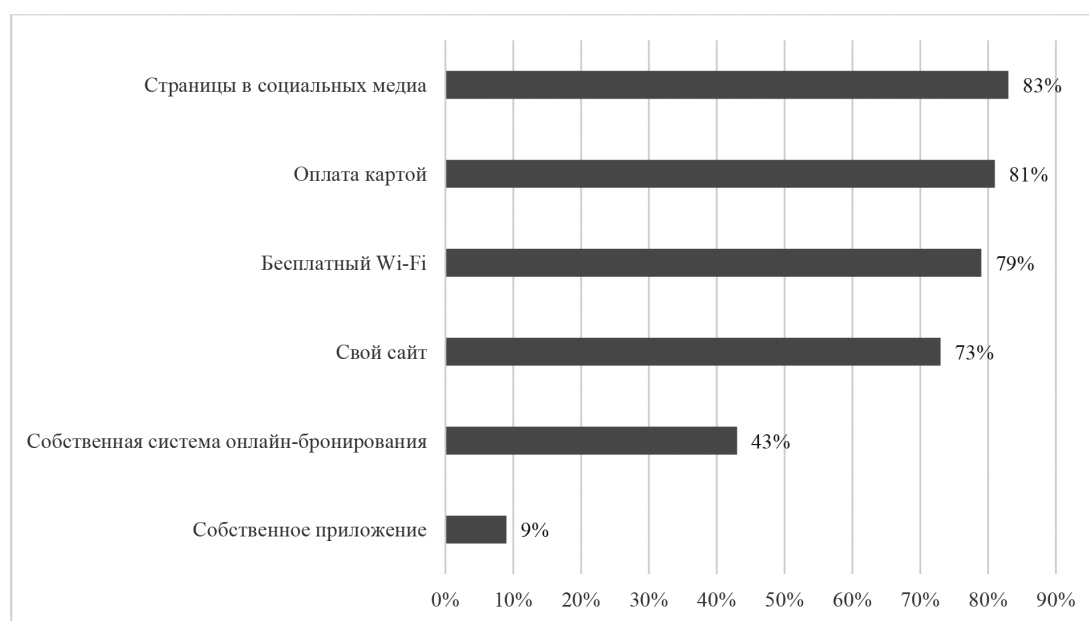


Рис. 1. Частота использования российскими предприятиями ресторанной индустрии отдельных направлений информатизации во взаимоотношениях с клиентами, % от общего числа обследованных предприятий

Полученные данные, в совокупности с результатами экспертных оценок рынка специализированного программного обеспечения показывают, что в ряде аспектов информатизации российские предприятия находятся на высоком уровне развития, сопоставимом или даже превышающем опыт США. Обработка заказов и их интеграция с системами кассового обслуживания – главное, что интересует российские компании с точки зрения автоматизации рабочих процессов. Подавляющее большинство ресторанов, баров и кафе в России также предоставляют базовую коммуникационную и платежную инфраструктуру. Бесплатный доступ в Интернет по Wi-Fi и электронные платежи доступны приблизительно в 80% обследованных точках. Это касается как Москвы, так и регионов.

Присутствие в сети Интернет для современной компании также может считаться абсолютной необходимостью. Результаты исследования показывают, что российские предприятия демонстрируют очень высокий уровень присутствия в сети Интернет даже если не учитывать размещение информации на сторонних

сервисах. Почти три четверти ресторанов в крупных городах имеют собственный сайт, хотя их функциональное наполнение может существенно различаться. Еще выше представленность в социальных сетях: 83% предприятий ведут свою страницу как минимум в одной социальной сети. Наиболее типичной является комбинация из трех соцсетей: ВКонтакте, Facebook и Instagram. При этом московские рестораны демонстрируют больший сдвиг в сторону Facebook, тогда как в регионах несколько выше частота использования ВКонтакте. Три названные сети являются абсолютными лидерами по частоте использования. Со значительным отрывом от них следуют Twitter, YouTube, Telegram, Одноклассники, Pinterest и другие сети. В случае ресторанов, входящих в сеть или группу, страницы ведутся, как правило, для всей сети.

Возможность бронирования столика или оформление заказа онлайн, используя непосредственно сервисы самого ресторана предусмотрена у 43% организаций. Это сопоставимо, и даже несколько выше, чем в исследовании NRA, хотя различия в методологии заставляют

с осторожностью относиться к такому прямому сравнению. Тем не менее очевидно, что эта функция воспринимается рестораторами как важная и востребованная. Однако ее наличие более типично для столичных заведений.

Одновременно в сравнении с результатами исследования, проведенного в США, наши данные показывают существенно меньшую активность ресторанов в разработке собственных приложений для мобильных устройств. Менее 10% российских предприятий имеют собственное приложение, что более чем в три раза меньше, чем в США. Как правило, мобильное приложение создают крупные сетевые бренды, такие как KFC, McDonalds, Додо Пицца, но иногда и независимые рестораны.

Отсутствие собственного приложения может считаться одним из главных недостатков и перспективным направлением дальнейшей информатизации для российских ресторанов. Согласно последнему исследованию распространения цифровых технологий, подготовленному компанией WeAreSocial, уровень проникновения Интернета в России составляет 76% [7]. Почти половина (49%) населения старше 13 лет являются активными пользователями социальных медиа, а среднее время, проводимое в соцсетях составляет 2,16 часа в день. Из крупных мировых платформ наиболее популярными в России являются Instagram (30% населения старше 13 лет, которое фактически может быть охвачено рекламными сообщениями) и Facebook – 11%.

С учетом наиболее популярной российской сети ВКонтакте можно заключить, что российские рестораторы верно реагируют на распространение социальных сетей, правильно их выбирают и обоснованно делают их основным каналом продвижения и взаимодействия с клиентами. Однако используемые ими маркетинговые стратегии недооценивают роль мобильных устройств в коммуникационных практиках потребителей. Порядка 40% активных пользователей социальных сетей используют для доступа к ним мобильные устройства [7]. Хотя это заметно меньше, чем в других странах (например, в США – 62%), это значительная цифра, показывающая,

что мобильные устройства становятся основным средством доступа к значимой информации. А учитывая, что порядка 58% населения страны совершают покупки онлайн, в том числе 32% – посредством мобильных устройств, и 40% интернет-пользователей используют их для банковских операций, потенциал для взаимодействия с клиентами при помощи приложений выглядит сильно недооцененным. Это подтверждает и тот факт, что уже сейчас более трети россиян (34%) используют свой телефон для платежей. Отсутствие необходимых возможностей у большинства рестораторов свидетельствует о неудовлетворенном спросе на данную услугу.

Мобильное приложение – эффективный инструмент, который способен обеспечить простой доступ клиентов к наиболее востребованным функциям. Основные функции, которые в настоящее время реализуются при помощи мобильных приложений ресторанов, включают в себя [2]:

- информацию о меню;
- бронирование, оформление заказа;
- контактную информацию;
- мониторинг и управление программой лояльности;
- выбор способов оплаты;
- информацию о составе продуктов.

Разработка собственного приложения – сравнительно недорогой способ сосредоточить доступ к основным услугам ресторана в одном месте с использованием адаптированного и удобного для пользователей интерфейса. Однако, как можно видеть, даже такой простой набор основных функций для большинства российских посетителей ресторанов пока остается практически недоступным. Среди прочего, это свидетельствует о отсутствии у многих ресторанов достаточно продуманных политик управления лояльностью клиентов, которые бы опирались не только на традиционные механизмы (карты лояльности и т.п.), но и были бы перспективно-ориентированными и интегрировали бы различные компоненты взаимоотношения с клиентами: от скидок постоянным покупателям до их удобного информирования о новостях и событиях, а также прямого взаимодействия в социальных сетях.

Таким образом, анализ имеющихся данных показывает, что в настоящее время существует определенный разрыв в паттернах фактического использования ИТ и неудовлетворенных потребностях рестораторов. Это подтверждает и исследование NRA, которое показало, что только 12% рестораторов считают, что они идут в ногу со временем в технологическом обеспечении своих операций, тогда как треть признает свое отставание [2].

Также очевидно и то, что современные российские рестораны реализуют стратегии информатизации, которые во многом являются реактивными, отвечающими на текущие и самые очевидные задачи бизнеса. Компании реализуют относительно простые технические решения в области автоматизации и управления взаимоотношениями с клиентами. При этом наиболее прорывные технологии, на которые, как предполагается, будет

сделан упор в программе развития цифровой экономики, большинство российских компаний отрасли не рассматривает как предмет сегодняшних инвестиций.

В этой связи представляет интерес перспективное видение отрасли глазами американских рестораторов. Упомянутое выше исследование NRA показало, в каких функциях и технологиях в наибольшей степени заинтересованы рестораторы. Основные технологические области ресторанного бизнеса, которые, по их мнению, требуют развития, включают в себя:

- работу с заказами (отметили 37% опрошенных);
- программы лояльности (25%);
- платежи (25%);
- роботы и автоматизация (8%) [2].

Называя конкретные технологии, которые они готовы внедрить на своем предприятии уже сейчас, рестораторы дали следующие ответы (рис. 2).

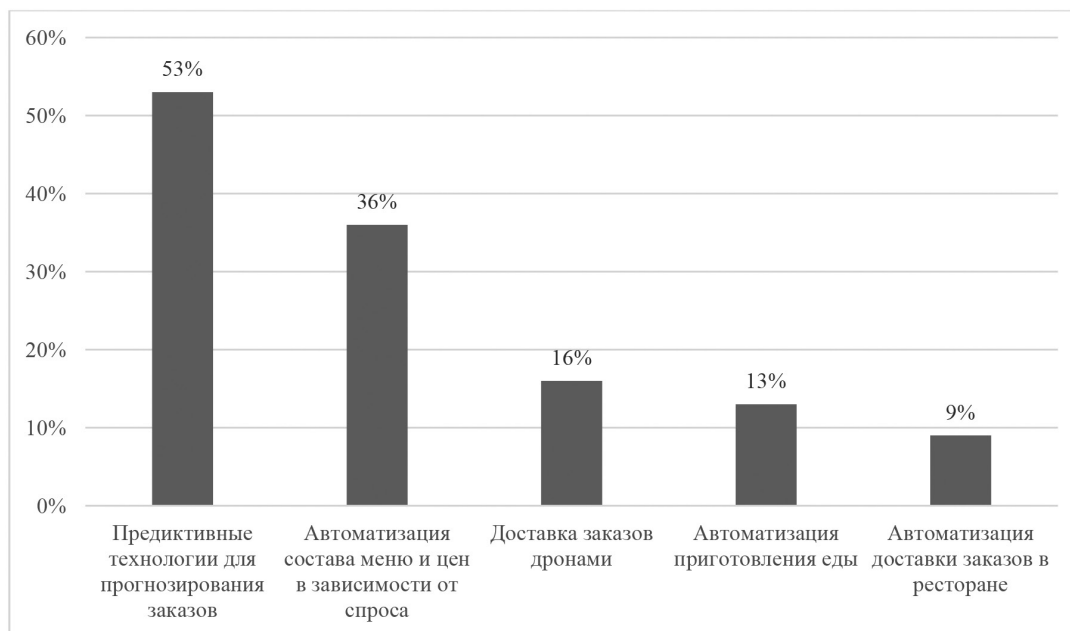


Рис. 2. Готовность к внедрению перспективных технологий ресторанного бизнеса, если бы они были представлены на рынке, % от числа опрошенных рестораторов США (Источник: NRA [2])

В России подобный запрос пока отчетливо не сформулирован, однако можно предположить, что наличие подобных решений на рынке, приемлемых по соотношению цена-качество, будет вызывать интерес и среди российских рестораторов. Проведенный нами обзор появившихся и перспективных решений показывает, что на настоящий момент наиболее востребованные мировой индустрией решения практически отсутствуют. Тем не менее уже сейчас компании, имеющие сформулированную технологическую и инновационную стратегию, способны обеспечить свою будущую конкурентоспособность за счет инвестиций в их реализацию и внедрение. Приведем несколько примеров таких перспективных технологий, в большей степени соответствующих задачам построения цифровой экономики, чем стандартный набор из электронного меню, приема банковских карт, бесплатного Wi-Fi и странички в соцсетях.

Технологии радиочастотной идентификации. Являясь одним из основных компонентов формирующегося «интернета вещей», они обладают значительным потенциалом в различных сферах ресторанного бизнеса: от складского учета и управления закупками до оптимизации логистики обслуживания клиентов непосредственно в ресторане. Примером последнего является реализованная американской сетью пиццерий PizzaRanch система идентификации столиков TableTracker [8]. Данная технология представляет собой специальное устройство, которое получает клиент, оформивший заказ. Устройство идентифицирует конкретный столик, к которому привязан заказ и позволяет персоналу отслеживать весь процесс работы над заказом. Ключевым отличием от традиционной системы отслеживания заказов, позволяющей управлять очередностью их исполнения, отслеживать время и взаимодействовать с кассой, является то, что данная технология позволяет официанту при помощи рабочего планшета быстро идентифицировать необходимый столик и ускорить процесс доставки заказа клиенту. Эта технология особенно актуальна для ресторанов с большим количеством посадочных мест и высоким потоком посетителей, для которых

сокращение времени ожидания и минимизация издержек являются ключевыми факторами конкурентоспособности.

QR-коды. Являясь уже устоявшимся стандартом маркировки товара, QR-коды сравнительно медленно проникают в ресторанную индустрию. При этом они характеризуются очень высокой скоростью обработки информации и способностью хранить большое количество ценной информации. Являясь простым двумерным изображением, QR-код может размещаться на различных типах поверхности, от упаковок продуктов и блюд до рекламных растяжек, быстро и легко считываться большинством современных мобильных устройств. QR-код позволяет одним касанием передавать клиентам ключевую информацию о ресторане, включая время работы, меню, историю, заведения [9]. С помощью QR-кода ресторан может информировать клиентов о проводимых мероприятиях, событиях, акциях, запускать действие программ лояльности, организовать обратную связь. Российский сервис Resti, например, позволяет клиенту, отсканировав QR-код непосредственно на столике, сразу попасть на страницу с описанием меню, вызвать официанта, написать отзыв, сделать заказ и оплатить счет [6].

Расширение функций мобильных платежей. Если расплачиваться банковскими картами можно в большинстве российских ресторанов, мобильные платежи пока распространены в меньшей степени. При этом использование специальных приложений не только позволяет совершать оплату быстро и удобно (эту задачу решает и обычная банковская карта), но и значительно повысить гибкость системы оплаты. Например, перспективной технологией является технология разделения чека. Реализованная в виде мобильного приложения, например, TabbedOut, она позволяет компании друзей, пришедших в ресторан, «скинуться» и разделить чек на несколько частей, без использования наличных денег, быстро и удобно [10]. Мобильный эквайринг также расширяет возможности доставки продуктов на дом, пользующиеся все большей популярностью. Например, приложение российского стартапа 2Can&iBox позволяет курьеру

принять оплату с помощью смартфона, без использования POS-терминалов [6].

Роботизация в ресторане. Использование роботов для автоматизации основных рабочих процессов непосредственно при взаимодействии с клиентами в ресторане – одна из наиболее революционных и одновременно неоднозначных инноваций. С одной стороны, прогресс в робототехнике в последние годы не вызывает сомнений, и решения в области автоматизации труда официанта уже существуют [11]. Использование роботов рассматривается как возможность значительно сократить издержки, но также обладает маркетинговым потенциалом (эффект новизны) и позволяет привлечь новые целевые сегменты. Использование роботов также позволяет снять проблему выгорания и стрессов обслуживающего персонала. Однако с другой стороны, установки в отношении замены человеческого обслуживания роботами крайне неоднозначны и могут встретить отторжение. Правда, как показывает проведенное на Тайване исследование, при правильном подходе к разработке поведенческих алгоритмов и интерфейса формирование позитивной установки в отношении роботов вполне возможно, особенно если оно подкрепляется высоким качеством обслуживания [12].

Значительный интерес для ресторанной индустрии представляют и другие перспективные технологии. По мере цифровизации взаимодействия ресторанов и клиентов все большее значение, очевидно, будут иметь аналитические системы, основанные на технологиях «Больших данных». Широко распространенные в ритейле, банковской системе и телекоме, они пока сравнительно мало используются ресторанами, за исключением крупных сетей с большой клиентской базой. Однако по мере увеличения цифровых контактов и небольшие рестораны смогут воспользоваться преимуществами аналитических и предиктивных технологий, выводя их на аутсорсинг специализированных компаний. Также можно ожидать дальнейшего развития облачных сервисов для ресторанов. Они позволяют использовать более качественные и продвинутое решения без привлечения дорого-

стоящего штата ИТ-специалистов, надежно хранить и анализировать большие объемы данных. Однако использование этих и других перспективных технологий требует осознанного включения элементов цифровизации в стратегию развития ресторана и становления соответствующей культуры как персонала, так и потребителей.

Заключение

Цифровая экономика, рассматриваемая российским правительством как приоритетное направление социально-экономического развития, предполагает не просто развитие ИТ-инфраструктуры, но и изменение повседневных практик как бизнеса, так и потребителей. Ресторанная индустрия, изначально не являясь высокотехнологичной отраслью, в настоящее время открывает перед собой революционный потенциал новых цифровых технологий, позволяющих автоматизировать рабочие процессы, значительно расширить качество и ассортимент услуг, повысить операционную эффективность. В настоящее время этот потенциал реализован лишь в незначительной мере. Информатизация ресторанного бизнеса, как в России, так и в мире, основана на сравнительно небольшом числе технических решений, затрагивающих обработку заказов, их интеграцию с управленческими системами организации, а также распространение маркетинговой информации в сети Интернет и социальных медиа. Перспективные направления дальнейшей цифровизации, нуждающиеся в отслеживании и принятии соответствующей стратегии, основаны на более сложных решениях, включая технологии интернета вещей, аналитики больших данных, робототехники, мобильных платежей и других мобильных технологий. В краткосрочной перспективе, одним из наиболее перспективных инновационных решений для российских предприятий ресторанного бизнеса является разработка собственных мобильных приложений, интегрирующих наиболее востребованные для клиентов функции и создающие условия для повышения лояльности потребителей и информированности маркетинговой политики.

Библиографический список

1. Цифровая экономика Российской Федерации: Программа. Утв. Распоряжением Правительства РФ от 28.06.2017 г. № 1632-п. – URL: <http://static.government.ru/media/files/9gFM4FHj4PsB79I5v7yLVuPgu4bvR7M0.pdf>.
2. Mapping the Technology Landscape // National Restaurant Association. – <https://www.restaurant.org/research/reports/mapping-restaurant-technology-landscape> (Датаобращения: 26.02.2019).
3. Information and Communication Technologies in Tourism 2019 // Proceedings of the International Conference in Nicosia, Cyprus, Jan. 30 – Feb. 1, 2019. – Cham: Springer, 2019.
4. Автоматизация ресторана: 24 интересных инструмента // Хабр. – 25.05.2015. – URL: <https://habr.com/ru/post/258679>. (Дата обращения: 24.02.2019).
5. Программы для кафе, баров и ресторанов // LiveBusiness. – URL: <http://www.livebusiness.ru/tools/restoran>. (Дата обращения: 24.02.2019).
6. Семенихин В. 10 лучших российских сервисов для ресторанов / Rusbase. – 27.05.2016. – URL: <https://rb.ru/opinion/best-for-restaurants>. (Дата обращения: 24.02.2019).
7. Global Digital Report 2019 // We Are Social. – URL: <https://wearesocial.com/global-digital-report-2019> (Датаобращения: 26.02.2019).
8. Назад в будущее: 6 инновационных технологий, меняющих ресторанную индустрию // Хабр. – 17.12.2015. – URL: <https://habr.com/ru/company/jowi/blog/388133>. (дата обращения: 20.02.2019).
9. Инновации в ресторанном бизнесе // BazaIdel. – 29.07.2016. – URL: <http://bazaidei.ru/innovacii-v-restorannom-biznese>. (Дата обращения: 20.02.2019).
10. Hawley K. Restaurant Tech trends: streamlined payment apps, on-demand explodes + more // Food Tech Connect. – 09.06.2015. – URL: <https://foodtechconnect.com/2015/06/09/restaurant-tech-trends-streamlined-payment-apps-on-demand-food-delivery-explodes>. (Датаобращения: 20.02.2019).
11. Huang G.S., Lu Y.J. To build a smart unmanned restaurant with multi-mobile robots // 2017 International Automatic Control Conference. – IEEE, 2017. – P.1–6.
12. Lee W.-H. A technology acceptance model for the perception of restaurant service robots for trust, interactivity, and output quality // International Journal of Mobile Communications. – 2018. – Vol. 16. – P. 361–376.

УДК 330.101.541

Боголюбова Н.П., Никитин М.В.

ФГАОУ ВО «Уральский федеральный университет им. первого Президента России Б.Н. Ельцина», Екатеринбург, e-mail: ginger1611@yandex.ru; mihailnikitin1993@yandex.ru

РЕГИОНАЛЬНАЯ СПЕЦИФИКА ВЗАИМОСВЯЗЕЙ ПОТРЕБЛЕНИЯ ДОМАШНИХ ХОЗЯЙСТВ И ЭКОНОМИЧЕСКОГО РАЗВИТИЯ В СОВРЕМЕННОЙ РОССИИ

В статье рассматривается зависимость потребительских расходов домашних хозяйств от уровня экономического развития в разрезе регионов страны. Неоднородность регионального развития в России предопределила необходимость проведения кластерного анализа с применением переменных, отражающих уровень социально-экономического развития, уровень жизни населения и уровень дифференциации доходов населения в регионе. Гипотеза тестировалась на кластере, в который вошла Свердловская область. На основе квартальных данных микроэкономических обследований бюджетов домашних хозяйств авторами были получены оценки склонности к потреблению для всех децильных групп каждого региона, входящего в выбранный кластер. Проверялась гипотеза о снижении склонности к потреблению по мере повышения уровня дохода домашних хозяйств, обусловленного увеличением ВРП. В результате моделирования указанной зависимости гипотеза нашла подтверждение для первых семи децильных групп. Кроме того, были выявлены экономические параметры, предопределяющие региональные особенности в динамике склонности к потреблению, и факторы, оказывающие воздействие на предпочитаемые сценарии потребительского поведения домашних хозяйств на уровне региона. Авторы предлагают ряд мер, реализация которых приведет к сглаживанию региональных диспропорций в уровнях жизни населения регионов России и будет способствовать увеличению объема личных сбережений.

Ключевые слова: потребление домашних хозяйств, текущий располагаемый доход, потребительские расходы, эластичность потребления

Bogolyubova N.P., Nikitin M.V.

Ural Federal University named after the first President of Russia B.N. Yeltsin, Yekaterinburg, e-mail: ginger1611@yandex.ru; mihailnikitin1993@yandex.ru

REGIONAL SPECIFICITY OF THE RELATIONSHIPS OF HOUSEHOLD CONSUMPTION AND ECONOMIC DEVELOPMENT IN MODERN RUSSIA

The article discusses the dependence of households' consumer spending on the level of economic development in the regions of the country. The heterogeneity of regional development in Russia predetermined the necessity of cluster analysis applying variables reflecting the level of socio-economic development, the standard of living of the population and the level of income differentiation in the region. The hypothesis was tested on a cluster that included the Sverdlovsk region. Based on quarterly data from microeconomic surveys of household budgets, the authors obtained assessment of marginal propensities of consumption for all decile groups of each region included in the selected cluster. Authors tested the hypothesis of decreasing in the propensity of consumption with increasing household income due to increase in GRP. Because of modeling dependence of the propensity of consumption on the income level, the hypothesis was confirmed for the first seven decile groups. In addition, authors identified economic parameters, which predetermine regional patterns in the dynamics of propensity of consumption and factors, which affected the preferred scenarios of consumer behavior of households at the regional level. The authors propose several approaches, the implementation of which will lead to a smoothing of regional disproportions in the living standards of the population of the regions of Russia and will contribute to an increase in personal savings.

Keywords: Household consumption, current disposable income, consumer spending, elasticity of consumption.

Введение

Российская экономика, структурные проблемы которой стали очевидны уже к 2013 году, в последние пять лет нахо-

дится под перманентным санкционным давлением. Экономическим агентам сложно получить доступ к мировым финансовым рынкам с относительно недорогими заемными денежными ресур-

сами. Приток иностранного капитала и прямые иностранные инвестиции, как показывает опыт последнего времени, не стали драйверами развития деловой активности. Высокая доля изношенного (физически и морально) основного капитала сдерживает экономический рост в стране. Необходимость модернизации запаса основного капитала, реализация инвестиционных проектов по созданию современных производств требуют значительных денежных вливаний. В таких условиях основным источником инвестиций в реальные активы представляются внутренние сбережения, в первую очередь, – «длинные деньги» сектора домашних хозяйств. Сбережения и личные потребительские расходы имеют один и тот же источник – личный располагаемый доход. Очевидно, что факторы, оказывающие воздействие на объем потребления сектора домохозяйств, будут значимы и для сбережений. Выявление факторов потребления (доходных и недоходных), тенденций в изменении личных потребительских расходов одновременно позволяет объяснить и динамику сбережений.

Следует отметить, что проблема оценки факторов, влияющих на изменение сценариев (моделей) потребительского поведения домашних хозяйств и объемов личных потребительских расходов в условиях отсутствия высококачественной оценки совокупного потребления в региональном аспекте остается актуальной. Кроме того, макроэкономический анализ зачастую дает несколько искаженную картину, базируясь на агрегированных данных, которые, в свою очередь, формируются на базе средних, а не медианных показателей. Авторы предприняли попытку провести исследование зависимости потребительских расходов от дохода на основе доступных микроэкономических данных. Анализ осуществлялся в разрезе регионов, под которыми понимались субъекты Российской Федерации.

Также принималось в расчет, что в структуре совокупного спроса, как на макро-, так и на мезоуровнях экономики потребление домашних хозяйств (или, личные потребительские расходы) занимает значительную долю. Поскольку для потребления домашних хозяйств

характерен проциклический характер, даже самые незначительные изменения в потреблении домашних хозяйств могут оказывать существенное влияние на развитие региональной экономики; изменить размер накопленных сбережений и их динамику.

Планируемые сектором домашних хозяйств расходы играют значительную роль в формировании конъюнктуры потребительских рынков. Как следствие, структура потребительских расходов предопределяет динамику спроса на продукцию отдельных отраслей экономики. Таким образом, с одной стороны, потребительские расходы оказывают воздействие на показатели экономического роста в регионе, с другой – сценарии потребительского поведения домашних хозяйств зависят от состояния развитости национальной и региональной экономики.

С учетом высокого расслоения общества по располагаемому доходу и неравномерности экономического развития регионов России, актуальным становится исследование факторов, которые оказывают влияние на тип потребительского поведения домашних хозяйств. Кроме того, значительная часть расходов домашними хозяйствами производится в местах их проживания, определяется условиями жизнедеятельности домохозяйств с привязкой к местности, что обуславливает ярко выраженный региональный характер факторов потребления и сбережений.

Цель исследования. При изучении потребительского поведения домашних хозяйств в современной России в региональном аспекте необходимо учитывать как пространственно-региональные факторы, так и возможную неоднородность уровней потребительских расходов среди домашних хозяйств с различным располагаемым доходом. Именно поэтому основными целями данной работы являлись: оценка степени зависимости потребительских расходов домашних хозяйств от объемов регионального производства; проверка возможности использования макроэкономических моделей потребления домашних хозяйств на мезоуровне экономики и на уровне децильных групп населения, выделяемых по располагаемому доходу.

На основе теоретического анализа были сформулированы гипотезы, которые предполагалось принять или опровергнуть в ходе эмпирического анализа, базирующегося на эконометрических моделях. Тестируемые гипотезы:

- динамика потребительских расходов в текущем периоде зависит от изменений в располагаемом доходе предшествующих периодов, определяемых изменениями в региональном ВРП: объем личных потребительских расходов в регионе тем больше, чем выше темп роста регионального ВРП;
- потребительские расходы на уровне децильных групп домашних хозяйств зависят от уровня располагаемого дохода: по мере увеличения дохода наблюдается снижение склонности к потреблению у домашних хозяйств;
- динамика эластичности потребительских расходов по доходу позволяет выявить тип потребительского и сберегательного поведения, характерного для различных бюджетных групп населения и конкретного региона.

Материал и методы исследования

Основанием для формулировки тестируемых гипотез послужили работы, ставшие классическими: макроэкономическая теория потребления Дж. М. Кейнса (1936) [1]; модель межвременного выбора И. Фишера (1930) [2]; концепция перманентного дохода М. Фридмана (1957) [3]; гипотеза жизненного цикла Ф. Модильяни (1963 и др.), а также современные модели, сформировавшиеся в рамках объединенной концепции, получившей название «гипотеза перманентного дохода – жизненного цикла» (Permanent Income Hypothesis – Life Cycle Hypothesis, PIH-LCH). В частности, для построения модели были применены идеи К. Писсаридеса (1978) [4], Э. Холла (1978, 1982) [5, 6], Дж. Паркера (2005) [7] и др.

В качестве эмпирической базы исследования использовались квартальные результаты микроэкономических обследований бюджетов домашних хозяйств (ОБДХ) Российской Федерации за период с 2003 по 2015 гг., официальные данные Федеральной службы государственной статистики [8] и официальные данные Банка России [9].

База данных ОБДХ охватывает незначительную часть генеральной совокупности домашних хозяйств в РФ, однако на основе ее данных можно получить представление об использовании располагаемого дохода на цели потребления. В выборку за указанный временной интервал включалось от 44,7 тыс. до 52,1 тыс. домашних хозяйств; средний объем выборки – 49,8 тыс. домохозяйств по всем обследованным регионам страны. Было опрошено в среднем по 670 домохозяйств в каждом из субъектов РФ.

Таким образом, было принято решение о необходимости сравнения результатов тестирования выдвинутых гипотезы на мезо- и макроуровнях экономики для получения более достоверных результатов.

Для сохранения репрезентативности данных в выборке, было принято решение не включать в исследование результаты обследований домашних хозяйств по регионам, численность опрошенных домашних хозяйств по которым была значительно ниже среднего по РФ. К таким регионам были отнесены 7 субъектов РФ: Чукотский автономный округ, Еврейская автономная область, Республика Ингушетия, Ненецкий автономный округ, Ханты-Мансийский автономный округ, Чеченская Республика, Ямало-Ненецкий автономный округ. Кроме того, из-за наличия данных только с 2014 г. из выборки были исключены Республика Крым и г. Севастополь. Таким образом, для дальнейшего анализа были отобраны данные по 76 субъектам РФ.

Неоднородность регионов по уровню жизни населения, уровню экономического развития, обеспеченности социально-экономической инфраструктурой, условиям жизнедеятельности населения предопределила необходимость проведения кластерного анализа. Кластерный анализ проводился по методу *Ward* (количество кластеров определялось по методу Халински).

Тестирование сформулированных гипотез проходило в несколько этапов:

- выделение кластеров и анализ однородности регионов внутри кластера на основе выбранных показателей (официальные данные Росстата [8]), определение регионов-лидеров по уровню жизни и регионов-аутсайдеров;

- построение эконометрической модели, позволяющей оценить зависимость изменений в потреблении от изменений в ВРП в регионах одного из полученных кластеров (с учетом временных лагов);

- построение модели зависимости потребления домашних хозяйств от ВРП по децильным группам населения по каждому региону, позволившей протестировать гипотезу о снижении склонности к потреблению по мере увеличения дохода домашнего хозяйства.

Результаты исследования и их обсуждение

На первом этапе были выделены параметры для сравнительного анализа регионов, включаемых в выборку в целом, и последующего выделения кластеров. В качестве таковых использовались: ВРП на душу населения, уровень жизни населения (прожиточный минимум, уровень номинальной заработной платы, среднедушевого дохода к величине прожиточного минимума), уровень дифференциации доходов населения в регионе (коэффициент Джини). В табл. 1 представлены средние, максимальные и минимальные значения указанных параметров в 2016 году. Данные табл. 1 свидетельствуют о существенном разбросе показателей по регионам.

Результатом кластерного анализа стало выделение 8 кластеров субъектов РФ. Дальнейший анализ строился на данных регионов, входящих в один кластер со Свердловской областью – домашним регионом авторов статьи. В данный кластер вошли 10 субъектов федерации: Калужская область, Красноярский край, Московская область, Нижегородская область, Пермский край, Республика Татарстан, Самарская область, Свердловская область, Тульская область и Ярославская область.

Регионы, вошедшие в изучаемый кластер, имеют существенные различия в показателях, на основе которых производилась кластеризация. Данные представлены в табл. 2.

По ключевому макроэкономическому показателю – ВРП на душу населения – в 2016 году лидировал Красноярский край. За ним расположились Республика Татарстан, Московская область, Свердловская область, Пермский край. По среднедушевым денежным доходам безусловным лидером в 2016 году стала Московская область (41 184 руб.), что может быть связано с кратковременной трудовой миграцией жителей Московской области в столицу. Здесь также зафиксирована самая высокая номинальная заработная плата. Лидером по соотношению среднедушевого дохода к ве-

Таблица 1

Параметры, характеризующие неоднородность социально-экономического развития регионов Российской Федерации в 2016 г.

	ВРП на душу населения, руб.	Величина прожиточного минимума, руб.	Номинальная заработная плата по полному кругу организаций, руб.	Отношение среднедушевого дохода к величине прожиточного минимума	Коэффициент Джини
В среднем по РФ	472 162	9 691	36 709	370,4	0,414
Минимальное значение среди субъектов РФ	Республика Ингушетия	Республика Мордовия	Республика Дагестан	Республика Калмыкия	Республика Крым
	106 757	7 776	20 629	169,2	0,333
Максимальное значение среди субъектов РФ	Ненецкий АО	Камчатский край	Чукотский АО	Чукотский АО	г. Москва
	5 821 560	19 451	86 647	492,6	0,421

личине прожиточного минимума является Республика Татарстан. Включенные в кластер регионы оказались однородны по таким дополнительным показателям как уровень урбанизации, количество собственных легковых автомобилей на 1000 чел. населения и ряду других.

структурных объектов к проведению Всемирной летней Универсиады в Казани в 2013 г. и объектов для игр FIFA World Cup в 2018 г.

Детальный анализ совокупности ключевых экономических показателей для вошедших в кластер регионов по-

Таблица 2

Социально-экономические показатели субъектов РФ,
входящих в изучаемый кластер, в 2016 г.

	ВРП на душу населения, руб.	Величина прожиточно- го миниму- ма, руб.	Номинальная зарботная плата по полному кругу организаций, руб.	Отношение среднедуше- вого дохода к величине прожиточного минимума	Коэффициент Джини
Калужская об- ласть	368 913	9 349	31 667	336,6	0,379
Красноярский край	615 804	10 821	38 474	294,1	0,400
Московская область	483 683	11 021	42 656	413,6	0,398
Нижегородская область	363 328	8 639	28 399	384,3	0,403
Пермский край	414 419	9 594	30 651	322,2	0,414
Республика Татарстан	499 779	8 108	30 224	465,9	0,414
Самарская об- ласть	397 857	9 664	28 295	310,1	0,394
Свердловская область	456 860	9 973	32 348	376,8	0,410
Тульская об- ласть	344 487	9 035	29 402	341,4	0,375
Ярославская область	369 540	8 903	28 520	330,9	0,385

Регионы, включенные в кластер, рассматривались также с позиций наличия инфраструктуры, в частности – автомобильных дорог с твердым покрытием. Самая высокая плотность автомобильных дорог общего пользования с твердым покрытием в 2016 г. была характерна для Республики Татарстан и Московской области. Для последней высокий показатель объясняется пространственным расположением – близостью к федеральному центру и предоставлением субурбанистических услуг для крупнейшего мегаполиса страны. Среди основных причин высоких показателей для Республики Татарстан можно отметить инвестиционные потоки в регион, связанные со строительством инфра-

казывает, что по мере удаления региона от центральной части России дифференциация всех показателей усиливается: чем восточнее расположен регион, тем ниже уровень экономического развития и обеспеченность инфраструктурой; значительнее и дифференциация доходов домашних хозяйств в разрезе децильных групп. Это свидетельствует о наличии серьезных диспропорций в уровнях экономического развития регионов страны, в том числе – в рамках выделенного кластера.

На втором этапе была построена эконометрическая модель, на основе которой проводился анализ зависимости потребления домашних хозяйств от уровня ВРП на душу населения. Изначально

выдвигалась гипотеза о том, что уровень потребления домашних хозяйств может зависеть от уровня регионального экономического развития (через показатель ВРП) с лагом в несколько периодов: изменение динамики потребления домашних хозяйств является результатом изменений в региональном развитии субъекта РФ в предшествующие периоды времени. Именно поэтому для каждого субъекта РФ было проведено моделирование функциональной зависимости изменения потребительских расходов домашних хозяйств (данные ОБДХ) от изменения ВРП на душу населения:

$$\Delta C_t = f(\Delta Y_{t-k}), \quad (1)$$

где ΔC_t – изменение потребительских расходов в период t ; ΔY_{t-k} – изменение ВРП на душу населения в период $(t - k)$; k – длина лага (от 0 до 4 кварталов).

Моделирование производилось на панельных данных, где в качестве пространственной переменной было выбрано распределение домашних хозяйств по располагаемым доходам с разбивкой по децильным группам. Среди возможных спецификаций эконометрических моделей была выбрана логарифмическая модель вида:

$$\lg C_t = a + b \lg Y_{t-k}, \quad (2)$$

где a – константа; b – коэффициент эластичности потребления по ВРП.

Коэффициент эластичности потребления по ВРП представляет собой произведение предельной склонности к потреблению по ВРП и средней склонности к потреблению по ВРП и показывает процентное изменение среднедушевых потребительских расходов в период t в ответ на однопроцентное изменение ВРП на душу населения в период $t-k$. Учитывая высокую корреляцию показателей объемов выпуска и личных располагаемых доходов домохозяйств, в условиях отсутствия открытых высокочастотных данных о личном располагаемом доходе домашних хозяйств в регионах, авторы рассматривают полученный показатель в качестве оценочного для определения динамики склонности к потреблению по доходу. Авторы учитывают возможное искажение фактических оценок склонности к потреблению домашних хозяйств в результате

такого рода допущений при проведении регрессионного анализа. Однако в исследовании не интерпретируются значения коэффициента b , на его основе осуществляется сравнение регионов и децильных групп в терминах «выше» или «ниже» (акцент сделан на порядке, а не на значении).

В ходе исследования было построено 40 моделей: для каждого из 10 субъектов РФ с включением лагов с порядком от 0 до 4. При моделировании в качестве располагаемого дохода домашних хозяйств использовался показатель ВРП на душу населения. Присутствие в структуре располагаемого дохода домашних хозяйств нерегистрируемого дохода занижает оценки дохода домашних хозяйств при использовании в качестве таковых среднемесячной номинальной начисленной заработной платы или среднедушевого дохода.

Результаты моделирования на панельных данных показали, что коэффициенты при переменной ВРП на душу населения во всех моделях оказались значимыми, но коэффициент детерминации оказался выше для моделей с включением лага в один период. Следовательно, домохозяйства изменяют потребительские расходы, оценив устойчивость изменения регионального выпуска (и дохода) уже через один квартал.

Анализ построенной эконометрической модели на панельных данных со случайными эффектами показал, что существует функциональная зависимость потребительских расходов от уровня ВРП за предыдущий квартал для каждого из 10 регионов из кластера (см. табл. 3).

В результате моделирования самая высокая эластичность потребительских расходов по ВРП (оценка склонности к потреблению) обнаружена в Нижегородской области. Интересным является тот факт, что оценка склонности к потреблению в Красноярском крае сопоставима с оценкой склонности к потреблению в Московской области – в регионах с существенными различиями в уровнях социально-экономического развития. Возможным объяснением может быть увеличение дохода в Красноярском крае за счет инвестиций, обусловленных строительством объектов в рамках Универсиады 2019 г. в Красноярске.

Таблица 3

Результаты моделирования зависимости потребления от уровня ВРП в регионах кластера: панельные данные со случайными эффектами

Регион (субъект федерации)	Константа	Коэффициент эластичности	Стандартная ошибка
Калужская область	-0.20	0.72	0.03
Красноярский край	-3.85	1.00	0.04
Московская область	-1.58	0.81	0.01
Нижегородская область	-6.05	1.18	0.03
Пермский край	-5.26	1.10	0.06
Республика Татарстан	-4.53	1.02	0.039
Самарская область	-5.39	1.12	0.028
Свердловская область	-2.49	0.88	0.054
Тульская область	-4.58	1.09	0.05
Ярославская область	-4.10	1.02	0.022

По мере удаления регионов от столицы склонность к потреблению домашних хозяйств увеличивается. Это закономерно, поскольку наблюдается снижение среднедушевых доходов в восточных регионах по сравнению с федеральным центром. Таким образом, предположение о зависимости склонности к потреблению от уровня дохода (зависимости эластичности потребительских расходов по ВРП) подтверждается.

Результаты моделирования на панельных данных свидетельствуют о справедливости изначально выдвинутой гипотезы: эластичность потребительских расходов по ВРП зависит от динамики регионального ВРП в предшествующем периоде.

На третьем этапе исследования проверялась гипотеза о снижении склонности к потреблению по мере роста дохода у домашних хозяйств. Для этого были

сгенерированы оценки склонностей к потреблению для каждой децильной группы по каждому региону (100 моделей оценивались линейно по методу МНК, с исправлением стандартных ошибок для устранения автокорреляции (см. рис.1)). Анализ результатов моделирования, представленный на рис. 1, позволяет утверждать, что гипотеза о снижении склонности к потреблению с ростом дохода не подтверждается по ряду регионов: Самарская область (6–10 децильные группы), Свердловская область (8–10 децильные группы), Нижегородская область (6–10 децильные группы), Красноярский край (9–10 децильные группы), Тульская область (8–10 децильные группы), Республика Татарстан (8–10 децильные группы). Т. е., для 7–10 децильных групп большинства регионов кластера гипотеза не подтвердилась.

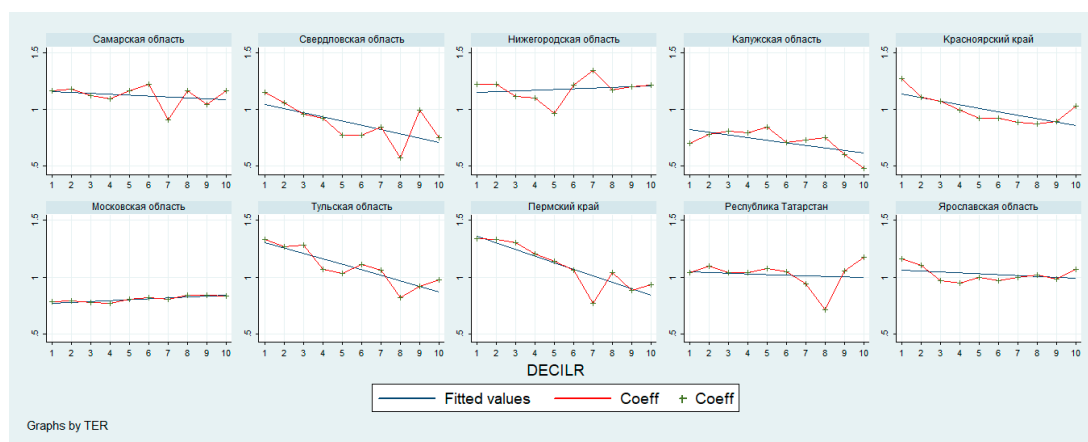


Рис. 1. Результаты моделирования склонностей к потреблению по регионам (для всех децильных групп)

Возможной причиной в преломлении тенденции в изменении склонности к потреблению для высокодоходных децильных групп является разнородность мощности выборки: домашние хозяйства 8–10 децильных групп наименее активно принимали участие в опросе (в среднем количество опрошенных домашних хозяйств последних трех децильных групп в два раза меньше, по сравнению с представителями домашних хозяйств первых 7 децильных групп). Следовательно, сравнение полученных результатов на подвыборках (1–7 децильные группы и 8–10 децильные группы) не совсем корректно. Для обеспечения чистоты эксперимента авторы исключили из анализа наблюдения по трем высокодоходным децилям.

Результаты моделирования склонностей к потреблению домашних хозяйств для первых семи децильных групп показывают, что рассматриваемые в рамках кластера регионы отличаются друг от друга (см. рис. 2). Сравнимый наклон линии тренда изменения склонности к потреблению по мере роста дохода наблюдается в Свердловской области, Пермском крае, Тульской области и Красноярском крае.

При этом для ряда регионов (Московская область, Калужская область, Республика Татарстан, Нижегородская область) отмечается положительный наклон линии тренда или незначительный наклон. Возможная причина может состоять в региональной специфике формирования ВРП. Для Московской области и Республики Татарстан объяснением может служить высокий уровень инвестиционных вливаний в регион, обуславливающий сглаживание различий в уровнях доходов различных бюджетных групп; высокие жизненные стандарты, включающие создание разветвленной транспортной и иной инфраструктуры; формирование научного кластера; а для Республики Татарстан также – наличие предпочтений, обусловленных национальным составом населения. Для Калужской области также характерен высокий инвестиционный поток в регион, связанный с развитием автомобильного кластера.

На заключительном этапе исследования авторы рассматривались сценарии потребительского поведения, характерные для изучаемых регионов, через призму трендов, выявленных при эконометрическом анализе.

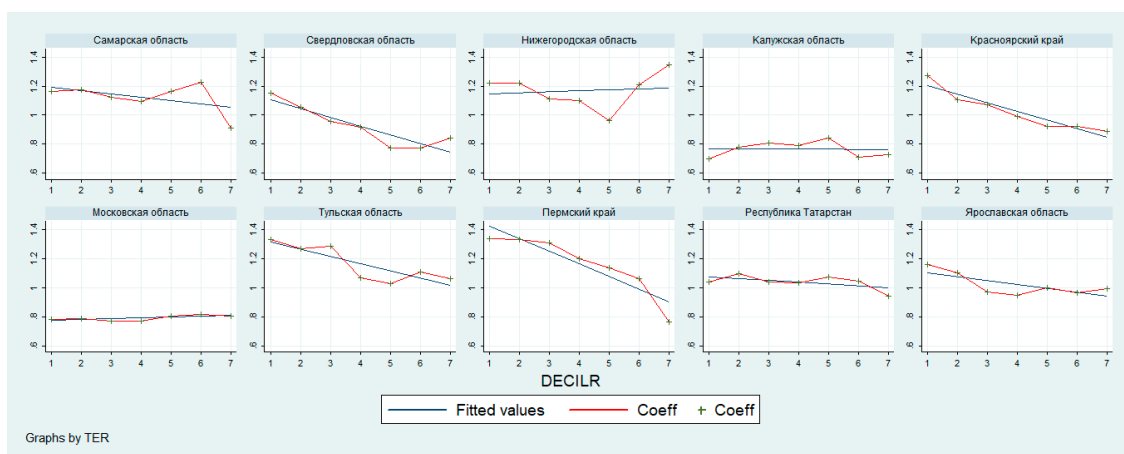


Рис. 2. Результаты моделирования склонностей к потреблению по регионам (для первых семи децильных групп)

Под сценарием (моделью) потребительского поведения авторы понимают деятельность домашних хозяйств, связанную с принятием и реализацией решений о размере и структуре потребительских расходов. Избранный репрезентативным домашним хозяйством сценарий потребительского поведения предопределяет и тип сберегательного поведения сектора домохозяйств как на мезоуровне экономики (на уровне региона), так и на макроуровне.

Авторами выделены следующие четыре типа потребительского поведения и соответствующие им типы сберегательного поведения: (1) модель потребления, опережающего доход, и осознанные отрицательные сбережения; (2) отложенное потребление и вынужденные (положительные) сбережения; (3) «жизнь по средствам» и нулевые сбережения; (4) «стратегия выживания» и вынужденные отрицательные сбережения.

Закономерности в потребительском поведении таковы: чем выше жизненные стандарты населения региона, тем значительнее расходы домохозяйств на приобретение потребительских благ. При этом объем накопленных сбережений в регионе может как увеличиваться (высокодоходные регионы), так и уменьшаться, вплоть до отрицательных значений (регионы с низкими показателями объема выпуска и дохода). Важным фактором представляется величина накопленного богатства, определяемая доходами предшествующих периодов.

В регионах с традиционно высоким уровнем доходов и значительным размером накопленного богатства (реальные и финансовые активы) мотивация к сбережениям ослабевает. Население переключается на потребление благ, относимых к предметам роскоши; формируется гедонистическая модель потребления; домохозяйства сберегают по остаточному принципу. Такой сценарий потребительского поведения в исследуемой выборке характерен, вероятно, для Московской области и – в несколько меньшей степени – для Калужской области и Республики Татарстан.

Результаты моделирования зависимости потребления от дохода для Нижегородской области позволяют предположить, что для домохозяйств данного ре-

гиона характерна модель потребления, опережающего доход, о чем свидетельствует самая высокая эластичность потребительских расходов по ВРП. Сектор домохозяйств региона находится на стадии формирования запаса реальных активов.

В Свердловской и Ярославской областях наблюдается снижение склонности к потреблению по мере увеличения дохода, что способствует увеличению накопленных сбережений.

Для сектора домохозяйств Красноярского края (высокий уровень номинальной заработной платы при относительно низком коэффициенте соотношения среднедушевого дохода и величины прожиточного минимума) характерна модель отложенного потребления; сбережения осуществляются осознанно.

Несколько противоречиво выглядит тренд для Тульской и Самарской областей (регионы с низкими уровнями номинальной заработной платы), где положительный тренд эластичности потребительских расходов по доходу положителен для среднедоходных групп населения. Объяснение можно найти в низком стартовом уровне доходов и накопленного богатства. Формирование запаса реальных активов находится на начальном этапе и доступно для среднедоходных категорий населения.

Общероссийским трендом в конце 2018 – начале 2019 г. является распространение «стратегии выживания» и, как следствие, увеличение отрицательных сбережений. Сектор домохозяйств, столкнувшись с устойчивым снижением реальных доходов, в попытках сохранения жизненных стандартов на приемлемом уровне начинает конкурировать за временно свободные денежные средства с предпринимательским сектором. Сформировавшаяся тенденция представляется опасной для экономики страны.

Проведенное исследование подтвердило неоднородность в развитии регионов, близких по уровню среднемесячной номинальной начисленной заработной платы и коэффициенту Джини.

Приходится констатировать, что для Российской Федерации в современных условиях характерны: значительная дифференциация уровней социально-экономического развития регионов; по-

ляризация доходов различных бюджетных групп населения; существенное расхождение в преобладающих в регионе моделях потребительского и сберегательного поведения и, как следствие, в объемах накопленного богатства. При этом диспропорции с течением времени не нивелируются, а усугубляются. Усиление неравномерности регионального развития приводит к маргинализации регионов с низким уровнем ВРП и среднедушевых доходов; созданию очагов социальной напряженности в регионах и формированию протестной активности населения. Усиливаются центростремительные тенденции в миграционных потоках и, как следствие, происходит «оголение» восточных приграничных регионов, что крайне опасно с геополитической точки зрения.

Для преодоления подобных диспропорций и неравномерности регионального развития необходима реализация основополагающих принципов бюджетного федерализма. В частности, требуется изменение пропорции распределения налоговых поступлений в пользу регионов: налоги должны уплачиваться и преимущественно использоваться там, где формируется налогооблагаемая база.

Преодоление региональных диспропорций возможно при реализации государственной программы поддержки регионов догоняющего развития, включая специальные меры для населения с низким и средним уровнем доходов.

Значительные разрывы в уровнях доходов домашних хозяйств может выступить замена плоской шкалы налогообложения прогрессивным подоходным налогом и освобождение от уплаты подоходного налога домохозяйств со среднедушевым доходом ниже регионального прожиточного минимума.

Заключение

Подводя итоги, можно сделать заключение, что потребление домашних хозяйств зависит от темпа роста регионального ВРП на душу населения за предыдущий квартал во всех регионах рассматриваемого кластера. Гипотеза о снижении склонности к потреблению домашних хозяйств по мере роста уровня дохода в ходе исследования подтвердилась только для первых семи децильных групп по большинству рассматриваемых регионов. Для 8–10 децильных групп выдвинутые изначально гипотезы не подтвердились. Одной из причин может являться незначительное количество домохозяйств этих децильных групп в проведенных обследованиях.

Таким образом, положения кейнсианской макроэкономической теории потребления справедливы по отношению к условиям современной российской экономики; гипотеза о типе зависимости склонности к потреблению от уровня дохода подтверждается для мезоуровня экономики и групп домохозяйств с низким и средним уровнем дохода.

Выявлена взаимосвязь между уровнем социально-экономического развития региона и типом потребительского поведения, подтвержденная выявленной динамикой склонности к потреблению для различных децильных групп.

Более четкую картину в отношении типичного для региона сценария потребления домашних хозяйств авторы предполагают получить на основе углубленного исследования, предполагающего анализ таких параметров как удаленность от федерального центра, развитость транспортной инфраструктуры, запас человеческого капитала, наличие крупных инвестиционных проектов и др.

Библиографический список

1. Кейнс Дж.М. Общая теория занятости, процента и денег // Избранные произведения: пер. с англ. – М.: Экономика, 1993. – С. 224 – 518.
2. Fisher I. The Theory of Interest. – New York: MacMillan Company, 1930. – 183 p.
3. Friedman M.A Theory of Consumption Function. – New Jersey, Princeton: Princeton University Press, 1957. – 259 p.
4. Pissarides C.A. Liquidity Consideration in the Theory of Consumption // The Quarterly Journal of Economics. – 1978. Vol. 92, № 2. – pp. 279–296.

5. Hall R.E. Stochastic Implications of the Life-Cycle Permanent Income Hypothesis // *Journal of Political Economy*. – 1978. Vol. 86, No. 6. – pp. 971–987.
6. Hall R.E. The Sensitivity of Consumption to Transitory Income: Estimates from Panel Data on Households / R.E. Hall, F.S. Mishkin // *Econometrica*. – 1982. Vol. 50, № 2. – pp. 461–481.
7. Parker J.A. Precautionary Saving and Consumption Fluctuations. / J.A. Parker, B. Preston // *American Economic Review*. – 2005. Vol. 95, № 4. – pp. 1119–1143.
8. Официальный сайт Федеральной службы государственной статистики: [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.gks.ru/free_doc/doc_2015/social/osn-12-2015.pdf (дата обращения: 20.09.2018).
9. Официальный сайт Центрального банка Российской Федерации [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.cbr.ru>.

УДК 338

Борисов А.А.

ТЭИ СФУ «Сибирский федеральный университет», Красноярск,
e-mail: axelrage92@yandex.ru

СТРАТЕГИИ УПРАВЛЕНИЯ КОММУНИКАЦИОННОЙ ПОЛИТИКИ ПРЕДПРИЯТИЯ ПРИ ИСПОЛЬЗОВАНИИ ИНСТРУМЕНТОВ ИНТЕРНЕТ-МАРКЕТИНГА И ПРИКЛАДНОГО ПО

В данной статье рассматриваются особенности выстраивания коммуникационной политики предприятия с помощью использования в работе инструментария интернет-маркетинга и прикладного программного обеспечения (ПО), а также существенная необходимость перемен в области коммуникативной политики, как важной составляющей процесса изменения структуры системы управления маркетингом, и действенного способа управления конкурентной стабильностью предприятия на рынке. Важной составляющей коммуникационной политики является процесс принятия управленческих решений, что своего рода, специфическая наука, потому что зачастую руководствующему составу различного уровня управления случается подготавливать управленческое решение при недостаточной либо неверной информации, активной утечки кадров, недобросовестного отношения к взаимодействию партнеров по бизнесу, потребителей услуг, периодических изменений в области законодательства. По итогу в управленческих решениях могут быть необдуманные ошибки. В статье дается представление о CRM-системе, как ведущем способе работы с клиентской базой на сегодняшний день, который позволяет добиться «лояльности» со стороны клиентов, тем самым, укрепляя позиции компании на рынке товаров и услуг. Ведущей задачей руководства «лояльностью» клиента является грамотно отстроенный баланс между интересом потребителя и поставщика товара (услуги) в компании.

Ключевые слова: стратегия управления, клиент, CRM-система, коммуникационная политика, менеджмент, маркетинг, информация, управленческое решение

Borisov A.A.

Siberian Federal University, Krasnoyarsk, e-mail: axelrage92@yandex.ru

STRATEGIES OF MANAGING COMMUNICATION POLICIES OF THE ENTERPRISE WHEN USING INTERNET MARKETING TOOLS AND APPLIED SOFTWARE

This article discusses the specifics of building a communication policy of an enterprise through the use of Internet marketing tools and application software (software), as well as the essential need for changes in communication policy as an important part of the process of changing the structure of the marketing management system and an effective way of managing competitive stability of the enterprise in the market. An important component of communication policy is the management decision-making process, which is a kind of, specific science, because managers of different levels often have to prepare a management decision in the context of incomplete or inaccurate information, high staff turnover, unfair suppliers, consumers, frequent changes in legislation, unexpected actions of competitors and etc. As a result, unintended errors in management decisions are possible. The article gives an idea of the CRM-system as the leading way of working with the client base today, which allows you to achieve «loyalty» from customers, thereby strengthening the company's position in the market for goods and services. The leading task of guiding the client's «loyalty» is a well-balanced balance between the interest of the consumer and the supplier of goods (services) in the company.

Keywords: management strategy, customer, CRM system, communication policy, management, marketing, information, management decision

В наше время в период существенных перемен социально-экономического характера коммуникационная политика стала весомым показателем, который влияет на уровень эффективности и конкурентоспособности компаний. Зарубежными исследователями

в данной области принят тот факт, что ведущие предприятия своей сферы бизнеса имеют высокий уровень развития коммуникационной политики. Нашими отечественными учеными данное мнение учитывается, предпринимаются определенные действия в применении

и адаптации зарубежной методической диагностической практики. Умение проводить анализ и давать оценку коммуникационной политике помогает принятию управленческих решений, которые направлены на рост эффективного характера деятельности компании.

Зачастую руководствующему составу различного уровня управления случается подготавливать управленческое решение при недостаточной либо неверной информации, активной утечки кадров, недобросовестного отношения к взаимодействию партнеров по бизнесу, потребителей услуг, периодических изменений в области законодательства. По итогу в управленческих решениях могут быть необдуманные ошибки.

В итоге факт и план в принятии решений не имеет четких совпадений. Также здесь присутствует доля риска и неопределенности. Последнее качество характеризуется неточностью, уклончивостью в подаче информации. Также оно охватывает период подготовки управленческого решения, а риск напрямую связан с планируемым итогом деятельности. Оба эти показателя имеют свою единицу измерения и измеряются в процентах. Неопределенность имеет возможность трансформироваться в риск в период реализации управленческого решения в неопределенных условиях и, наоборот, рискованное решение руководства может породить неопределенность.

Что представляет из себя «неопределенность»? Это, прежде всего, нечеткое, противоречивое описание объекта либо процесса, либо неточная информация. Сюда же можно отнести форс-мажор, как фактор проявляющий себя помимо воли человека и также оказывающий негативное воздействие на сложившиеся обстоятельства. Если под неопределенностью понимает процесс, то это уже деятельность некоторого круга лиц, которые просто некомпетентны в принятии того или иного управленческого решения, либо складываются условия ограниченного времени, либо высокая проблемность ситуации. Взаимосвязь между риском и неопределенностью прямо пропорциональна, чем выше один показатель, тем выше другой. Характер их может быть, как субъективным, так и объективным.

Коммуникационная политика представляет собой осознанное формирование информации, которая поступает с предприятия на рынок. Комплекс стимулирования или, иначе говоря, комплекс маркетинговых коммуникаций объединяет четыре ведущих средства воздействия – это непосредственно рекламная работа, стимулирование продаж, прямой маркетинг, а также PR. Однако само понятие «коммуникация» гораздо шире данного комплекса средств и методов.

Внимательное отношение к собственным клиентам, а также достойный уровень взаимодействия позволяет оптимизировать бизнес и получить долгосрочное конкурентное преимущество. В свое время известный классик менеджмента Питер Друкер говорил, что бизнес выполняет две основные функции – это маркетинг и инновационная деятельность, так как оба эти пути нацелены на результат. Все же остальное – это чистые затраты.

Коммуникационная политика содержит конкретизацию целей коммуникации, основные этапы в их достижении, информацию, которая распространяется на разную аудиторию, работа с обратной связью. Для результативной реализации коммуникационной политики требуются не только технологические разработки, а прежде всего выделенный отдел, который включает группу аналитиков, занимающихся прогнозами, налаживанием связей с общественностью, а также социологическую экспертную группу. Это даст возможность организации:

- своевременно выявлять и решать коммуникационные проблемы;
- преобразовать исходящую от компании информацию в более управляемую;
- грамотно определять цели коммуникации с ориентацией на специализированную аудиторию, а не на массы;
- выстраивать высокий уровень обратной связи, дабы повысить эффективность коммуникации [1].

Вся коммуникационная политика компании определяется на основании принятой руководством и активом предприятия цельной стратегической линии маркетингового развития и опирается на несколько основополагающих моментов – это:

- определяющее значение коммуникационной функции для всего комплек-

са элементов маркетинговой линии развития компании;

- ориентирование на результат долгосрочного содружества с клиентами предприятия и тем товарам, которые оно поставляет на рынок;

- функциональное выстраивание внутрифирменных и внешних коммуникаций.

Под внутрифирменной коммуникацией подразумевается координирование коммуникаций, рожденных всем массивом бизнес-процессов в компании, внешняя же проявляет себя в нужности обеспеченности подобного предприятия коммуникационным процессом, обладающим эффективностью для решения ведущих задач маркетинга.

В процессе проведения аналитической работы, составления планов и их последующего осуществления, а также проведения контроля за эффективностью маркетинговых исследований необходима разная информация, которая дает возможность предприятию:

- понизить финансовые риски;
- приобрести конкурентоспособность;
- наблюдать за маркетинговой средой;
- осуществлять координационную деятельность над стратегией;
- оценить эффективность работы;
- получить нужную информацию для принятия эффективных управленческих решений.

На сегодняшний день существует система маркетинговых коммуникаций, которая целенаправленно воздействует на внутреннюю и внешнюю среду предприятия, позволяя качественно улучшить взаимодействие с клиентом, поднять процесс управления на более высокий уровень. Актуальные технологии CRM-систем предоставляют возможность достичь более высокий результат в деятельности предприятия.

CRM-система (сокращение от англ. Customer Relationship Management) не является специальной компьютерной программой, а представляет собой деятельность предприятия на рынке или, иначе сказать, осуществляет помощь в реализации этой технологии. Зарубежные источники по маркетингу называют данное понятие «лояльностью» клиентов, что на наш взгляд более близко к правде. Лояльность несет под собой доверие клиента определенному поставщику товаров либо услуг, так устраивает результат взаимодействия. Это может быть какой-то один параметр, к примеру, скорость доставки, но чаще всего это комплекс положительных условий, которые предоставляет конкретное предприятие. Ведущей задачей руководства «лояльностью» клиента является грамотно отстроенный баланс между интересом потребителя и поставщика товара (услуги) [2].

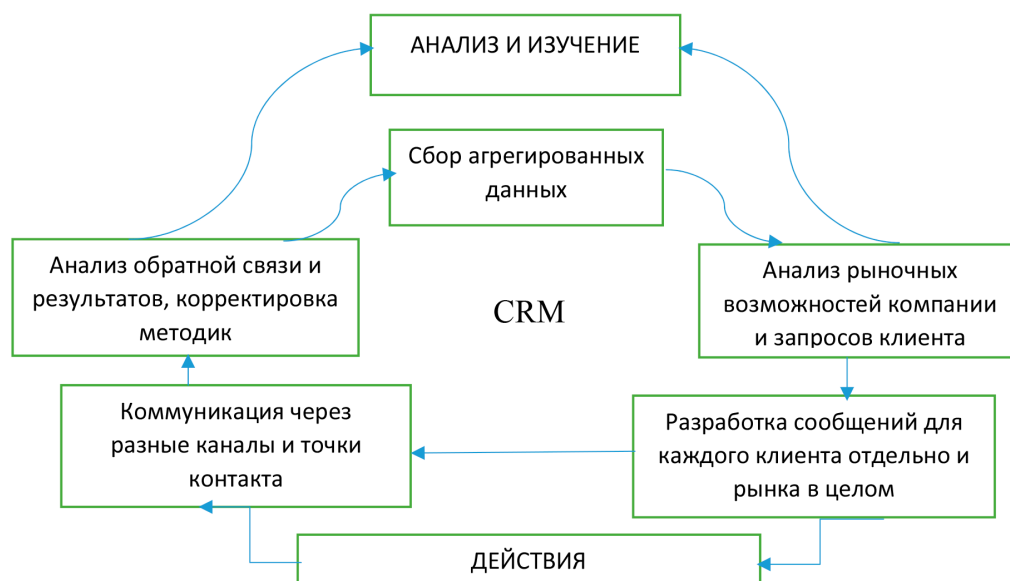


Рис. 1. Цикл информационных процессов в CRM

Использование в работе CRM – это определенная бизнес-философия, а не просто программный продукт, которая кардинально меняет структуру деятельности вашего предприятия вплоть до кадровых перемен. CRM-системы применяют для работы с клиентской базой, начинающейся с момента подписания договора, оформления заказа, осуществления работы, предоставления счета на оплату, до фиксирования взаимодействия с клиентом и анализа имеющейся информации. Ведущая задача CRM-продукта 0 это интегрирование всех процессов и преподнесение клиенту информации в унифицированном виде. Основопологающим является то, чтобы маркетологи и сами руководители предприятий взглянули на собственные бизнес-потребности, планируемые прибыли и расходы, что даст возможность выбрать и принять правильное управленческое решение.

В рамках организации процесса сбыта продукции и продаж CRM-системы играют ведущую роль на следующих важных этапах работы – это:

- составление единой клиентской базы и общей информации по рынку;
- утверждение процедур и свода правил деятельности менеджерского состава предприятия;

– создание автоматизированных рабочих мест для маркетологов предприятия;

– контролирование процесса работы с клиентами и анализ оказанных услуг;

– выведение результата работы маркетинговой службы предприятия;

– защита информации о клиенте;

– совместная, согласованная деятельность структурных подразделений предприятия с потребителями их услуг.

CRM-системы обладают современной функциональностью, поэтому используются как крупным бизнесом, так и представителями среднего и малого предпринимательства, работу которых чаще всего характеризует внимательное отношение к клиенту, так как этот момент является наиважнейшим в выстраивании общей стратегии развития предприятия зачастую.

В настоящее время современная организация обладает несколькими линиями телефонной связи, имеет Web-сайт в Интернете, электронную почту, факс. CRM-системы сегодняшнего дня легко совместимы со всеми вышеперечисленными системами связи. Все это делает работу маркетингового отдела более эффективной [1].

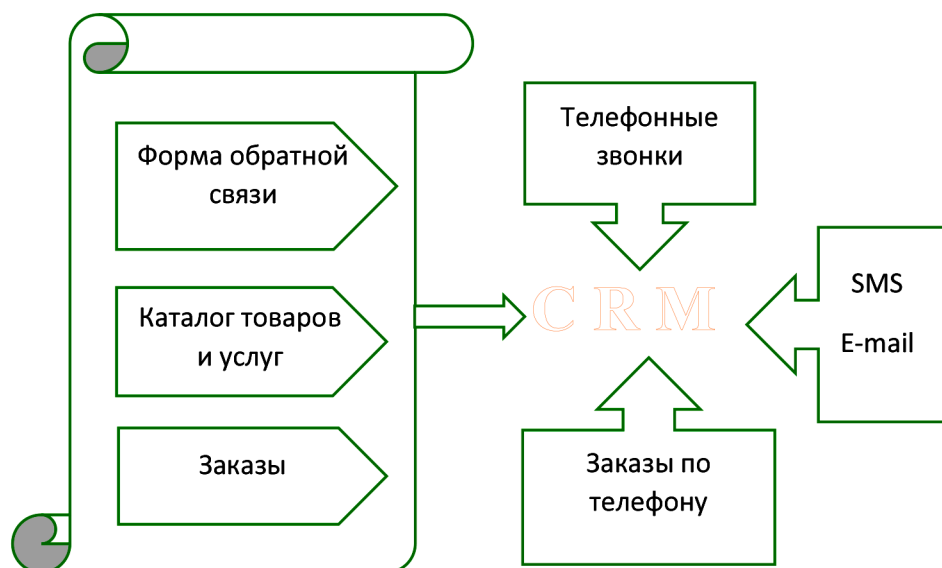


Рис. 2

В рамках использования данной системы существует своя схема работы с клиентской базой. Ведущей целью является получение более полной информации о клиенте дабы обслужить его самым наилучшим образом. Допустим, что клиент зашел на Web-сайт компании и достаточно долго изучает представленную там информацию. Такое отношение расценивается, как заслуживающее внимания, поэтому информация передается соответствующему эксперту, работающему в сети. Если выясняется, что клиент уже зарегистрирован некоторое время тому назад, то информационный импульс передается в службу маркетинга, которая уже сотрудничала с ним. Если посещение первое, то налаживает контакт с клиентом другой эксперт, располагающий информацией о наилучшей возможности предоставления необходимой для клиента услуги. Дальнейшая работа выстраивается либо в рамках онлайн-чата на сайте, либо вся необходимая рекламного плана информация отправляется на электронную почту клиента. Далее действие происходит уже в самом интернет-магазине и может состояться телефонный разговор с экспертом по уточнению ряда моментов, таким образом, система исполняет функционал высококвалифицированного секретаря. Когда клиент уже продолжительное время зарегистрирован в базе, то очередное его внимание к компании расценивается уже, как заслуживающее особого внимания. При этом взаимодействии эксперт располагает не только информацией о приобретателе услуги, но и о совершенных ранее платежах и произведенных услугах. Такая информация дает возможность эксперту быстрее ориентироваться.

Использование в работе компании CRM-систем дает ряд преимуществ. Самое главное, она имеет невысокую стоимость, которая будет прямо пропорциональна количественному составу рабочих мест и числу каналов работы с клиентами, поэтому, как крупный, так и небольшого уровня предприниматель выиграет от этого.

Сохранение информации в общей базе сделает ее эффективнее по мере того, как будет увеличиваться срок ее

эксплуатации, потому что становятся глубже аналитические связи [3].

В ходе использования в работе CRM-систем следует обратить внимание на соблюдение вопроса защиты информации. Например, клиент обратился к Web-сайту компании с целью заказать ту или иную услугу, а затем осуществив заказ узнать о его статусе и пути доставки. Такая информация должна быть защищена с помощью электронного ключа с уникальным кодом. При очередном обращении клиент может воспользоваться данным ключом, идентифицируя свою личность. Совершается закрытая сессия работы между клиентом и Web-сайтом компании. Данный отстроенный процесс исключает возможность несанкционированного проникновения к информации. Данные важны, так как содержат коммерческую информацию:

- пакет документов;
- информация о статусе клиента;
- разные ценовые данные;
- информация о скидочных купонах;
- иные коммерческие условия.

Соблюдение этих позиций дают возможность клиенту понимать, что информация, предоставляемая от его лица, будет сохранять свою конфиденциальность.

Заключение

Подводя итог всему вышесказанному, хочется отметить, что концепция CRM-системы является актуальной в работе компаний различного уровня развития, потому что, прежде всего, она базируется на применении только передовых технологий в сфере менеджмента, маркетинга, а также информационных технологий. В рамках применения данной системы компания имеет возможность собрать всю информация о своих клиентах, начиная с инициирования интереса к взаимодействию, привлечения, удержания клиента и заканчивая его лояльностью. Система дает возможность выстраивать наиболее взаимовыгодные отношения с клиентом. Данная концепция развития крупного и малого бизнеса выстраивает долгосрочные деловые взаимоотношения на основе клиентоориентированного подхода.

Библиографический список

1. Варго С., Лаш Р. Развитие новой доминирующей логики маркетинга // Российский журнал менеджмента. – 2016. – №4.
2. Пепперс Д., Роджерс М. Управление отношениями с клиентами. – М.: Манн, Иванов и Фербер, 2016.
3. Стоун, Мерлин, Вудкок, Нейл, Мэтчингер, Лиз. Маркетинг, ориентированный на потребителя. – М.: ФАИР-ПРЕСС, 2013. (серия «Университеты бизнеса»).

УДК 338

Герасименко О.А., Семибратский М.В., Стрельцова Т.П.

ФГАОУ ВО «Белгородский государственный национальный исследовательский университет» (НИУ «БелГУ»), Белгород: e-mail: gerasimenko@bsu.edu.ru; semibratsky@bsu.edu.ru; streltsova@bsu.edu.ru

МЕТОДИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ ПОДДЕРЖКИ ИНФРАСТРУКТУРНЫХ ИНВЕСТИЦИОННЫХ ПРОЕКТОВ ГОСУДАРСТВЕННО-ЧАСТНОГО ПАРТНЕРСТВА В СТРАНАХ ЕВРАЗИЙСКОГО ЭКОНОМИЧЕСКОГО СОЮЗА

В статье исследованы инфраструктурные компании, финансирующие организации, а также другие заинтересованные стороны, рассматривающих возможность участия в запуске и реализации проектов ГЧП на территории Евразийского экономического союза, и учитывает основные законодательные и институциональные изменения, произошедшие в странах ЕАЭС за последний год. Исследование об перспективных тенденциях, алгоритме запуска и потенциально успешных проектах, реализованных в странах ЕАЭС, приводится определение сущности, признаках и критериях внедрения механизма ГЧП для стран ЕАЭС. Также дается краткая характеристика законодательства, регулирующего сферу ГЧП и потенциальные формы для реализации этих проектов со специфическими особенностями применения, освещаются основные платежные механизмы, применяемые в проектах ГЧП стран ЕАЭС, а также дается краткая характеристика основным мерам поддержки инфраструктурных проектов.

Ключевые слова: проект, государственно-частное партнерство, инфраструктура, инвестор, методическая поддержка

Gerasimenko O.A., Semibratsky M.V., Streltsova T.P.

Belgorod National Research University, Belgorod: e-mail: gerasimenko@bsu.edu.ru; semibratsky@bsu.edu.ru; streltsova@bsu.edu.ru

METHODOLOGICAL ASPECTS OF INFRASTRUCTURE SUPPORT INVESTORS PUBLIC-PRIVATE PARTNERSHIP IN THE COUNTRIES OF THE EURASIAN ECONOMIC UNION

The article examines the infrastructure companies, financing organizations, as well as other stakeholders considering the possibility of participation in the launch and implementation of public-private partnership projects in the territory of the Eurasian economic Union, and takes into account the main legislative and institutional changes that have occurred in the Eurasian economic Union countries over the past year. The study on promising trends, launch algorithm and potentially successful projects implemented in the Eurasian economic Union countries, provides a definition of the essence, features and criteria for the implementation of the public-private partnership mechanism for the Eurasian economic Union countries. It also provides a brief description of the legislation governing the sphere of public-private partnership and potential forms for the implementation of these projects with specific features of the application, highlights the main payment mechanisms used in public-private partnership projects of the Eurasian economic Union countries, as well as a brief description of the main measures to support infrastructure projects.

Keywords: project, public-private partnership, infrastructure, investor, methodological support

Введение

Одним из важнейших элементов проектов государственно-частного партнерства (ГЧП) являются предусмотренные в них способы возврата частных инвестиций. Наличие в законодательстве сразу нескольких возможных опций и гибкость их применения позволяют обеспечить наибольший спектр потенциально интересных для инвесторов проектов. В мировой практике используются три

основных платежных механизма: прямой сбор платы с конечных потребителей, минимальный гарантированный доход (МГД) и плата за доступность. Классифицировать их следует исходя из того, какая из сторон партнерства – публичная или частная – несет риск спроса.

В случае механизма прямого сбора платы частный партнер обеспечивает возврат инвестиций в первую очередь за счет осуществления коммерческой деятельности. Сбор может осуществлять-

ся без каких-либо гарантий со стороны публичного партнера либо с применением регулируемых цен (тарифов) [1, 2].

Цель исследования – исследование особенностей функционирования проектов государственно-частного партнерства в странах ЕАЭС, а также определение возврата инвестиций для публичных участников.

Материал и методы исследования

Ключевыми особенностями данного механизма являются следующие:

1. Доходы частной стороны формируются за счет сбора платы за проезд.
2. Основные факторы выручки частной стороны: объем трафика, тариф.
3. Риски спроса принимаются частной стороной.

Использование прямого сбора платы законодательно обеспечено во всех странах ЕАЭС.

Структура ГЧП проектов приведена на рис. 1.

В отраслевой структуре ГЧП проектов РФ преобладают коммунально-энергетическая и социальная (рис. 2).

Зачастую на стадии подготовки проекта крайне сложно точно спрогнозировать будущий спрос на объект инфраструктуры, что повышает соответствующие финансовые риски. В этом случае прямой сбор платы может комбинироваться со специальной «донастройкой» – механизмом минимального гарантированного дохода. При условии применения механизма МГД частный инвестор должен обеспечить за счет прямого сбора возвращение денежных инвестиций в счет сбора за прямое оказание услуг, покупку товара, а также другой коммерческой деятельности и в числе по регулируемым тарифам/трафикам. Документом предусмотрено наличие условных обязанностей публичного партнера выплачивать маржинальную прибыль в течении определенного времени (таблица).

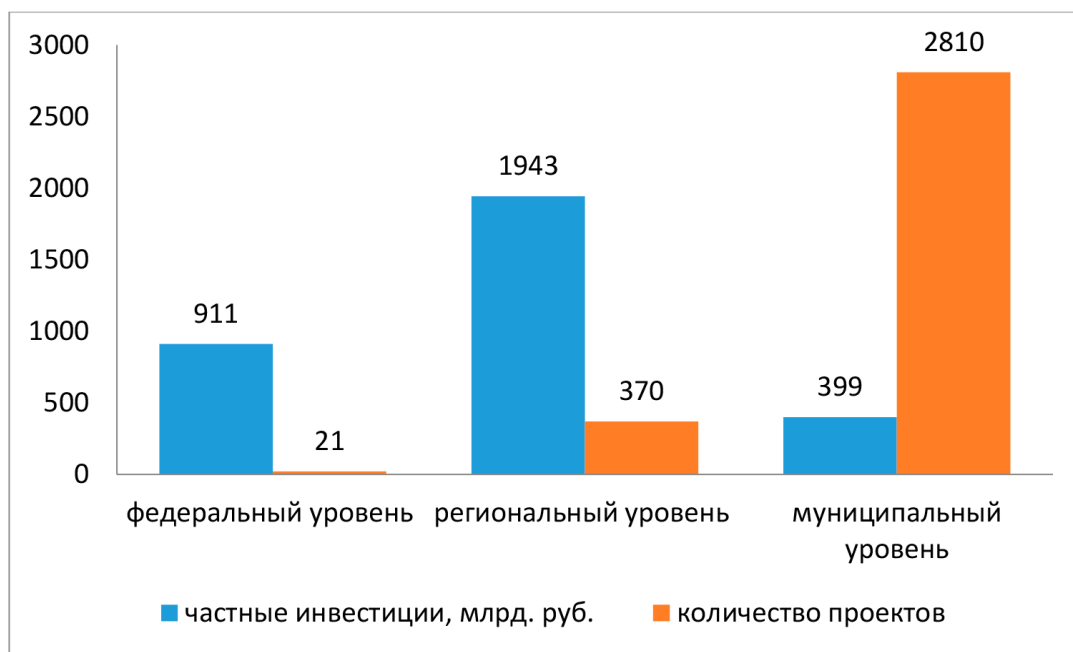


Рис. 1. Совокупный объем частных и бюджетных инвестиций в ГЧП-проектах, прошедших стадию принятия решения о реализации, по административному уровню (по состоянию на март 2018 г.)



Рис. 2. Отраслевая структура российского рынка ГЧП по количеству проектов, прошедших стадию принятия решения о реализации

Характеристика основных платежных механизмов, используемых в мировой практике

Параметр/ платежный механизм	Прямой сбор платы	МГД	Плата за доступность
Риск спроса	Частная сторона	Государство/смешанный	Государство
Сбор платы	Частная сторона	Частная сторона	Отсутствует/частная сторона/государство

Составлена автором на основе ист. [3].

Важным аспектом использования гарантии минимального дохода является расчет приемлемого уровня гарантийной платы.

Наиболее распространенной практикой является установление минимального дохода на уровне 90 % от прогнозных значений. При этом риск спроса по проекту разделяется с государством. В случае если фактические доходы по проекту окажутся менее 90 % (минимальный гарантированный уровень) от прогнозных значений, отраженных в соглашении, то государство компенсирует разницу между фактической выручкой и минимально гарантированным уровнем. При этом, как правило, вводится еще

одно условие – в случае если фактическая выручка превысит 110 % от запланированной (верхний порог выручки), то излишек доходов концессионер должен перечислить государству. Период действия режима МГД совпадает со сроком эксплуатации объекта. Теоретически возможен и вариант с установлением предельного допустимого значения негативного отклонения фактического спроса от прогнозных значений. Например, в случае если фактический спрос составляет менее 50 % от прогнозного, МГД не применяется. Такой подход может обеспечить дополнительный стимул к более качественному и реалистичному прогнозированию.

Специализированным законодательством механизм МГД напрямую предусмотрен только в Киргизии, однако не запрещен и на практике может применяться также и в России, и в Белоруссии. В Казахстане МГД не используется – гарантия дохода обеспечивается за счет альтернативных инструментов, в том числе гарантией загрузки. Плата за доступность – это денежные средства, которые выплачиваются за счет средств бюджета на основании договора государственно-частного партнерства в качестве покрытия за использование качественных и эксплуатационных характеристик объекта ГЧП, а также достигаемости этого объекта клиентам/потребителям на основе личных экономико-технических показателей объекта ГЧП текущего спроса от показателей прогноза. Например, в случае если фактический спрос составляет менее 50% от прогнозного, МГД не применяется. Такой подход может обеспечить дополнительный стимул к более качественному и реалистичному прогнозированию [4, 5].

Примерная структура платежа за доступность приведена на рис. 3.

Одной из распространенных мер поддержки проектов ГЧП являются так называемые капитальные гранты – деньги, предоставляемые государством частному партнеру на фазе строительства в целях покрытия части расходов создание/реконструкцию объектов. Их использование может позволить улучшить экономику проекта для обеих сторон партнерства: для частной стороны – упростить возврат инвестиций, тем самым сделав проект коммерчески привлекательным, а для публичной – снизить общую стоимость долгосрочных компенсационных выплат (например, предоставляемых в рамках платы за доступность). Возможность бюджетного софинансирования стадии строительства в ГЧП-проектах предусмотрена во всех странах ЕАЭС – как правило, за счет наделения публичной стороны правом на принятие на себя соответствующих расходов. Стоит отметить, что софинансирование на стадии строительства (а также компенсация инвестиционных затрат на этапе эксплуатации) по проекту государственно-частного партнерства может иметь влияние на возможность

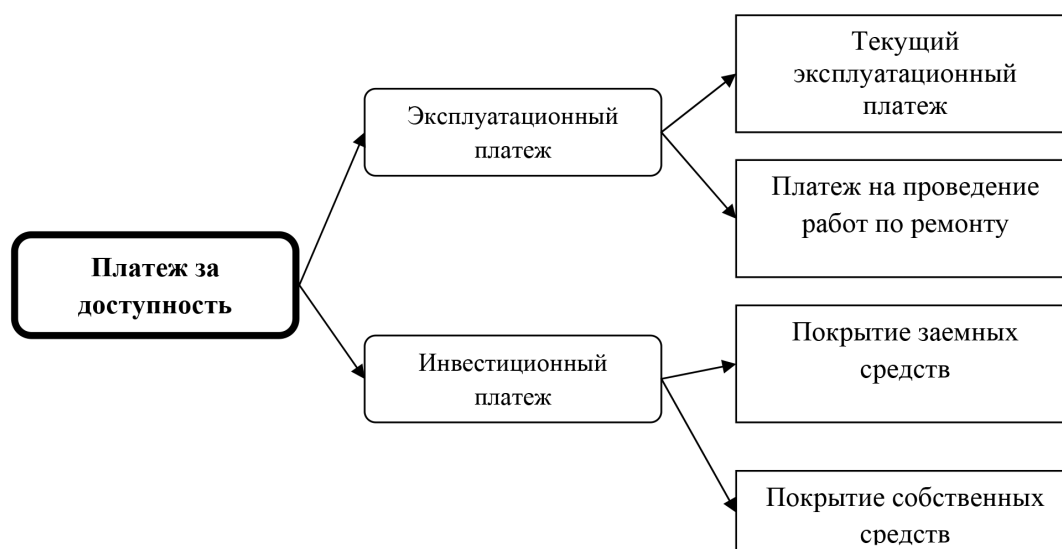


Рис. 3. Примерная структура платежа за доступность

получения частной стороной объекта соглашения в собственность.

Общая схема применения гарантии загрузки приведена на рис. 4.

водимых частным партнером в ходе реализации проекта. Такой подход, в частности, используется в Казахстане [6, 7].

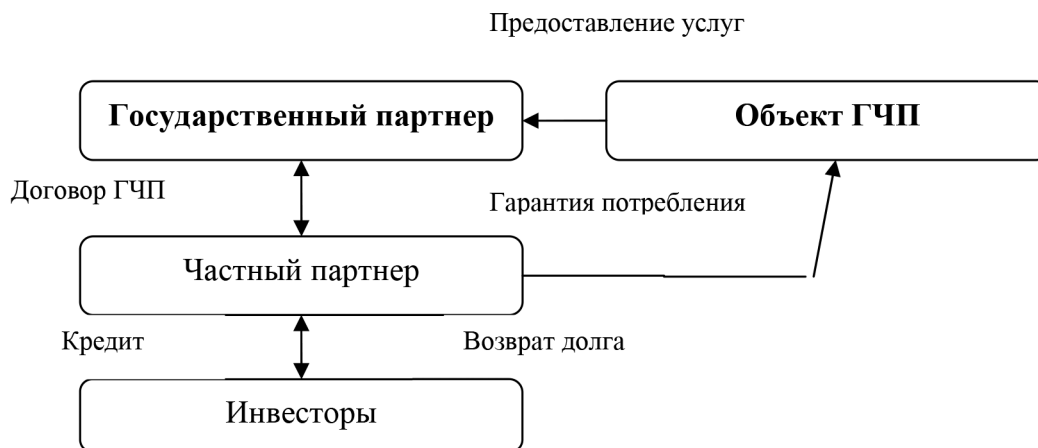


Рис. 4. Схема применения гарантии загрузки

Публичный партнер (государство) может участвовать в проекте ГЧП в том числе посредством предоставления частному партнеру (инвестору) гарантии загрузки объекта – потребления товара или услуги, произ-

Результаты исследования и их обсуждение

В качестве положительного результата исследования приведем проект реализации концессии ГК «Автодор» с вознаграждением за доступность (рис. 5).



Рис. 5. Структура платежей инвестору в концессионных проектах ГК «Автодор» (Российская Федерация) с платой за доступность

Особенностью является то, что вознаграждение за пользование доступностью услуг включает в себя: технические обслуживание объекта (затраты на эксплуатацию), возврат инвестиционных средств. Главным преимуществом такой платы принято считать то, что возврат затрат за пользование пропорционален всему периоду реализации проекта ГЧП и начисляется равномерными долями. В это заключается отличие от государственных закупок, где получает поставщик всю сумму и несет полную ответственность за объект и его качество, но в период исключительно срока его гарантии. Для частного партнера это интересно тем, что длительное время он имеет гарантированные платежи, которые оформлены государственным договором.

Выводы

Таким образом, ГЧП является основным звеном, связывающим интересы государства и бизнеса, и позволяет эффективно реализовывать приоритетные, социально значимые проекты. ГЧП стимулирует привлечение инвестиций в реальный сектор экономики и способствует развитию рынков капитала, товаров и услуг, инновационных отраслей промышленности. В настоящее время ГЧП становится одним из важных факторов устойчивого экономического роста государств, повышения их конкурентоспособности. Значительную роль ГЧП играет и в странах Евразийского экономического союза, где продолжает развиваться законодательная, институциональная и инфраструктурная база.

Библиографический список

1. О концессионных соглашениях: Федеральный закон Российской Федерации от 21 июля 2005 г. № 115-ФЗ.
2. О государственно-частном партнерстве, муниципально-частном партнерстве в Российской Федерации и внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации: от 13 июля 2015 г. №224-ФЗ.
3. Обзор практики применения механизмов государственно-частного партнерства для создания инфраструктуры «умных городов» // Автономная некоммерческая организация «Национальный Центр развития государственно-частного партнерства». – М.: АНО «Национальный Центр ГЧП», 2018. – 64 с.
4. Тхориков Б.А. Проблемы целеполагания в системе государственного управления социальной сферой // Историческая и социально-образовательная мысль. – 2016. – Т. 8; № 1–2. – С. 164–166.
5. Тхориков Б.А. Методология индикативного управления организациями социальной сферы: проблемы целеполагания, метод TASKED // Научные ведомости Белгородского государственного университета. Серия: Экономика. Информатика. – 2015. – Т. 36; № 19–1 (216). – С. 39–42.
6. Дмитриев А.В. Методика внедрения проектного подхода в управлении социальным развитием российских регионов // Науковедение. – 2013. – №1 (14). – С. 25.
7. Докашенко Л.В., Денисенкова Е.Ю. Особенности системы материальной мотивации персонала проектной деятельности // Молодой ученый. – 2017. – №58(186). – С. 78–81.
8. Золочевская Е.Ю., Кривошеева Т.Д. Функциональная характеристика российской системы управления государственными проектами // Вопросы управления. – 2014. – №6(31). – С. 148.

УДК 338.246

Ипполитов К.Г., Филиппова Н.К.

ФГБОУ ВО «Казанский национальный исследовательский технологический университет», Казань, e-mail: drachenjager@mail.ru; Filippova61@bk.ru

К ВОПРОСУ ВОЗМОЖНОСТИ ОЦЕНКИ АКТУАЛЬНОГО СОСТОЯНИЯ И ТЕНДЕНЦИЙ РАЗВИТИЯ СФЕРЫ ЗДРАВООХРАНЕНИЯ НА ПРИМЕРЕ РЕСПУБЛИКИ СУДАН

В силу исторических причин и современной общественно-политической ситуации для всего африканского континента характерны общие проблемы в сфере здравоохранения. В числе прочих особенностей, определяющих актуальную обстановку, можно назвать значительную географическую, демографическую и социальную дифференциацию в пределах отдельно взятого государства. Современные проблемы медицины в регионе и пути их решения будут рассмотрены на примере Республики Судан. Разделение Судана сильно повлияло на социально-экономическую ситуацию в стране и как следствие были сокращены средства выделяемые государством на здравоохранение. Падение цен на нефть, санкции, торговое эмбарго еще более усугубило положение здравоохранения в стране. В статье проанализированы современные тенденции развития здравоохранения Республики Судан, применены расчетные методики для оценки эффективности деятельности медучреждений, анализа текущего состояния и динамики развития сектора здравоохранения в Республике Судан по совокупности статистических признаков. Негативная динамика в сегменте здравоохранения Республики Судан однозначно указывает на необходимость разработки методологии экономико-статистического анализа данной сферы, которая позволила бы дать четкие рекомендации по возможностям улучшения актуальной ситуации.

Ключевые слова: методология, статистический признак, расчетные методики, анализ текущего состояния, оценка эффективности

Ippolitov K.G., Filippova N.K.

Kazan national research technological University, Kazan, e-mail: drachenjager@mail.ru; Filippova61@bk.ru

TO THE QUESTION OF THE ABILITY TO ASSESS THE CURRENT STATUS AND TRENDS OF THE HEALTH SECTOR, FOR EXAMPLE, THE REPUBLIC OF THE SUDAN

For historical reasons and the current socio-political situation, the African continent is characterized by common health problems. Among other features that determine the current situation, we can call a significant geographical, demographic and social differentiation within a single state. Modern problems of medicine in the region and their solutions will be considered on the example of the Republic of Sudan. The division of the Sudan had had a major impact on the socio-economic situation in the country and, as a result, the state's allocation for health had been reduced. The fall in oil prices, sanctions and trade embargoes have further aggravated the health situation in the country. The article analyzes the current trends in the development of health of the Republic of Sudan, applied computational methods to assess the effectiveness of medical institutions, analysis of the current state and dynamics of the health sector in the Republic of Sudan.

Keywords: methodology, statistical feature, calculation methods, analysis of the current state, efficiency assessment

Введение

Социально-экономическое развитие государства невозможно без продуманной политики в сфере здравоохранения, построенной на тщательном анализе целого комплекса взаимосвязанных факторов, таких как распределение плотности населения по регионам, динамика выпуска специалистов-медиков и вспомога-

тельного персонала, количество имеющихся и строящихся объектов медицинского профиля, динамика заболеваний, география эпидемий и ряд других.

В силу исторических причин и современной общественно-политической ситуации для всего региона северо-востока африканского континента характерны общие проблемы в сфере медицины. Система здравоохранения в Республи-

ке Судан характеризуется низким качеством предоставления медицинских услуг и крайне низкими показателями общей эффективности, не отвечающими международным требованиям, что связано с неоднородным распределением учреждений здравоохранения по регионам страны, различным по уровню социально-экономического развития и административно-территориальному статусу.

Цель исследования. Проведение экономико-статистического анализа состояния и динамики развития здравоохранения в Республике Судан.

Материал и методы исследования

Методологическую основу исследования составили статистические данные, связанные с анализом проблем в сфере здравоохранения северо-востока африканского континента.

Исследование включает в себя характеристику современных тенденций развития здравоохранения Республики Судан, рассмотрение расчетных методик оценки эффективности деятельности медучреждений, анализ текущего состояния и динамики развития сектора здравоохранения в Республике Судан по совокупности статистических признаков.

Результаты исследования и их обсуждение

К основным проблемам сферы здравоохранения Республики Судан относятся плохая оснащенность больниц, связанная с серьезным дефицитом лекарств и медицинских препаратов первой необходимости, а также дефицит больничных площадей. В то же время, существующие проблемы связаны, в первую очередь, с неэффективным распределением бюджетных средств и человеческих ресурсов, а также несистемным подходом при планировании и реализации превентивных мероприятий, призванных минимизировать негативные эффекты, возникающие в связи с глобальными кризисными ситуациями.

Несмотря на наличие достаточно подробных статистических данных, негативная динамика в сегменте здравоохранения Республики Судан однозначно указывает на необходимость разработки методологии экономико-статистического анализа данной сферы, которая позволила бы дать

четкие рекомендации по возможностям улучшения актуальной ситуации.

Согласно статистическим данным за 2015 г., наибольшее совокупное количество учреждений здравоохранения относится к сравнительно небольшим регионам Khartoum и Gezeria, – 6594 и 4488 соответственно. В то же время, для других регионов, характеризующихся значительными площадями, но меньшей плотностью населения, количество клиник и госпиталей существенно меньше. За период с 2010 по 2015 гг. региональная динамика по количеству учреждений здравоохранения различна. Так, для регионов Gezeria, R. Nile, Red Sea, Sinnar и W. Nile отмечается устойчивый положительный тренд, а для N. Kordofan и S. Kordofan, – отчетливая негативная тенденция [1].

Наибольшее количество медучреждений относится к таким направлениям, как терапия, общая хирургия, акушерство и гинекология, педиатрия и составляет около 80% от общего количества медучреждений (рис. 1).

Если для направления «реаниматология» (за весь рассматриваемый период) и, в меньшей степени, «акушерство и гинекология» (за период 2010 – 2015 гг.) характерен устойчивый положительный тренд, то по другим направлениям значительных изменений не наблюдается. В то же время, динамика по общему количеству медучреждений положительна (рис. 2). Темпы роста, однако, незначительны и составляют менее 1% в год [2].

Снижение числа медучреждений на период 2013 гг. обусловлено военным конфликтом в стране и общим снижением уровня финансирования системы здравоохранения. Дальнейшее восстановление инфраструктуры медучреждений стало возможным благодаря помощи международных институтов по проблемам здравоохранения (ВОЗ, ООН, «Красный крест») и позволило уже к 2014 году выйти на тренд, характерный для периода 2010 – 2013 гг. [2].

Анализ изменения структуры регионов Республики Судан по признаку «количество медучреждений» позволяет сделать вывод, что изменения, в целом, незначительны и обеспечиваются, главным образом, за счет развития медицинской инфраструктуры в наиболее населенных регионах, таких, как Khartoum.

Так, величина структурного сдвига по направлению «педиатрия» составила 20% за период 2010 – 2015 гг.

По направлениям «терапия», «общая хирургия», «акушерство и гинекология» и «реаниматология» величины струк-

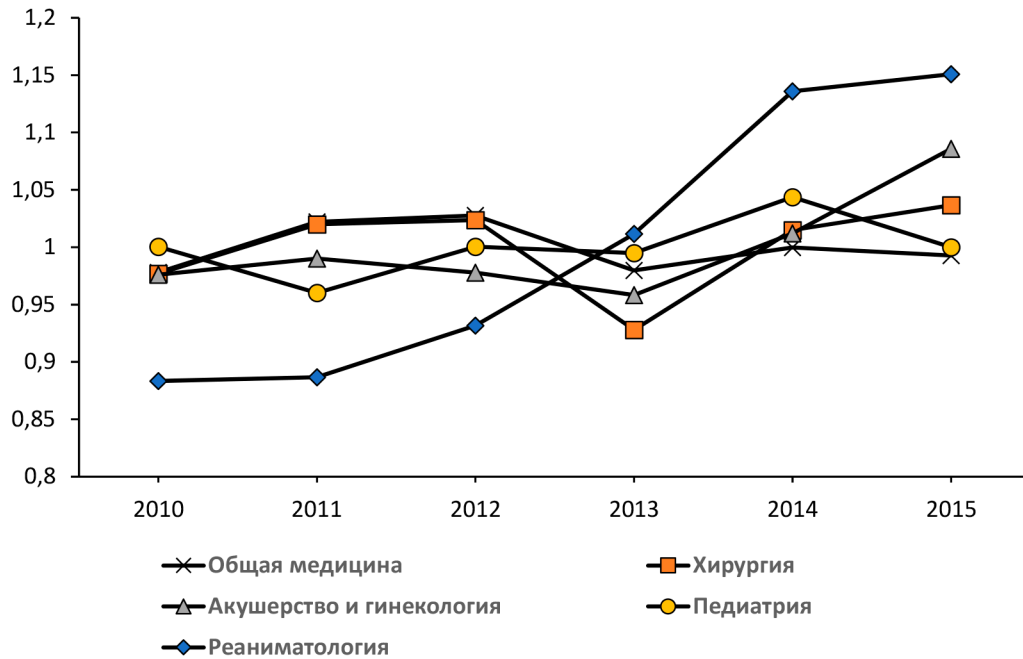


Рис. 1. Динамика количества медицинских учреждений по основным направлениям за 2010 – 2015 гг.

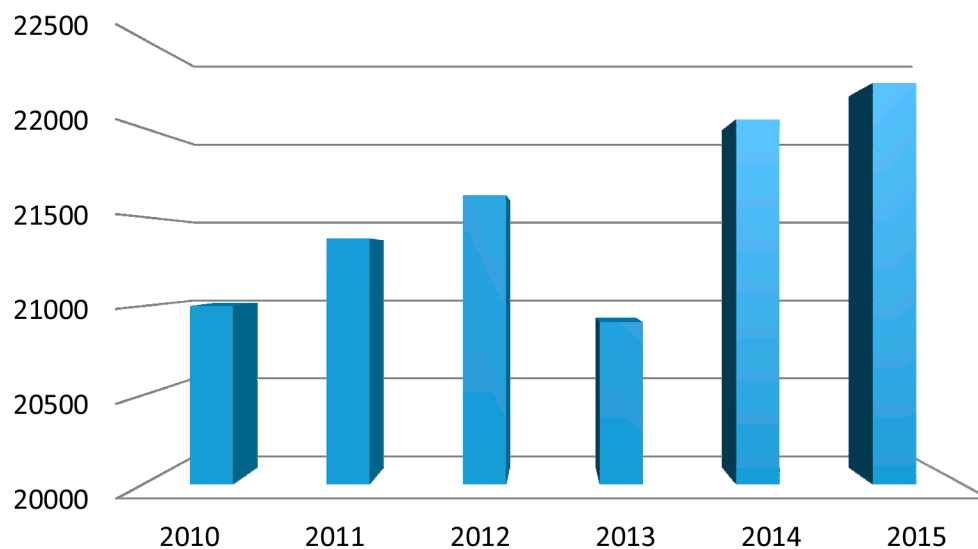


Рис. 2. Динамика общего количества медицинских учреждений за период 2010 – 2015 гг.

турного сдвига составили 11%, 16%, 13%, и 5% соответственно.

Наибольшая доля по количеству клиник приходится на регионы Khartoum и Gezeria, – от 15 до 30% от общего количества медучреждений. Количество клиник по направлению «реаниматология», расположенных в Khartoum, составляет ~ 70%.

В то же время, анализ распределения количества медучреждений в расчете на 100 тыс. чел. населения позволяет сделать вывод о том, что наиболее благополучными с точки зрения обеспеченности населения клиниками и госпиталями являются регионы Nothern и R. Nile, для которых доля участия составляет 16 и 12% от общего числа учреждений, соответственно.

Величины структурных сдвигов, определяемые на основе данных, приведенных к 100 тыс. чел. населения незначительно отличаются от базовых, что позволяет сделать вывод о том, что для каждого из регионов сохраняется характерная для него динамика развития.

Структура распределения клиник демонстрирует достаточно равномерное распределение количества медучреждений по основным направлениям деятельности (рис 3). Величина структурного сдвига за период 2010 – 2015 гг. составила ~ 3%, что позволяет сделать вывод об отсутствии серьезных изменений.

В структуре общей численности клиник преобладают, клиники по направлениям «терапия» (25%), и «акушерство и гинекология» (17%).

Развитие медицинской инфраструктуры в сфере частного сектора характеризуется, в целом, теми же тенденциями, которые определяют ситуацию в государственном секторе.

Так, наиболее значительные положительные изменения характерны только для частного сектора в области стоматологии, в то время, как динамика по количеству частных лабораторий и аптек имеет негативный характер. Интересно отметить, что количество частных поликлиник достигает максимума в 2013 году, когда общественно-политическая ситуация в стране характеризовалась как очень тяжелая, и испытывает спад в последующий 2014 год, когда происходит восстановление государственной медицинской инфраструктуры [1].

Анализ структуры регионов по количеству частных аптек, лабораторий и поликлиник позволяет сделать вывод о доминирующем развитии частных медучреждений в регионе Khartoum – порядка 50% от общего количества. Динамика обеспеченности клиник специалистами по основным направлениям профессиональной деятельности за 2014 – 2015 гг. имеет негативный характер, особенно ярко выраженный для направления «терапия».

Сокращение численности докторов происходит на фоне незначительного роста количества медучреждений, что указывает на реализацию политики «оптимизации», характерной для большого числа государств, имеющих статус «развивающихся». Эта политика,

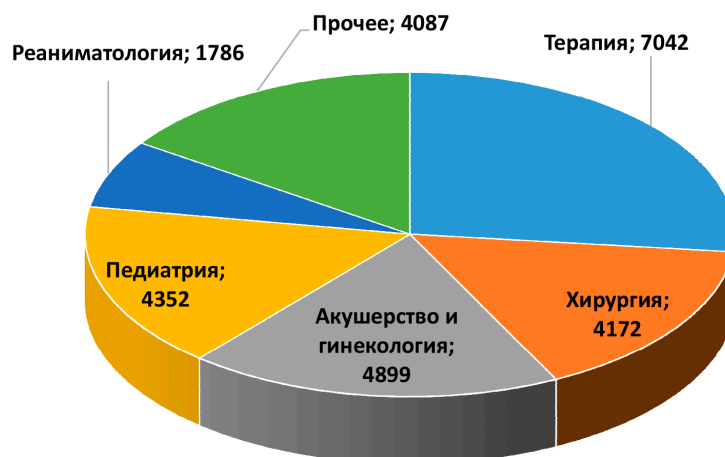


Рис. 3. Структура направлений деятельности по количеству медучреждений за 2015 г.

будучи направленной на увеличение экономической эффективности деятельности отдельных медучреждений, далеко не всегда оказывается действенной, поскольку связана с сокращением штата и закрытием тех клиник и госпиталей, которые признаются неэффективными.

Распределение по видам специалистов за 2010 и 2015 гг. различно и обеспечивается значительными вариациями численности специалистов по практически всем направлениям профессиональной деятельности, – величина интегрального коэффициента структурного сдвига за период 2010 – 2015 гг. составила 18 %.

Очевидно, что качество здравоохранения может оцениваться и как результат анализа показателей результативности лечения, которые определяются фактом выздоровления пациента. На рис. 4 представлена динамика смертности в отношении к количеству поступивших на лечение за 2010 – 2015 гг.

Представляется очевидным, что уменьшение численности медицинских специалистов и, в особенности, докторов, вне зависимости от того, является ли причиной общественно-политическая обстановка в стране или политика кадровой «оптимизации», будет прямо или косвенно оказывать негативное воздействие на эффективность функционирования системы здравоохранения.

Проведенный регрессионный анализ, направленный на определение зависимости между динамикой смертности и численностью докторов в расчете на 100 тыс. населения (рис. 5) позволяет предположить наличие взаимосвязи между указанными величинами ($R^2=0,71$).

Несмотря на то, что показатели заболеваемости, выздоровления и смертности, будучи связанными с целым рядом «сторонних» факторов, таких как экологическая ситуация в регионе, качество продуктов питания, уровень за-

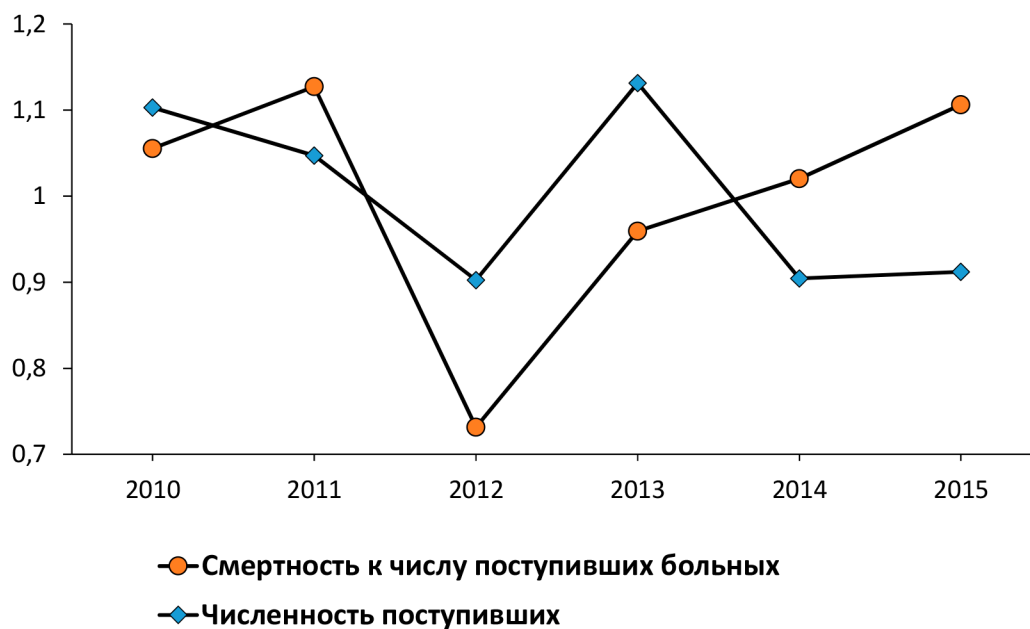


Рис. 4. Динамика поступления больных и смертности за период 2010 – 2015 гг.

рабочей платы и пенсии, возрастная дифференциация и специфика трудовой деятельности, сами по себе не могут служить надежными критериями оценки эффективности деятельности медицинских учреждений, равно как и действенности мероприятий, направленных на развитие сектора здравоохранения, нельзя отрицать тот факт, что каждый из перечисленных факторов не является определяющим в отдельности от других и не может рассматриваться вне базиса в лице развитой и эффективной системы государственного и частного здравоохранения.

от общего количества медучреждений. Наиболее благополучными с точки зрения обеспеченности населения клиниками и госпиталями являются регионы Northern и R. Nile, – 16 и 12% от общего числа учреждений, соответственно. В структуре клиник доминирующими являются направления «терапия» (25%), и «акушерство и гинекология» (17%) от общего числа клиник. Динамика обеспеченности клиник специалистами основных направлений деятельности характеризуется отчетливым негативным трендом в течение всего рассматриваемого периода.

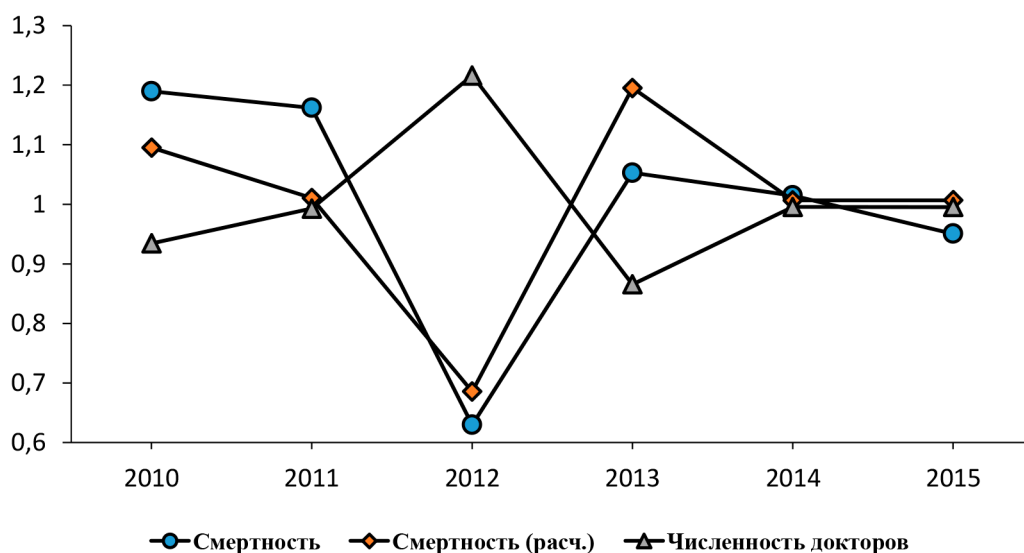


Рис. 5. Динамика смертности населения и численности докторов за период 2010 – 2015 гг.

Заключение и выводы

На основании достигнутых результатов исследования можно заключить, что оценка экономической эффективности в сфере здравоохранения является сложной задачей, определяемой множеством различных количественных и качественных факторов.

Наиболее развитыми регионами с точки зрения развития медицинской инфраструктуры Республики Судан являются Khartoum и Gezeria, – от 15 до 30 %

Структура численности медицинского персонала претерпела значительные изменения за период 2010–2015 гг. как по профессиям докторов, так и по медицинским работникам в целом. Величина структурного сдвига по количеству медработников составила 20% и базируется, главным образом, на значительном снижении численности докторов и соразмерном (в %-м исчислении) увеличении численности технического персонала. Негативные тенденции в результативности деятельности клиник

могут быть связаны с уменьшением численности медицинских специалистов, в особенности, докторов ключевых направлений деятельности.

Библиографический список

1. Минашкин В.Г. Теория статистики: Учебник для вузов / В.Г. Минашкин, Н.А. Садовникова, Р.А. Шмойлова. – М.: Финансы и статистика, 2008.
2. African Development Bank Group (2010) SUDAN: Краткая информация о стране – 2010/2011. Региональный отдел, Восток II (OREB) 4MWSS и ПРООН (2012) 52. Суданский национальный доклад о развитии человека, 2012 год, ПРООН, Хартум, Судан.
3. Уйба В.В. Экономические методы управления в здравоохранении / В.В. Уйба, В.М. Чернышев, О.В. Пушкарев, О.В. Стрельченко, А.И. Клевасов – Новосибирск: ООО «Альфа-Ресурс» 2012. – 314 с.
4. Gaafar, Reem. Обзор и рекомендации по финансированию системы здравоохранения Судана – июнь 2014. Свидетельство ежеквартального бюллетеня Института общественного здравоохранения.
5. http://www.nationalplanningcycles.org/sites/default/files/planning_cycle_repository/sudan/sudan_health_sector_jfma_report.pdf [электронный ресурс].

УДК 657.1

Калинина Г.В., Мишанова Е.В.

ФГКОУ ВО «Академия права и управления Федеральной службы исполнения наказаний» (Академия ФСИН России), Рязань, e-mail: gvkalinina@mail.ru; mev-r@yandex.ru

ВЗАИМОСВЯЗЬ БУХГАЛТЕРСКОГО И НАЛОГОВОГО УЧЕТА ОСНОВНЫХ СРЕДСТВ НА СОВРЕМЕННОМ ЭТАПЕ

В статье по направлению 08.00.12 Бухгалтерский учет, статистика рассмотрена проблема взаимосвязи и сближения бухгалтерского и налогового учета основных средств. Приведены особенности организации бухгалтерского и налогового учета в целях начисления амортизации в зависимости от стоимостной границы объектов основных средств. Раскрыты причины возникновения отложенного налогового обязательства и его отражение в бухгалтерском учете. Особое внимание уделено обеспечению внутреннего контроля в соответствии с требованиями федерального закона «О бухгалтерском учете» № 402-ФЗ. С целью совершенствования контроля основных средств стоимостью до 40 000 рублей за единицу, переданных в эксплуатацию рекомендуется использование забалансовых счетов. Рассмотрены документы, формируемые в программе 1С, по учету поступления основных средств, представлены корреспонденции, формируемые на их основании. Определена возможность сближения бухгалтерского и налогового учетов в части стоимости неамортизируемых основных средств.

Ключевые слова: основные средства, забалансовые счета, налоговый учет, амортизация, неамортизируемые основные средства, отложенное налоговое обязательство

Kalinina G.V., Mishanova E.V.

Academy of law and management of the Federal penitentiary service (Academy of the FPS of Russia), Ryazan, e-mail: gvkalinina@mail.ru; mev-r@yandex.ru

THE RELATIONSHIP OF ACCOUNTING AND TAX ACCOUNTING OF FIXED ASSETS AT THE PRESENT STAGE

In the article in the direction of 08.00.12 Accounting, statistics, the problem of the relationship and convergence of accounting and tax accounting of fixed assets. The features of the organization of accounting and tax accounting for the purpose of depreciation depending on the value boundary of fixed assets. The reasons for the deferred tax liability and its reflection in the accounting are disclosed. Special attention is paid to ensuring internal control in accordance with the requirements of the Federal law «on accounting» № 402-FZ. In order to improve the control of fixed assets worth up to 40 000 rubles per unit, it is recommended to use off-balance sheet accounts. The documents formed in the program 1С, accounting for the receipt of fixed assets, presented correspondence, formed on their basis. The possibility of convergence of accounting and tax accounting in terms of the value of non-depreciable fixed assets.

Keywords: fixed assets, off-balance sheet accounts, tax accounting, depreciation, non-depreciable fixed assets, deferred tax liability

Введение

В деятельности предприятия основные средства представляют собой дорогостоящую часть средств производства, которые обеспечивают производственный цикл в течение длительного времени. Высокая техническая вооруженность труда способствует сокращению затрат труда, в результате чего повышается производительность труда, ведет к повышению качества производимой продукции, оказывает влияние на себестоимость продукции.

Цель исследования. Разработка предложений по организации бухгалтерско-

го учета и контроля различных групп основных средств в зависимости от их стоимости.

Материал и методы исследования

Основные средства производственного назначения стоимостного диапазона от 0 и более 100 000 рублей за единицу.

Результаты исследования и их обсуждение

Положение по бухгалтерскому учету «Учет основных средств», утвержденное приказом Минфина РФ от 30 марта 2001 N 26н (ред. от 16.05.2016) (далее – ПБУ 6/01) определяет, что для принятия

имущества в качестве основного средства в бухгалтерском учете одновременно должны выполняться следующие условия:

- объект предназначен для использования в производстве продукции, при выполнении работ или оказании услуг, для управленческих нужд организации либо для предоставления за плату во временное владение и пользование или во временное пользование;
- объект предназначен для использования в течение длительного времени, то есть срока продолжительностью свыше 12 месяцев или обычного операционного цикла, если он превышает 12 месяцев;
- организация не предполагает последующую перепродажу данного объекта;
- объект способен приносить организации экономические выгоды (доход) в будущем [6].

На организацию бухгалтерского учета основных средств накладывает определенные особенности их стоимость. В соответствии с требованиями бухгалтерского учета стоимость основных средств должна превышать 40 000 рублей. В соответствии с требованиями налогового законодательства и налогового учета с 1 января 2016 года стоимость основных средств должна превышать 100 000 рублей. (п. 1 ст. 257 НК) [1]. До 2016 года порог был таким же, как в бухгалтерском учете – 40 000 руб. Данное разграничение применяется в отношении имущества, которое введено в эксплуатацию 1 января 2016 года и позже.

Различия бухгалтерского и налогового законодательства определяют требования к организации и ведению бухгалтерского учета основных средств. При этом особое внимание следует уделить организации учета основных средств:

- стоимостью менее 40 000 руб.;
- стоимостью свыше 40 000 руб., но не более 100 000 руб.;
- стоимостью свыше 100 000 руб.

Если приобретаемый объект соответствует критериям отнесения к основным средствам в соответствии с ПБУ 6/01, однако его стоимость не превышает 40 000 руб., то он может учитываться и в составе основных средств, и в составе материально-производственных запасов

в зависимости от принятой организацией учетной политики на отчетный период.

В соответствии с письмом Минфина РФ от 10 января 2012 г. № 07–02–06/3 организация в учетной политике может самостоятельно установить стоимостной лимит отнесения объектов в состав материально-производственных запасов [6].

Таким образом, в учетной политике организации для целей бухгалтерского учета должен быть закреплен конкретный стоимостной лимит отнесения имущества к категории основных средств или материально-производственных запасов. Тогда в случае, если стоимость объекта не превышает установленного лимита, то он в бухгалтерском учете отражается по счету 10 «Материалы» как инвентарь по субсчету 10.09 «Производственный и хозяйственный инвентарь». Принятие к учету такого объекта будет отражаться записями:

Дт 10.09 Кт 60.01 – 30 000 руб. – поступление основного средства, стоимость которого не превышает 40 000 руб. или установленного стоимостного лимита на предприятии;

Дт 19.03 Кт 60.01 – 6000 руб. – учтен НДС, предъявленный поставщиком.

В этом случае расхождения в бухгалтерском и налоговом учете возникать не будут, так как стоимость объекта будет списана полностью в момент передачи объекта в эксплуатацию и отражена записью Дт 20, 25, 26, 44 Кт 10.09. Для обеспечения сохранности основных средств переданных в эксплуатацию, но учитываемых в материально-производственных запасах, как неудовлетворяющих стоимостному критерию, в организации, может быть предусмотрено их отражение на забалансовых счетах с целью контроля за их движением [8].

В программе «1С: Предприятие» для этих целей предусмотрен дополнительный забалансовый счет «МЦ «Материальные ценности в эксплуатации»», к которому открываются субсчета

МЦ.01 «Основные средства в эксплуатации»;

МЦ.02 «Спецодежда в эксплуатации»;

МЦ.03 «Спецоснастка в эксплуатации»;

МЦ.04 «Инвентарь и хозяйственные принадлежности в эксплуатации».

При списании объекта основных средств стоимостью, не превышающей 40 000 руб. установленной учетной политикой стоимостного лимита на предприятии, в эксплуатацию в бухгалтерском учете при формировании документа «Передача материалов в эксплуатацию» для контроля за движением данного объекта будет сделана проводка Дт МЦ.04 (или Дт МЦ. 01 «Основные средства в эксплуатации»).

При фактическом выбытии данного объекта его списание с забалансового счета будет оформляться документом «Списание материалов из эксплуатации» и отражено по Кт МЦ.04 (или соответственно Кт МЦ.01).

При этом в целях осуществления внутреннего контроля за сохранностью таких объектов учета необходимо организовать аналитический учет по местам эксплуатации, материально-ответственным лицам или лицам, использующим инструмент и инвентарь в процессе производства и отвечающим за их сохранность [10].

В случае если стоимость объекта превышает установленный лимит, то он в бухгалтерском учете отражается аналогично основному средству со стоимостью свыше 40 000 руб., но менее 100 000 руб.

Если стоимость основного средства превышает 40 000 руб., но менее 100 000 руб., то в бухгалтерском и налоговом учете возникают расхождения по отнесению данного объекта к амортизируемому имуществу. В бухгалтерском учете имущество стоимостью свыше 40 000 руб. относится к амортизируемому. В налоговом учете имущество стоимостью до 100 000 руб. относится к неамортизированному имуществу и может быть сразу списано на затраты, в то время как в бухгалтерском учете его стоимость будет погашаться путем начисления амортизации.

Однако при организации бухгалтерского учета данных объектов может быть определено, что:

в бухгалтерском и налоговом учете объекты основных средств стоимостью от 40 000 руб. до 100 000 руб. в течение срока полезного использования будут погашать свою стоимость путем начисления амортизации;

объекты основных средств стоимостью от 40 000 руб. до 100 000 руб.

в бухгалтерском учете в течение срока полезного использования будут погашать свою стоимость путем начисления амортизации, в налоговом учете будут списаны единовременно.

В первом случае в бухгалтерском и налоговом учете разницы возникать не будут, так как списание будет осуществляться одинаково в течение срока полезного использования.

Учет объекта основных средств будет вестись на счете 01 «Основные средства» в разрезе видов основных средств. Начисление амортизации будет отражаться по кредиту счета 02 и дебету счетов использования основного средства (Дт 20, 25, 26, 44).

Во втором случае возникают разницы по отражению основных средств в бухгалтерском и в налоговом учете, что приводит к необходимости применения ПБУ 18/02 «Учет расчетов по налогу на прибыль организаций» [4].

ПБУ 18/02 определяет необходимость показывать разницу по отношению к каждому объекту, отражаемому в бухгалтерском учете иначе, чем в налоговом. Данная разница является временной, так как по окончании срока полезного использования первоначальная стоимость объекта основных средств будет списана в полном объеме, как в бухгалтерском, так и в налоговом учете. Так как в бухгалтерском учете стоимость основного средства стоимостью 100 000 рублей списывается постепенно путем начисления амортизации, а в налоговом учете единовременно при введении в эксплуатацию, то размер прибыли исчисленной в налоговом учете оказывается меньше, чем в бухгалтерском учете. Возникающая временная разница является налогооблагаемой.

При этом возникает отложенное налоговое обязательство в момент ввода объекта основных средств в эксплуатацию, которое отражается проводкой Дт 68 Кт 77. Размер отложенного налогового обязательства рассчитывается как налогооблагаемая временная разница, умноженная на ставку налога на прибыль. Далее в бухгалтерском учете осуществляется ежемесячное начисление амортизации, которые отсутствуют в налоговом учете. Это приводит к превышению прибыли, исчисленной в нало-

говом учете, над ее величиной в бухгалтерском учете, что формирует временную разницу, подлежащую вычитанию. При этом в учете делается обратная проводка Дт 77 Кт 68. Размер вычитаемого отложенного налогового обязательства рассчитывается как сумма начисленной амортизации, умноженная на ставку налога на прибыль. По истечении срока полезного использования отложенное налоговое обязательство оказывается полностью погашенным.

Если стоимость объекта основного средства превышает 100 000 руб., то в бухгалтерском и налоговом учете основных средств и порядке начисления амортизации различий не возникает. Основное средство отражается по счету 01 «Основные средства», начисление амортизации – по кредиту счета 02 и дебету счетов использования основного средства (Дт 20, 25, 26, 44).

В табл. 1 обобщены способы отражения в бухгалтерском и налоговом учете объектов основных средств.

Для отражения операций по приобретению, движению и выбытию основных средств могут быть использованы как унифицированные формы первичных документов, так и разработанные экономическим субъектом самостоятельно [2]. В программе «1С: Бухгалтерия» для отражения операций с основными средствами предусмотрен блок документов. При этом для отражения операций, связанных только с поступлением основных средств, могут создаваться следующие документы: Поступление: Оборудование; Поступление в лизинг; Поступление доп. расходов; Принятие к учету ОС; Поступление объектов строительства; Передача оборудования в монтаж; Поступление (акт, накладная) с видом операции «Основные средства»; Приобретение земельных участков.

1С реализует несколько схем отражения в учете приобретения и движения объектов основных средств, которые представлены в табл. 2.

Таблица 1

Отражение в бухгалтерском и налоговом учете объектов основных средств

Первоначальная стоимость объекта	Отражение объекта основных средств в налоговом учете	Отражение объекта основных средств в бухгалтерском учете
до 40 000 руб. включительно	Списание списать на текущие расходы при вводе в эксплуатацию	Выбор одного из двух способов: – включить в состав материально-производственных запасов и списать на текущие расходы при вводе в эксплуатацию; – включить в состав основных средств и амортизировать
от 40 000 руб. до 100 000 руб. включительно	Выбор одного выбрать один из двух способов: – списание списать на текущие расходы при вводе в эксплуатацию; – включение включить в состав основных средств и амортизировать	Включение в состав основных средств и начисление амортизации согласно способу, выбранному учетной политикой
свыше 100 000 руб.	Отнесение включить в состав основных средств и начисление амортизации	Включение в состав основных средств и начисление амортизации

Таблица 2

Документы, формируемые при приобретении и введении в эксплуатацию оборудования

Наименование документа	Формируемые проводки
Последовательность документов, формируемых при приобретении и введении в эксплуатацию оборудования, не требующего монтажа	
1. Документ «Поступление: Оборудование»	Дт 08.04.1 Кт 60.01 Дт 19.01 Кт 60.01
2. Документ «Принятие к учету ОС»	Дт 01.01 Кт 08.04.1
Последовательность документов, формируемых при приобретении и введении в эксплуатацию оборудования, не требующего монтажа, но с дополнительными расходами по приобретению объекта	
1. Документ «Поступление: Оборудование»	Дт 08.04.1 Кт 60.01 Дт 19.01 Кт 60.01
2. Документ «Поступление доп. расходов»	Дт 08.04.1 Кт 60.01 Дт 19.04 Кт 60.01
3. Документ «Принятие к учету ОС»	Дт 01.01 Кт 08.04.1
Последовательность документов, формируемых при приобретении и введении в эксплуатацию оборудования, требующего монтажа	
1. Документ «Поступление: Оборудование»	Дт 07 Кт 60.01 Дт 19.01 Кт 60.01
2. Документ «Передача оборудования в монтаж»	Дт 08.03 Кт 07
3. Документ «Принятие к учету ОС»	Дт 01.01 Кт 08.03

Состав и последовательность формируемых документов зависит от вида операций. Составление документов в программе 1С на приобретение и введение в эксплуатацию оборудования, осуществляется обособленно, т.е. самостоятельно через меню «Панель разделов». Исключением является создание документа «Поступление доп. расходов». Данный документ формируется на основании проведенного документа «Поступление: Оборудование». Для этого необходимо остановиться на проведенном документе «Поступление: Оборудование», затем применить кнопку «Создать на основании». После чего в созданном документе корректируется дата документа, заполняются оставшиеся пустыми реквизиты. Данная операция позволит сформировать первоначальную стоимость объекта основных средств, собрав все затраты, связанные с его приобретением [7].

Заключение

Начиная с 1 января 2019 года, были внесены некоторые изменения в НК РФ ст. 259.3, п. 1 – расширен перечень оборудования, эксплуатируемого в условиях наилучших доступных технологий [11]. Данное оборудование амортизируется с повышающим коэффициентом, равным двум. Утвержден новый перечень

оборудования для ускоренной амортизации в соответствии с Постановлением Правительства № 622–р от 07 апреля 2018 года. Теперь под ускоренную амортизацию попадает 583 наименования оборудования, т.е. теперь в 2 раза больше позиций, чем раньше (было 246). [5]. Это решение также обусловит расхождения в налоговом и бухгалтерском учете основных средств.

Анализируя сложившуюся ситуацию, можно сделать следующие выводы:

1. изменения в стоимости основных средств в налоговом учете приняты в пользу налогоплательщиков, но усложнили учет объектов, которые необходимо делить на материалы и основные средства в бухгалтерском учете, на основные средства амортизируемые и не амортизируемые в налоговом, учитывать временные налогооблагаемые разницы, что может привести к ошибкам не в пользу организаций;

2. применение повышающих коэффициентов к большему перечню основных средств еще более обеспечило разрыв между бухгалтерскими и налоговыми расходами по элементу «Амортизация».

Целесообразно, на наш взгляд, внести изменения в ПБУ 6/01, приведя порядок бухгалтерского учета основных

средств к налоговому. Это будет способствовать ликвидации налогооблагаемых разниц, единому подходу к отражению основных средств по стоимостному критерию: 100 000 руб. за единицу – амортизируемые объекты, от 40 000 руб. до 100 000 руб. – неамортизируемые основные средства, стоимость которых непосредственно относится на затраты по обычным видам деятельности, до 40 000 руб. – материальные ценности (инструменты, инвентарь). В целях обеспечения сохранности неамортизируемых основных средств и материальных ценностей стоимостью до 40 000 руб. следует использовать имеющиеся в программе 1С забалансовые счета.

Бухгалтерская прибыль в этом случае сравнивается с налоговой. Однако указанное изменение стоимостной границы для начисления амортизации в бухгалтерском учете скажется на росте себестоимости продукции, работ и услуг, росте цен и уровне инфляции, который в 2018 году превысил плановое значение. В конце декабря Росстат предварительно оценивал инфляцию в 2018 году на уровне 4,2 процента. Подведенный Росстатом итог по инфляции превысил прогноз ЦБ. Регулятор ожидал, что рост потребительских цен по итогам 2018 года составит 3,9–4,2 процента, Официально Росстат определил инфляцию в 2018 году в размере 4,3 % [9].

Библиографический список

1. Налоговый кодекс Рос. Федерации (часть первая) : [от 31 июля 1998 г. № 146–ФЗ] // Собрание законодательства Рос. Федерации. – 1998. – № 31. – Ст. 3824.
2. О бухгалтерском учете: федер. закон [от 6 дек. 2012 г. № 402–ФЗ] // Собрание законодательства Рос. Федерации. – 2011. – № 31. – Ст. 3867.
3. Об утверждении Положения по бухгалтерскому учету «Учет основных средств» ПБУ 6/01: приказ Минфина России : [от 30 марта 2001 г. № 26н] // Бюллетень нормативных актов федер. органов исполнит. власти. – 2001. – № 20. – С. 34–36.
4. Об утверждении Положения по бухгалтерскому учету «Учет расчетов по налогу на прибыль» ПБУ 18/02: приказ Минфина России : [от 19 нояб. 2002 г. № 114н] // Бюллетень нормативных актов федер. органов исполнит. власти. – 2003. – № 10. – С. 57–59.
5. Распоряжение Правительства РФ от 07.04.2018 г. № 622–р «О внесении изменений в распоряжение Правительства РФ от 20.06.2017 № 1299–р» [Электронный ресурс]. URL: <http://www.consultant.ru/cons/cgi/online.cgi?req=doc&base=LAW&n=295509&fld=134&dst=1000000001,0&rnd=0.40850385984488335#040582767788677376> (Дата обращения 20.03.2019).
6. Письмо Минфина РФ от 10.01.2012 г. № 07–02–06/3 «О применении при отражении активов в составе материально-производственных запасов стоимостного лимита, установленного в учетной политике организации, в случае его изменения» [Электронный ресурс]. – URL: <https://www.glavbuh.ru/doc/5330> (Дата обращения 20.03.2019).
7. «1С:Бухгалтерия 8». Практическое освоение бухучета с самого начала. Редакция 3.0: Методические материалы для слушателя сертифицированного курса / ООО «1С-Учебный центр № 3». – М.: «1С», 2018. – 1043 с.
8. Калинина Г.В. Использование современных технологий при проведении инвентаризации основных средств / Г.В. Калинина // 66-я международная научно-практическая конференция #Аграрная наука как основа продовольственной безопасности региона# (Рязань, 14 мая 2015 г.). – Рязань: Рязанский государственный агротехнологический университет им. П.А. Костычева. – 2015. – С. 87–90.
9. Маркелов Р. Росстат назвал уровень инфляции в 2018 году [Электронный ресурс]. – URL: <https://rg.ru/2019/01/10/rosstat-nazval-uroven-inflacii-v-2018-godu.html> (Дата обращения 20.03.2019).
10. Мишанова Е.В. Новые задачи внутреннего финансового контроля в условиях экономических санкций / Мишанова Е.В. // Информационное обеспечение эффективного управления деятельностью экономических субъектов: материалы VII международной научной конференции, посвященной 95–летию Кубанского ГАУ и 15–летию кафедры теории бухгалтерского учета / ФГБОУ ВО «Кубанский государственный аграрный университет им. И.Т. Трубилина». – Майкоп: Изд-во «Магарин Олег Григорьевич». – 2017. – С. 256–262.
11. Основные средства в бухгалтерском и налоговом учете, основные изменения в 2019 году [Электронный ресурс]. – URL: https://buhproffi.ru/buhuchet/osnovnye-sredstva-v-buhgalterskom-i-nalogovom-uchete.html#__2019 (Дата обращения 20.03.2019).

УДК 332.122.62

Киселев А.Б.

ФГБОУ ВО «Кузбасский государственный университет им. Т.Ф. Горбачева»,
Кемерово, e-mail: abkiselev@bk.ru

КРЕДИТНЫЙ РЕЙТИНГ КЕМЕРОВСКОЙ ОБЛАСТИ И ЕЕ ОСНОВНЫХ КОРПОРАЦИЙ

Актуальность данной работы не вызывает сомнений, так как инвестору важно понять, что является стоящим для вложений. В условиях современной нестабильной политической обстановки ресурсы страны в целом, а также конкретных областей являются особо значимыми. В данной статье проведена оценка кредитной привлекательности Кемеровской области и её основных корпораций, опираясь на данные угольной и металлургической промышленности за последние годы. В статье ставится задача рассмотреть более детально сущность кредитного рейтинга на примере Кемеровской области. Приведены основные задачи и цели присуждения рейтинга Кемеровской области и её основных корпораций. В результате анализа были использованы методы сравнения, наблюдения и анализа данных. Проанализированы оценки рейтинговых агентств области и её крупнейших корпораций, их перспективы на будущее. Инвесторам необходима информация о компаниях, которым они хотят доверить деньги. И об оценке компании рейтинговым агентством может зависеть не только будущее компании-эмитента, но и отдельных районов. В Кемеровской области действует ряд региональных законов способствующих повышению кредитной привлекательности Кемеровской области, которые гарантируют инвесторам ряд преимуществ. Вследствие этого можно отметить, что область является привлекательной для инвесторов. Хотя тенденция привлекательности и идет на спад, начиная с 2017 года прогноз «Стабильный», и это вселяет уверенность.

Ключевые слова: кредитный рейтинг, инвестиции, акции, угледобыча, переработка, Кемеровская область

Kiselev A.B.

Kuzbass state technical University named after T.F. Gorbachev, Kemerovo,
e-mail: abkiselev@bk.ru

THE CREDIT RATING OF THE KEMEROVO REGION AND ITS MAJOR CORPORATIONS

The relevance of this work is beyond doubt, since it is important for the investor to understand what is worthwhile for investments. In the current unstable political environment, the resources of the country as a whole, as well as specific areas, are particularly significant. This article assesses the credit attractiveness of the Kemerovo Region and its major corporations, based on data from the coal and metallurgical industry in recent years. The article aims to examine in more detail the essence of the credit rating on the example of the Kemerovo region. The main objectives and goals of the rating of the Kemerovo region and its major corporations are given. As a result of the analysis, methods of comparison, observation and analysis of data were used. Analyzed the ratings of rating agencies of the region and its largest corporations, their prospects for the future. Investors need information about the companies they want to entrust money to. And not only the future of the issuing company, but also individual regions can depend on the company's rating by the rating agency. In the Kemerovo region there are a number of regional laws that contribute to increasing the credit attractiveness of the Kemerovo region, which guarantee investors a number of advantages. As a result, it can be noted that the region is attractive to investors. Although the trend of attractiveness is declining, since 2017 the outlook is "Stable", and this gives us confidence.

Keywords: credit rating, investments, stocks, coal mining, processing, Kemerovo region

Международные рейтинговые агентства оценивают практически все корпоративные долговые ценные бумаги, выпускаемые на международный фондовый рынок. Без согласия рейтингового агентства ни одна ценная бумага не может относиться к инвестиционно-му классу.

Инвесторам необходима информация о компаниях, которым они хотят доверить свои деньги. И от оценки компании рейтинговым агентством может зависеть не только будущее компании-эмитента, но и отдельных регионов.

Кемеровская область, также не является исключением, так как деятельность

большинства компаний на территории области связана с промышленностью (металлургической, химической, угледобывающей и др.)

По прогнозам, которые были сделаны ранее, ожидалось, что операционные доходы за 2018 год сократятся на 6%, а прямой риск Кемеровской области понизился на 3,3 млрд. руб. и стабилизируется на этом уровне. При этом произойдет снижение относительной долговой нагрузки текущих доходов на 24%.

В настоящее время Fitch Ratings отозвало рейтинги Кемеровской области Российской Федерации: долгосрочные рейтинги дефолта эмитента (РДЭ) в иностранной и национальной валюте «BB» и национальный долгосрочный рейтинг «AA-(rus)» со «Стабильным» прогнозом, а также краткосрочный РДЭ в иностранной валюте «B».

Рейтинги отозваны, поскольку регион принял решение прекратить участвовать в рейтинговом процессе, сообщает Fitch. Таким образом, агентство больше не будет иметь достаточной информации для поддержания рейтингов. Соответственно, Fitch больше не рейтингует Кемеровскую область и не проводит анализ по данному региону.

Однако «Эксперт РА – АК&М» присвоил Кемеровской области рейтинг кредитоспособности по национальной шкале: «BB» со стабильными перспективами.

Консорциум «Эксперт РА – АК&М» присвоил Кемеровской области рейтинг кредитоспособности по национальной шкале: «B» со стабильными перспективами.

Консорциум «Эксперт РА – АК&М» присвоил Кемеровской области рейтинг кредитоспособности по национальной шкале: «B» со стабильными перспективами. Первый раз рейтинг кредитоспособности по национальной шкале на уровне «A» был присвоен Кемеровской области в 2007 году и подтвержден в 2008 году.

Рейтинг «B» со стабильными перспективами означает, что Кемеровская область относится к категории заемщиков, имеющих высокий уровень надежности. Риск несвоевременного выполнения обязательств низкий. В течение срока действия рейтинга уровень кредито-

способности, вероятнее всего, останется на прежнем уровне.

Кемеровская область является субъектом РФ с высоким уровнем обеспеченности минерально-сырьевыми ресурсами, что способствует развитию экономики и определяет ее экономический потенциал. На территории области сосредоточено значительное число разрабатываемых и разведанных месторождений различных полезных ископаемых. Из них наибольшее значение для экономики имеют запасы угля и металлических руд. В Кемеровской области расположен один из крупнейших не только в России, но и мире Кузнецкий каменноугольный бассейн. Запасы каменных углей Кузбасса составляют 73% от общего объема запаса этих углей освоенных угольных бассейнов России.

Позитивное влияние на оценку кредитоспособности оказывает высокий уровень экономического развития и инвестиционной активности. На долю Кемеровской области по итогам января-сентября 2018 года приходится 2.7% от общероссийского объема отгруженных товаров и выполненных услуг по трем базовым видам экономической деятельности и 22.8.% от суммарного объема Сибирского федерального округа. По данному показателю область занимает 11 место среди всех субъектов РФ и второе место в СФО. Объем ВРП составляет 1.4% от ВВП России. Важным позитивным фактором является высокий уровень инвестиционной активности. Кемеровская область занимает 2 е место в Сибирском федеральном округе и 20 -е место среди всех регионов России по объему инвестиций в основной капитал. О хорошем уровне инвестиционной активности свидетельствует высокий объем строительных работ, что создает предпосылки для наращивания экономического потенциала. По объему работ, выполненных по виду деятельности строительство, Кемеровская область занимает 15 е место среди всех субъектов РФ и 2 е место в Сибирском федеральном округе.

Рейтинговое агентство S&P в октябре 2017 года повысило долгосрочный кредитный рейтинг Кемеровской области до «BB» с «BB-» со стабильным прогнозом. Это произошло на фоне ожи-

даний, что финансовые показатели региона в следующие три года будут выше уровня, предусмотренного в предыдущем сценарии агентства, а объем долга уменьшится вследствие более высоких темпов роста налоговых доходов.

Как в свою очередь сообщает администрация Кемеровской области области, в апреле 2018 года рейтинг подтвержден на прежнем уровне. Аналитики агентства ожидают, что благодаря восстановлению налоговых доходов и увеличению текущих межбюджетных перечислений из федерального бюджета финансовые показатели Кемеровской области будут улучшаться, а долговая нагрузка стабилизируется на умеренном уровне примерно 30 % доходов бюджета к 2019 году.

Подтверждение рейтингов Кемеровской области с прогнозом «Стабильный» в непростых экономических условиях дает нам возможность вести переговоры с кредиторами о лучших условиях, как по ставке, так и по срочности привлечения новых займов.

Под влияние рейтингов попадает не только экономика Кемеровской области, но и функционирование ее основных организаций:

- ОАО «Распадская»
- ОАО «УК «Кузбассразрезуголь»
- Evraz Group S.A.
- ОАО «Сибирская угольная энергетическая компания»

ОАО «Распадская» – крупнейший производитель коксующегося угля в РФ, объединяет группу предприятий единого территориального производственного угольного комплекса в Кемеровской области. В 2014 году «Распадская» увеличила добычу угля в первом полугодии на 38 % – до 2,57 млн тонн. Объем реализации угольного концентрата в первом полугодии 2014 года вырос на 54 % составил 2,1 млн тонн. Выручка компании снизилась на 18,6 % до 244,8 млн дол.

Moody's повысило рейтинг крупнейшего производителя коксующегося угля «Распадской» до ВВ и улучшило прогноз до «стабильного»

Агентство Moody's пересмотрело сразу несколько рейтингов «Распадской». Корпоративный рейтинг группы повышен с В1 до В2, прогноз по нему изменился со «негативного» на «позитив-

ного». Аналогичный показатель для ирландской Raspadskaya Securities Ltd. повышен с В2–PD до В1–PD, а оценка ее приоритетных необеспеченных долговых обязательств с В2 до В1, прогноз также пересмотрен со «негативного» на «стабильного». Аналитики объясняют повышение рейтингов улучшением ситуации в угольно-металлургическом секторе. По их мнению, рынок останется ненасыщенным из-за высокого спроса покупателей в сталелитейной промышленности.

Проблемы, связанные с добычей на шахте «Распадская» (принадлежит одноименной компании) после временной приостановки работы предприятия в мае 2014 г., оказали дополнительное давление на компанию. Цена на кокс повысилась со \$172 за 1 т на поставки во II квартале до \$198 за 1 т в III квартале, указывает в сообщении Moody's. Внутророссийские цены при этом придут к уровню в \$100 за 1 т без учета доставки, а экспортные цены будут еще выше, прогнозируют аналитики агентства. С учетом затрат «Распадской» в \$62 за 1 т в 2013 г. это приведет к повышению операционной прибыли и денежных потоков, предупреждает Moody's. Позитивный прогноз агентство объясняет тем, что финансовые результаты «Распадской» будут улучшаться в ближайшие 12–18 месяцев, потому что разница между рыночными ценами на коксующийся уголь и его себестоимостью для «Распадской» будет повышаться. В результате бизнес компании будет менее чувствителен к ценам, следует из текста. Представитель «Распадской» отказался от комментариев.

Рейтинги учитываются при оценке рисков по компании и отражаются в конечной стоимости ее заимствований, напоминает аналитик Deutsche Bank. Хотя долги «Распадской» уже в полтора превышают показатель EBITDA по итогам 2017 г., больших заимствований ей не потребуется. У компании есть возможность урезать капитальные затраты или обратиться за помощью к основному акционеру Evraz. Поэтому нет особых проблем в изменении рейтинга, считает аналитик.

Fitch также может пересмотреть рейтинг и прогноз по «Распадской» после

выхода финансовых результатов «Распадской»

Добавим, что акции компании в последнее время стабильно повышаются в цене. Да и финансовые показатели «Распадской» по итогам первого полугодия улучшились. Чистая прибыль по РСБУ увеличился до 2,741 млрд рублей, выручка увеличилась на 18,6% до 2,762 млрд рублей.

Исходя из этого, можно сделать вывод о том, что положение компании на данный момент стабильное и для инвесторов нет риска вложения средств.

Кузнецкий угольный бассейн (Кузбасс) является одним из самых крупных угольных месторождений мира, он расположен в Западной Сибири, на территории Кемеровской области. В бассейне расположено 58 шахт и 36 угольных разрезов. Предполагается, что возраст самых древних углей Кузбасса составляет около 350 миллионов лет. Крупнейшей компанией на Кузбассе, специализирующейся на добыче угля открытым способом является ОАО «УК «Кузбассразрезуголь».

В ее состав входят 6 угольных разрезов – «Кедровский», «Моховский», «Бачатский», «Краснобродский», «Талдинский», «Калтанский». Балансовые запасы УК составляют более 2 млрд тонн угля.

Ежегодно предприятия Компании добывают свыше 50 млн тонн топлива. Около 50% добываемого угля реализуется на экспорт.

Международное рейтинговое агентство Moody's повысило корпоративный рейтинг ОАО «Угольная компания «Кузбассразрезуголь»» до «В1» с «В2», сообщается в пресс-релизе агентства.

Прогноз рейтинга – «позитивный».

Рейтинг вероятности дефолта оставлен без изменений на уровне «В1–PD».

Улучшение рейтинга компании отражает стабильный спрос на энергетический уголь на российском рынке, вследствие чего компания увеличивает долю экспорта, тем временем как цены на него за рубежом повышаются, отмечает Moody's. В результате агентство ожидает повышения левереджа компании с текущего уровня в 3,1х до 5х в 2017–2019 годах и сохранения показателя рентабельности на уровне около

14% до конца 2019 года в отсутствие негативных изменений на внутреннем или внешнем рынках.

Кроме того, рейтинг принимает во внимание хорошие показатели ликвидности «Кузбассразрезугля», так как доля краткосрочного долга в общей задолженности компании заметно сократилась, и остается на уровне в 26%.

К дальнейшему повышению рейтинга компании может привести повышение рентабельности, которое приведет к увеличению левереджа до более чем 2х в 2019 году, говорят аналитики Moody's.

Повышение рейтинга вероятно в обозримом будущем, с учетом «позитивного» прогноза.

ЕВРАЗ является вертикально-интегрированной металлургической и горнодобывающей компанией с активами в России, на Украине, в США, Канаде, Чехии, Италии и Южной Африке. Компания входит в топ-20 крупнейших производителей стали в мире. В 2017 г. ЕВРАЗ произвел 17,9 млн тонн стали. Компания входит в ведущий индекс Лондонской Фондовой Биржи FTSE-250. Консолидированная выручка ЕВРАЗ за 2017 г. составила \$17 728 млн, консолидированная EBITDA – \$2 912 млн.

Основные направления деятельности:

1. Производство и продажа стальной продукции
2. Добыча и обогащение железной руды
3. Добыча угля
4. Производство и продажа ванадия и ванадиевых продуктов
5. Торговля и логистика

Международное рейтинговое агентство Fitch присвоило компании ЕВРАЗ долгосрочный кредитный рейтинг «ВВ». Прогноз по изменению рейтинга «Позитивный». Эксперты агентства отметили, что повышение рейтинга стало возможным благодаря конкурентноспособному уровню затрат ЕВРАЗа, который обусловлен высокой самообеспеченностью основным металлургическим сырьем, а также дальнейшими ожиданиями роста показателей кредитоспособности в результате консолидации активов российской угольной компании «Распадская».

Сталелитейное направление в ЕВРАЗ представлено несколькими метал-

лургическими заводами в России, Украине и Польше. Основной номенклатурой выпускаемого металлопроката являются длинномерный листовой и сортовой прокат, балка, швеллер, шестигранник, угловая сталь и круги различных диаметров.

Рейтинг EVRAZ plc присвоен на одном уровне с Evraz Group S.A., основным эмитентом долга в группе. По мнению агентства, кредитоспособность EVRAZ на консолидированной основе в целом равна кредитоспособности Evraz Group S.A.

Служба кредитных рейтингов Standard & Poor's подтвердила долгосрочный кредитный рейтинг, рейтинг банковского долга и рейтинг приоритетного обеспеченного долга российского производителя стали Evraz Group S.A. («Евраз») и его ключевой дочерней компании Mastercraft Ltd. (все рейтинги – на уровне «BB»).

Служба кредитных рейтингов Standard & Poor's подтвердила долгосрочный кредитный рейтинг, рейтинг банковского долга и рейтинг приоритетного обеспеченного долга российского производителя стали Evraz Group S.A. («Евраз») и его ключевой дочерней компании Mastercraft Ltd. (все рейтинги – на уровне «BB»). В то же время подтвержден рейтинг по национальной шкале «ruAA-». Standard & Poor's вывели все рейтинги из списка CreditWatch (рейтинги на пересмотре), куда они были помещены 27 мая 2015 г. с негативным прогнозом. Прогноз по рейтингам – «Позитивный». Кроме того, агентство присвоило рейтинг долга «BB» конвертируемым облигациям «Евраз» на 600 млн долл. (купон – 7,25%) со сроком погашения в 2018 г., выпущенным «Евразом» ранее в этом месяце. Облигациям также присвоен рейтинг ожидаемого уровня возмещения долга после дефолта на уровне «4», что соответствует ожиданию среднего уровня возврата долга кредиторам после возможного дефолта (30–50%). Подтверждение рейтингов обусловлено тем, что, сохраняется стабильное положение в сталелитейной отрасли, «Евраз» сможет поддерживать свои характеристики кредитоспособности в следующем году на уровне, соответствующем рейтингу «BB».

ОАО «Сибирская угольная энергетическая компания» (СУЭК) – крупнейшее в России угольное объединение и единственная отечественная компания, входящая в десятку лидеров мирового угольного рынка по объемам добычи угля. Компания обеспечивает 31% поставок энергетического угля на внутреннем рынке и более 25% российского угольного экспорта.

Агентство Moodys повысило рейтинг EVRAZ до «Ba3», прогноз «Стабильный».

Рейтинг приоритетных необеспеченных долговых обязательств Evraz Group S.A. был также повышен с «B2» до «B1».

В пресс-релизе агентства отмечается, что повышение рейтинга и прогноз «Стабильный» отражают улучшение операционных и финансовых показателей деятельности ЕВРАЗ за последние два года и, в частности, стабильный свободный денежный поток, позволивший значительно сократить долг. Повышению рейтинга до уровня Ba3 способствовали уверенные позиции ЕВРАЗ на рынке длинного стального проката, рентабельная производственная база, вертикальная интеграция в железную руду и уголь, широкая продуктовая линейка и глобальная диверсификация бизнеса.

«СУЭК» в 2017 году получила чистую прибыль по РСБУ в размере 21 млрд 480,131 млн рублей. Выручка компании в 2017 году повысилась на 10%, до 106 млрд 850,318 млн рублей. Дебиторская задолженность ОАО «СУЭК» на 31 декабря 2013 года составила 19 млрд 462,868 млн рублей против 33 млрд 224,922 млн рублей на 31 декабря 2015 года, долгосрочные обязательства компании – 39 млрд 721,651 млн рублей против 86 млрд 599,854 млн рублей, краткосрочные обязательства – 47 млрд 75,679 млн рублей против 37 млрд 421,073 млн рублей.

Международное рейтинговое агентство Moodys повысило корпоративный рейтинг ОАО «Сибирская угольная энергетическая компания» (СУЭК), а также рейтинг выпуска облигаций компании на сумму 10 млрд рублей до «Ba3» с «B1», сообщается в пресс-релизе агентства. Прогноз – «стабильный».

ООО «СУЭК-Финанс» – 100%-я дочерняя компания ОАО «Сибирская угольная энергетическая компания» (СУЭК), имеющей рейтинги Moodys «Вa3» со «стабильным» прогнозом. «СУЭК-Финанс» размещает долговые обязательства с единственной целью – профинансировать кредит компании SUEK Plc материнскому холдингу «СУЭКа».

Как сообщалось, «СУЭК-Финанс» планирует открыть книгу заявок инвесторов на приобретение облигаций 5-й серии объемом 10 млрд рублей 15 августа 2017 года. Организаторами сделки выступают Sberbank CIB совместно с «ВТБ Капиталом», БК «Регион» и Юникредит банком.

Повышение рейтинга СУЭК обусловлено устойчивым улучшением финансовых показателей компании, а также недавним отделением ее энергетических активов, упростившим бизнес-профиль СУЭК и структуру ее акционеров, отмечается в сообщении Moody's. А так же отражает ведущее положение компании как производителя энергетического угля мирового уровня, конкурентный уровень операционных издержек, значительные и легкоизвлекаемые запасы угля, должным образом диверсифицированную базу национальных и иностранных клиентов, стабильный уровень внутрироссийских продаж в связи с близостью шахт к энергогенерирующим клиентам компании и первостепенную важностью производимого компанией электричества для потребителей, контроль компании над значительной частью транспортной инфраструктуры, которая позволят доставлять уголь на рынки Европы и Тихоокеанского региона, а также мнение агентства, которое прогнозирует рост продаж компании без увеличения долговой нагрузки.

Одновременно с этим повышение рейтинга до Вa3 отражает растущую подверженность компании волатильным ценам на международном рынке угля и в меньшей степени – международным грузовым тарифам; неопределенность вокруг сокращения субсидий; неэффективность и ограничения объема железнодорожных грузовых перевозок, что может потребовать увеличения инвестиций компании; высокий риск необходимости проведения рефинансирования в течение

ближайших двух лет; риски, обусловленные валютным курсом, а также необходимость принимать участие в аукционах с целью получения новых и продления старых лицензий на добычу.

Корпоративный рейтинг на уровне «Вa3» отражает, во-первых, роль СУЭК, как ведущего мирового производителя энергетического угля, во-вторых, обширные резервы угля, принадлежащие компании и достаточно легкую их геологию, в-третьих, наличие у компании хорошо диверсифицированной базы клиентов как на внутреннем, так и на международном рынке.

Эксперты агентства также отмечают стабильность продаж СУЭКа на российском рынке и тот факт, что компания контролирует существенную часть необходимой ей транспортной инфраструктуры.

Кроме того, Moody's ожидает, что СУЭК сможет увеличить свои экспортные продажи без аккумулирования дополнительного долга. Moody's Interfax Rating Agency повысило рейтинг СУЭК по национальной шкале до «Aa3.ru» с «A1.ru», прогноз – «стабильный».

Международная корпорация Fitch Ratings присвоило ОАО «Сибирская угольная энергетическая компания» (СУЭК) корпоративный рейтинг «В1» и рейтинг вероятности дефолта эмитента «В1».

Одновременно с этим агентство Fitch Ratings присвоило СУЭК рейтинг по национальной шкале «A1.ru».

В то же время Fitch Ratings присвоило предварительный рейтинг «В1» планируемому выпуску номинированных в рублях облигаций СУЭК.

Прогноз рейтингов – «позитивный».

Как отмечается в сообщении Fitch Ratings, корпоративный рейтинг СУЭК отражает в том числе позиции компании в качестве лидирующего производителя энергетического угля с низкой базовой стоимостью, обширные и относительно диверсифицированные запасы, хорошо профинансированные базисные активы, которые гарантируют непрерывность операций и возможность экспортировать продукцию компании через собственный портовый терминал.

Кроме того, эксперты Fitch Ratings отметили в качестве факторов, определивших уровень присвоенного рейтинга

га, стабильный внутренний спрос и растущий экспорт, способные поддержать высокий уровень левереджа, развитую клиентскую базу, состоящую в основном из крупных и надежных компаний. Поддержку текущему рейтингу оказывает также выгодное географическое положение и доступ к объектам инфраструктуры, позволяющие компании осуществлять экспорт, вертикальная интеграция в производство электроэнергии, гарантирующие синергетические выгоды и стабильность продаж на внутреннем рынке, а также благоприятный

прогноз роста прибыли в условиях либерализации энергетического рынка РФ и адекватный уровень корпоративного управления.

Проанализировав рейтинги данных компаний, можно сказать, что рейтинги во многом зависят от рейтинга региона в котором они находятся.

Оценивая рейтинги агентств можно сделать вывод, о довольно нестабильном положении и снижении привлекательности для инвестиций, как отдельно выделенных компаний, так и экономики региона в целом.

Библиографический список

1. Распадская ОАО «Распадская»: [Электронный ресурс] // О компании – <http://www.raspadskaya.ru/company/>.
2. Финмаркет Аналитикам: [Электронный ресурс] – <http://www.finmarket.ru/database/organization/?fid=88403>.
3. АК&М Рейтинговое агенство: [Электронный ресурс] // Исследование кредитоспособности субъектов РФ 2017 – <http://new.akmrating.ru/ru/relize/index/506>.
4. Ведомости: [Электронный ресурс] // Moody's повысила рейтинг «Распадской» – <http://www.vedomosti.ru/companies/news/15374981/raspadskoj-ponizili-rejting>.
5. Финмаркет Аналитикам: [Электронный ресурс] // Новости – <http://www.finmarket.ru/database/news.asp?fid=86512&sw=%D1%D3%DD%CA&fs=T&id=1538943&ref>.
6. FinamBonds: [Электронный ресурс] // Новости – <http://bonds.finam.ru/news/item/fitch-otozvalo-reiyingi-kemerovskoiy-oblasti/>.
7. Rusbonds.ru: [Электронный ресурс] // S&P понизило рейтинги Кемеровской области – <http://www.rusbonds.ru/enwsinf.asp?emit=866679>.
8. Fitch Ratings: [Электронный ресурс] // http://www.fitchratings.ru/rws/press-release.html?report_id=904104.

УДК 334.17

Ковальчук М.Д.

ФГБОУ ВО «Кубанский государственный аграрный университет им. И.Т. Трубилина», Краснодар, e-mail: maksim.kowal4uk@yandex.ru

ОСОБЕННОСТИ ИНТЕГРИРОВАННЫХ СТРУКТУР В АПК

В данной научной статье рассмотрены особенности интегрированных структур в агропромышленном комплексе России. Исследована теоретическая сущность агроинтеграции, представлена ее основная идея, а также причины ее создания и виды. Особое внимание уделено исследованию горизонтальной и вертикальной интеграции, а именно указывается их теоретическое определение, анализируется взаимосвязь друг с другом, а также отражаются их принципиальные отличия и роль в агроинтеграции. Дана детальная характеристика форм агроинтеграции. Исследовано понятие и сущность агрохолдинга, рассмотрены его особенности как агроинтеграции. Нами было выявлено, что агрохолдинг является основной формы агроинтеграции, по причине того, что в данном случае организации имеют больше возможностей для привлечения инвестиций как отечественных, так и зарубежных. В качестве одного из самых существенных недостатков агрохолдинга, как агроинтеграции представлен наносимый урон используемым в производстве сельскохозяйственным угодьям. Далее в статье проведен анализ положительных, отрицательных стороны агрокластера, Создание кластеров агропроизводства представляет собой один из основных факторов, который способствует росту конкурентоспособности хозяйствующих субъектов данной отрасли. По итогу исследования, нами выявлены положительные и отрицательные черты агроинтеграции, сформулирован ряд проблем, даны рекомендации по их устранению.

Ключевые слова: интеграция, интегрированные структуры, горизонтальная интеграция, вертикальная интеграция, АПК, агрохолдинг, кластер, технопарк, инновации, новые технологии

Kovalchuk M.D.

Kuban state agrarian university, Krasnodar, e-mail: maksim.kowal4uk@yandex.ru

FEATURES OF INTEGRATED STRUCTURES IN AGRICULTURE

In this scientific article the peculiarities of integrated structures in the agro-industrial complex of Russia are considered. The theoretical essence of agrointegration is investigated, its basic idea, and also reasons of its creation and kinds are presented. Special attention is paid to the study of horizontal and vertical integration, namely their theoretical definition, the interrelation with each other, and also their principal differences and role in agrointegration are reflected. Detailed characteristics of forms of agrointegration are given. The concept and essence of agroholding are studied, its peculiarities are considered as Agrointegration we have found out that agroholding is the main form of agrointegration, because in this case the organizations have more opportunities for the investment of both domestic and foreign investments. As one of the most significant disadvantages of agroholding, as Agrointegration is presented damage to agricultural lands used in production. Further in the article the analysis of positive, negative aspects of agrocluster, creation of clusters of agro-production is one of the main-ditch, which promotes growth of competitiveness Businesses in the industry. According to the results of the research, we have identified the positive and negative features of agrointegration, a number of problems have been clarified, recommendations for their elimination are given.

Keywords: integration, integrated structures, horizontal integration, integration, agribusiness, agroholding, cluster, technopark, innovations, new technologies

Введение

Мировой опыт показывает, что процессы продовольственной интеграции и кооперации представляют собой значимую часть перехода агропроизводства на путь инновационного развития. Вопрос установления степени значимости интеграции хозяйствующих субъектов АПК, несмотря на широкое исследование проблем развития указанной отрасли, в настоящее время остается открытым.

Цель исследования. Цель данного исследования заключается в анализе особенностей интегрированных структур в АПК, выявлении проблем в их функционировании, а также выявлению путей их решения.

Материал и методы исследования

Материалом данного научного исследования явились теоретические и практические разработки отечественных ученых-экономистов в области

интеграционных процессов аграрного производства. Методы исследования: системного анализа, монографический, структурно-логический и другие.

Результаты исследования и их обсуждение

Ключевой идеей интеграции агропредприятий является процесс объединения производства и сбыта продукции сельского хозяйства.

Агроинтеграция горизонтального и вертикального типа является формой координации среди хозяйствующих субъектов АПК, что выражается в методологии построения организационно-управленческих связей в условиях интегрируемого производства [1].

Горизонтальная интеграция представляет собой внутривладельческие объединения в границах одной отрасли.

При исследовании вертикального типа агроинтеграции следует подчеркнуть сложность межхозяйственных связей и трудности в качественном совершенствовании.

Начальной точкой вертикальной интеграции является горизонтальный тип хозяйственных связей, который основывается на принципах кооперации.

Агроинтеграция способствует выводу деятельности хозяйствующих субъектов АПК на качественно новый уровень, предполагающий взаимодействие межотраслевого характера [1].

По нашему мнению, исходя из теоретического анализа вопроса, в настоящей экономической ситуации интеграционное развитие хозяйствующих субъектов АПК является ключевым фактором в повышении эффективности их деятельности. Особенностью данного вопроса является синтез горизонтальных и вертикальных связей, что обуславливает новые условия взаимодействия.

Далее рассмотрим существующие формы агроинтеграции.

Агрохолдинг представляет собой общность фирмы и дочерних предприятий, которые подконтрольны данной фирме, при этом осуществляющие производство и реализацию сельскохозяйственной продукции. Особенность данной формы такой агроинтеграции заключается в наличии единого органа управления, жесткой централизации,

организационно-правовой формы (акционерное общество), исключительно в рамках осуществляемой деятельности применяются научные разработки.

Агрохолдинг необходимо рассматривать в качестве основной формы агроинтеграции, по причине того, что в данном случае организации имеют больше возможностей для привлечения инвестиций как отечественных, так и зарубежных.

Однако при агроинтеграции типа агрохолдинга, осуществляется концентрация земель посредством вытеснения земли с рынка аренды, что является причиной обострения на селе социально-экономической ситуации.

Характерными чертами являются:

- прекращение ведения деятельности сельхозорганизаций в соответствующей местности;
- потеря места работы для определенного числа жителей сельскохозяйственной местности;
- уменьшение потока налоговых поступлений в местный бюджет;
- прекращения финансирования социальной инфраструктуры села.

Одним из значительных недостатков агрохолдинга, как агроинтеграции, является наносимый урон используемым в производстве сельскохозяйственным угодьям, вследствие импорта генетически модифицированных растений и осуществляя монокультурное производство, что приводит к деградации сельскохозяйственных угодий.

Следующая форма агроинтеграции, это технопарк или агропарк, что представляет собой объединение финансовых институтов, коммерческих и некоммерческих организаций науки и образования, предприятий, которые осуществляют активное взаимодействие между собой, а также органами госвласти, с целью осуществления деятельности по формированию новых технологий для инновационного агропроизводства [2].

Кластер – форма агроинтеграции, которая предполагает объединение предприятий по поставке оборудования, специализированных производственных и сервисных услуг, научно-исследовательских и образовательных организаций, которые имеют связи территориальной близости и функциональной за-

висимости в сфере производства и реализации товаров и услуг [3].

Особенность данной формы агроинтеграции заключается в узкой специализации, наличии управляющей фирмы, отсутствие единого устава, а договорные отношения, в данном случае, являются формой взаимодействия.

Создание кластеров агропроизводства представляет собой один из основных факторов, который способствует росту конкурентоспособности хозяйствующих субъектов данной отрасли. На одной территории осуществляется концентрация производственных предприятий, обслуживающих организаций, а также хозяйствующих субъектов переработки и реализации произведенной продукции, что создает условия для получения синергетического эффекта. Если при этом существует механизм эффективного взаимодействия среди перечисленных субъектов – это оказывает положительное влияние на производительность труда в агросфере.

Государство при создании такой агроинтеграционной структуры, как кластер, имеет возможность реализовать социально-значимые интересы, посредством сочетания развития крупных и малых форм ведения хозяйства на селе. При этом малые предприятия должны входить в систему кооперации, наличие которой является предопределяющим фактором уровня их конкурентоспособности на агрорынке [1].

Далее определим негативные черты процесса агроинтеграции:

- малая инновационная заинтересованность, по причине слабой конкуренции. В данном случае, производитель не стремится использовать в своей деятельности новые технологии вследствие того, что знает о своем доминировании на рынке, что гарантирует высокий стабильный спрос на производимую продукцию. Данная черта носит отрицательный характер в силу того, что способна сократить поток инновационных разработок в АПК;

- определение уровня цены продажи, стремление переложить издержки на конечного потребителя, не имеющего возможности оказывать обратное влияние на производителя, что приводит к снижению уровня жизни населения;

- посредством снижения качества выпускаемой продукции, монополист добивается экономии собственных средств. Достаточно часто руководство такой организации ставит задачу о снижении издержек, не учитывая, что это может оказать отрицательное воздействие на качество выпускаемой продукции.

Выводы или заключение

Перед государством первоочередной задачей является создание базовых условий развития кооперации, а именно малых форм хозяйствования на селе в виде личных подсобных хозяйств, малых форм хозяйствования, а не организация интеграционных образований, которые связывают крупные сельхозорганизации и агрохолдинги в общую производственную систему.

Также следует решить вопрос доступности земельных ресурсов, обеспечения сельхозпроизводителей доступом к услугам ветеринарии, защиты растений.

Немаловажная задача государства – это информирование и популяризация кооперативного производства. При реализации данной задачи необходимо учитывать недопустимость использования мер по формированию системы кооперации, сокращающих самоинициативу членов данного объединения и допускающих переход этих структур в вертикально-интегрированные холдинги.

Формами господдержки могут выступать: субсидии, гранты, дотации, которые связанные с целевой деятельностью сельскохозяйственных товаропроизводителей и поддержкой интересов собственников бизнеса и государства.

Не стоит исключать проблему выхода крупных интегрированных образований из отрасли. Инвесторы из других отраслей экономики, в случае изменения рыночной конъюнктуры, покидают аграрную сферу производства, при этом не создав значимой материально-технической базы в сельхозорганизациях, что в большинстве случаев приводит к банкротству таких предприятий.

Отдельно выделяются проблемы, с которыми сталкиваются агроинтеграционные структуры, которые связаны с масштабом их организационной структуры.

1. Потеря управления, а именно сложная нединамичная управленческая структура высокая вероятность принятия запоздалых и не рациональных решений.

2. Разнородность дочерних предприятий, что находит различия в целях и корпоративной культуре. Возникновение данной проблемы объясняется отсутствием скоординированной работы по вышеуказанным направлениям. В случае если одна из дочерних организаций реализовывала продукцию собственного производства, установив при этом на нее высокую стоимость для сторонних покупателей, Это повлечет рост прибыльности данной организации, в тоже время как иному дочернему предприятию стало необходимо закупать сырье у сторонних организаций по установленной цене. Вследствие этого, выпускаемая про-

дукция, оказалась менее конкурентоспособной, а показатели эффективности снизились.

3. Отсутствие самостоятельности в управлении дочерних организаций. Как бы ни была оптимизирована структура агрохолдинга, его организационная структура представляет собой жестко формализованную и сложную иерархическую систему, характеризующуюся бюрократическим аппаратом с повторяющимися функциями на различных уровнях организационной структуры.

Необходимо отметить, что указанные выше проблемы ведения деятельности агроинтегрированных структур – условные, с целью их решения первоначально следует усовершенствовать систему управления данного типа организациями посредством создания интеграционно-диверсификационной структуры функционирования.

Библиографический список

1. Ковальчук М.Д. Состояние интегрированных структур в сельском хозяйстве Краснодарского края / М.Д. Ковальчук // Научное обеспечение агропромышленного комплекса: сб. ст. по материалам XII Всерос. конф. молодых ученых. – Краснодар: КубГАУ, 2018. – 1835 с.
2. Ковальчук М.Д. Инвестиции в инновационные проекты как фактор формирования экономической устойчивости сельскохозяйственного предприятия / М.Д. Ковальчук // Инвестиционный менеджмент и государственная инвестиционная политика. Материалы международной научной конференции – Краснодар, Краснодарский ЦНТИ – филиал ФГБУ «РЭА» Минэнерго РФ, 2017.
3. Ковальчук М.Д. Инвестиционная деятельность в аграрном секторе экономики / М.Д. Ковальчук // Инвестиционный менеджмент и государственная инвестиционная политика. Материалы международной научной конференции – Краснодар: Краснодарский ЦНТИ – филиал ФГБУ «РЭА» Минэнерго РФ, 2017.
4. Рынок животноводческой продукции в Краснодарском крае / В. Гайдук / АПК: экономика, управление. – 1997. – № 12. – С. 68–73.
5. Анализ развития свиноводства Ростовской области / О.Н. Бунчиков, В.И. Гайдук // Colloquium-journal. – 2018. – № 4–3 (15). – С. 10–13.

УДК 338.436.33:636.2.034(470.620)

Кремянская Е.В., Кремянский В.Ф., Кремянский В.В.

ФГБОУ ВО «Кубанский государственный аграрный университет им. И.Т. Трубилина»,
Краснодар, e-mail: kreml3010@mail.ru

ОБ ЭФФЕКТИВНОСТИ ОРГАНИЗАЦИИ КОРМОВОЙ БАЗЫ МОЛОЧНОГО СКОТОВОДСТВА В КРАСНОДАРСКОМ КРАЕ

Обоснована необходимость укрепления кормовой базы молочного скотоводства. Обозначены основные требования к ее организации и выявлены отличительные особенности формирования в Краснодарском крае. Проанализированы структура посевных площадей кормовых культур, их урожайность и валовые сборы в регионе. Определены причины изменения объемов производства продукции выращивания отдельных кормовых культур и их групп в исследуемом периоде. Отмечена важность сокращения потерь кормов при их заготовке, хранении и использовании. Выявлена устойчивая тенденция роста молочной продуктивности коров в 2010–2017 гг. в среднем на 240,1 кг/гол. или на 3,9 % в год. Изучены динамика среднегодового расхода кормов на корову в сельскохозяйственных организациях края и удельного веса концентратов в структуре скармливания. Посредством корреляционно-регрессионного анализа установлено наличие довольно тесной статистически значимой связи между молочной продуктивностью коров и расходом кормов на одну голову, вариация которого объясняла 52,3 % различий в среднегодовых удоях. Проведен расчет окупаемости кормов выручкой от реализации молока, исчисленной в ценах базисного года, что позволяет обеспечивать сопоставимость получаемых результатов при оценке эффективности кормовой базы в динамике. Намерены приоритетные направления совершенствования кормовой базы молочного скотоводства.

Ключевые слова: молочное скотоводство, кормовая база, кормовые культуры, расход кормов, окупаемость кормов, продуктивность, уравнение регрессии

Kremyanskaya E.V., Kremyansky V.F., Kremyansky V.V.

Kuban State Agrarian University named after I.T. Trubilin, Krasnodar,
e-mail: kreml3010@mail.ru

ON THE EFFICIENCY OF DAIRY CATTLE FEED BASE ORGANIZATION IN THE KRASNODAR REGION

The need to strengthen dairy cattle breeding feed base has been substantiated. The basic requirements for its organization are indicated and the distinctive features of the formation in the Krasnodar Territory are revealed. The structure of sown areas of forage crops, their yield and gross harvest in the region are analyzed. The causes of changes in the production volumes of growing individual forage crops and their groups during the period under review are determined. Reducing feed losses during harvesting, storage and usage is considered important. The steady growth trend of milk yields of cows in 2010–2017 was revealed at an average rate of 240.1 kg / head or by 3.9 % per year. The dynamics of the average annual feed consumption per cow in the agricultural organizations of the region and the proportion of concentrates in the feeding structure were studied. A correlation-regression analysis revealed the presence of a fairly close statistically significant relationship between the milk productivity of cows and feed consumption per head, the variation of which explained 52.3 % of differences in average annual milk yield. The calculation of the payback of feed proceeds from the sale of milk was made, calculated in the prices of the base year, which allows for the comparability of the results when assessing the effectiveness of the food supply in dynamics. Priorities for improving the dairy cattle feed base were outlined.

Keywords: dairy cattle breeding, fodder base, fodder crops, feed consumption, feed payback, productivity, regression equation

Введение

Согласно «Стратегии социально-экономического развития Краснодарского края» [6], к 2030 г. планируется довести производство сырого молока в регионе до 2,2 млн т, а при реализации оптимистического сценария – до 2,6 млн т. Достижение данного критерия будет

возможным при условии создания в хозяйствах края надежной кормовой базы. Основными требованиями, предъявляемыми к ее организации, являются устойчивость и соответствие планируемому объему производства продукции животноводства. При этом практика показывает, что сбалансированное кормление способствует росту молочной продук-

тивности коров в ряде случаев в 1,5 раза и улучшает качество молока до уровня, обусловленного наследственностью. С экономической точки зрения кормовая база должна обеспечивать животных не только полноценными, но и сравнительно более дешевыми кормами на протяжении всего периода их хозяйственно-го использования.

Цель исследования состоит в выявлении основных тенденций формирования кормовой базы молочного скотоводства, оценке эффективности ее организации и разработке предложений по дальнейшему укреплению.

Материал и методы исследования

Работа выполнена по данным территориального органа Федеральной службы государственной статистики по Краснодарскому краю и Республике Адыгея с использованием общенаучных и специальных методов исследования (анализа, синтеза, индукции, дедукции, сравнения и других).

Результаты исследования и их обсуждение

Отличительной особенностью организации кормовой базы молочного скотоводства в Краснодарском крае является ведущая роль полевого кормодобычания в ее формировании [9], что объективно обусловлено высоким уровнем распаханности земель (свыше 80 % площади сельскохозяйственных угодий в регионе приходится на пашню). Как следствие – с пашни поставляется по-

рядка 90 % всех кормов, причем значительную часть кормовых ресурсов подотрасли составляют отходы растениеводства и переработки продукции выращивания сельскохозяйственных культур (солома и полова, стебли кукурузы, свекловичный жом, патока и ботва сахарной свеклы и др.).

В структуре посевных площадей края в настоящее время удельный вес кормовых культур составляет около 8–10 % против 21–25 % в конце 1990-х – начале 2000-х годов (табл. 1). Данное обстоятельство обусловлено, главным образом, сокращением поголовья сельскохозяйственных животных и, в том числе – молочного направления продуктивности. В 2017 г. доля многолетних трав в кормовом клине выросла по сравнению с 2013 г. на 3,7 %, а их общая площадь составила 156,1 тыс. га. Подобное распределение (примерно 70 % кормовых площадей под многолетние и однолетние травы и 30 % под кукурузу и кормовые корнеплоды) отвечает современным требованиям организации кормовой базы. Люцерна, другие многолетние бобовые культуры служат основным источником поступления в организм коровы растительного белка и сырьем для заготовки сена, сенажа, травяной муки. Кукуруза традиционно занимает место главной силосной культуры [5]. Кроме того, будучи наиболее продуктивной в пожнивных и поукосных посевах, она используется в качестве зеленого корма для скота в летнее и осеннее время года.

Таблица 1

Структура посевных площадей кормовых культур в хозяйствах всех категорий Краснодарского края*

Кормовая культура	2013 г.		2014 г.		2015 г.		2016 г.		2017 г.	
	Тыс. га	%	Тыс. га	%	Тыс. га	%	Тыс. га	%	Тыс. га	%
Кукуруза на силос и зеленый корм	100,3	28,4	83,3	26,9	81,9	27,4	82,6	28,2	79,0	28,2
Однолетние травы	62,7	17,7	47,7	15,4	45,8	15,3	44,0	15,0	42,0	15,0
Многолетние беспокровные травы	43,7	12,4	46,8	15,1	43,6	14,6	40,0	13,6	39,1	14,0
Многолетние травы посева прошлых лет	142,5	40,3	127,2	41,1	122,7	41,0	122,5	41,8	117,0	41,8
Прочие кормовые	4,2	1,2	4,5	1,5	5,2	1,7	4,0	1,4	2,8	1,0
Всего кормовых	353,4	100,0	309,5	100,0	299,2	100,0	293,1	100,0	279,9	100,0
Доля кормовых культур в общей посевной площади	X	9,7	X	8,5	X	8,1	X	7,9	X	7,6

* По данным [7].

Следует отметить, что кукурузе принадлежит ведущая роль в мировом балансе кормов. Однако в кукурузосеющих странах мира ее выращивают в основном на зерно – самый ценный энергетический корм [4]. Например, в США использование зерна кукурузы в рационах молочного скота за последние 35 лет увеличилось более чем на 50 % и превысило 20 млн. т в год.

Важную роль в кормовом балансе Краснодарского края играют смешанные посевы однолетних кормовых культур – викопшеничные и горохоовсяные, дающие хорошо сбалансированный по белку зеленый корм. Являясь промежуточными, смешанные посевы позволяют к тому же проводить после их уборки поукосный сев кукурузы и тем самым получать с одной и той же площади по два урожая в год. В этой группе весьма продуктивна также суданская трава, которая дает за лето до четырех укосов зеленой массы. Динамику валовых сборов отдельных кормовых культур и их групп можно проанализировать по данным табл. 2.

Можно сделать вывод, что уменьшение валовых сборов кукурузы на силос и зеленый корм, однолетних трав на зеленый корм и многолетних трав посева прошлых лет на сено в 2017 г. по сравнению с 2013 г. соответственно на 399, 4 и 2 тыс. т было обусловлено только сокращением размера убранных площадей. Одновременное увеличение валовых сборов однолетних трав на сено, многолетних беспокровных трав и многолетних трав посева прошлых лет на зеленый корм произошло на фоне заметного роста урожайности данных групп кормовых культур.

В работе по организации стабильной кормовой базы и снижению дефицитности по белку и витаминам большое внимание следует уделять устранению и сведению до минимума потерь кормов и питательных веществ в них при заготовке, хранении и использовании. Известно, что неравномерность созревания кормовых культур приводит к потерям от растягивания сроков их заготовки, которые превышают 20–25 %. Потери из-за респирации (т.е. жизнедеятель-

Таблица 2

Урожайность и валовые сборы кормовых культур в хозяйствах всех категорий Краснодарского края*

Кормовая культура	2013 г.		2014 г.		2015 г.		2016 г.		2017 г.	
	ц/га	тыс. т	ц/га	тыс. т	ц/га	тыс. т	ц/га	тыс. т	ц/га	тыс. т
Кукуруза на силос и зеленый корм	204,4	2062	203,0	1704	217,2	1798	214,9	1786	209,8	1663
Однолетние травы:										
– на сено	24,9	31	29,7	36	26,7	33	30,6	29	34,7	34
– на зеленый корм	88,3	397	110,6	357	117,6	364	126,1	384	137,0	393
Многолетние беспокровные травы:										
– на сено	33,3	77	34,0	90	40,3	101	54,2	143	38,9	96
– на зеленый корм	98,4	156	138,0	209	134,5	211	150,5	200	152,3	196
Многолетние травы посева прошлых лет:										
– на сено	36,8	271	44,6	277	43,1	247	55,8	328	49,2	269
– на зеленый корм	200,7	1250	214,3	1220	237,0	1240	281,0	1502	260,5	1379

* По данным [7].

ности клеток в скошенных растениях и расходования при этом питательных веществ) составляют от 5 до 15 % всего сухого вещества. Их уменьшения можно достигнуть при помощи сокращения срока проявлявания травы до 40%-ой влажности. Механические и физические потери, возникающие при работе кормоуборочных машин, по данным их испытаний на машиноиспытательных станциях, колеблются в пределах 9–12 %. Много питательных веществ теряется также в результате выветривания и выщелачивания. Уменьшение доли таких потерь достигается путем сокращения времени пребывания скошенной травы в поле и организацией надлежащего хранения кормов (в специальной таре, инертной среде, закрытых помещениях, герметичных хранилищах). К полной потере урожая могут привести гниение и ферментация при заготовке сена в неблагоприятную погоду. Кроме того, установлено, что в процессе брожения в силосной массе разрушается от 5–10 до 30–40 % органических веществ. Довольно существенные биологические и физические потери возникают при выемке кормов из хранилищ и доставке их на животноводческие объекты, а также – при плохой поедаемости и усвояемости кормов животными [4, 8]. В связи с этим совершенно очевидно, что для увеличения валовых сборов кормовых культур и повышения качества кормов необходимо, прежде всего, сократить сроки уборки, а при заготовке сена и сенажа уменьшить время подвяливания скошенной травы в поле, применять искусственное досушивание травы.

Длительное время продуктивность молочного скота в РФ была ниже генетических возможностей в 2–3 раза,

к чему приводило плохое кормление, а нередко и недокармливание животных. В расчете на одну корову в 1981–1998 гг. расходовалось не более 40 ц корм. ед., в то время как в странах с высокоразвитым скотоводством – свыше 50 ц корм. ед. [4]. В настоящее время ситуация улучшилась кардинальным образом. Так, за 2010–2017 гг. в Краснодарском крае среднегодовой удой молока от одной коровы вырос на 30,8 %, ежегодно прирастая в среднем на 240,1 кг/гол. или на 3,9 %. Годовой расход кормов в исследуемом периоде превышал 60 ц корм. ед./гол. (табл. 3), причем, как показали расчеты, за восемь лет содержание в структуре кормов концентратов увеличилось на 10 %, а объем их скармливания – на 38,8 %. Можно добавить, что высокий удельный вес концентрированных кормов (более 40 % в 2013–2017 гг.) объективно обусловлен переходом на интенсивный тип кормления скота [1]. Рост количества комбикормов и зернобобовых способствует рациональному использованию в рационах высокопродуктивных животных таких кормов, как солома, полова и жом, довольно бедных протеином. В свою очередь, достаточное содержание клетчатки влечет за собой усиление синтеза в рубце уксусной кислоты и, как результат – повышение жирности молока.

В ходе исследования был проведен корреляционно-регрессионный анализ влияния расхода кормов на молочную продуктивность коров по данным 129 сельскохозяйственных организаций Краснодарского края за 2016 г. В качестве факторного признака (x) был выбран расход кормов на одну голову (ц корм. ед.), в качестве результативного (y) – среднегодовой удой на одну голову (ц/гол.).

Таблица 3

Динамика годового расхода кормов и среднегодовой молочной продуктивности коров в сельскохозяйственных организациях Краснодарского края*

Показатель	2010 г.	2013 г.	2014 г.	2015 г.	2016 г.	2017 г.	2017 г. в % к 2010 г.
Расход кормов в расчете на одну корову – всего, ц корм. ед.	62,3	62,2	63,5	65,7	66,5	68,6	110,1
в том числе – концентрированных	23,7	25,6	27,7	30,1	30,9	32,9	138,8
Доля концентрированных кормов, %	38,0	41,2	43,6	45,8	46,5	48,0	X
Среднегодовой удой, кг/гол.	5451	6017	6389	6624	6761	7132	130,8

* По данным [7].

Уравнение регрессии, полученное в результате решения, имеет вид:

$$y = 6,8 + 0,8x. \quad (1)$$

Коэффициент регрессии показывает, что с ростом расхода кормов на одну корову на 1 ц корм. ед. в исследуемой совокупности организаций среднегодовой удой повышался на 0,8 ц/гол. Одновременно полученное значение коэффициента эластичности свидетельствует о том, что увеличение расхода кормов на одну корову на 1 % влекло за собой рост удою на 0,9 %. Связь между молочной продуктивностью и расходом кормов на одну корову довольно тесная (коэффициент корреляции $r = 0,723$) и статистически значимая (наблюдаемое значение t -критерия Стьюдента превысило критическое [2]). При этом линейное уравнение объясняет 52,3 % варьирования результативного признака.

Эффективность кормовой базы можно оценить, используя показатель окупаемости кормов O_k выручкой от реализации молока:

$$O_k = \frac{Bd}{P_k}, \quad (2)$$

где B – выручка от реализации молока, тыс. руб.; d – доля кормов в структуре затрат на производство соответствующего объема молока, %; P_k – расход кормов на производство товарного молока в центнерах кормовых, кормопротеиновых или комплексных кормовых единиц, ц [3].

С целью достижения сопоставимости полученных результатов можно предложить при изучении окупаемости кормов в динамике выручку от реализации молока рассчитывать в ценах года, принятого за базисный (табл. 4).

Как видно из таблицы, доля кормов стабильно составляет около 40 % в структуре затрат на производство молока в общественном секторе Краснодарского края. Размер выручки от реализации молока, полученной в расчете на каждый израсходованный центнер кормовых единиц, колеблется по годам около 72–77 тыс. руб., что в ценах производителей 2013 г. соответствует 43–46 ц сырого молока. Следовательно, наблюдается полная окупаемость кормов выручкой, причем максимального значения данный показатель достиг в 2016 г.

Заключение

В заключение следует отметить, что в настоящее время прослеживается тенденция повышения эффективности организации кормовой базы молочно-го скотоводства в Краснодарском крае. Об этом свидетельствует улучшение кормового обеспечения поголовья коров при одновременном снижении расхода кормов в расчете на 1 ц молока на фоне роста молочной продуктивности дойного стада. Вместе с тем, остается не до конца решенной проблема невысокого качества и дороговизны кормов, а также их несбалансированности по важнейшим питательным элементам и структуре в хозяйствах-производителях сырого молока. В связи с этим можно выделить следующие направления совершенствования кормовой базы животноводства и, в частности – молочно-го скотоводства:

- оптимизация структуры посевных площадей и использование высокопродуктивных сортов кормовых культур;
- восстановление и развитие системы семеноводства трав;

Таблица 4

Окупаемость кормов выручкой от реализации молока сельскохозяйственными организациями Краснодарского края

Год	Выручка от реализации молока в ценах 2013 г., млн руб.	Доля кормов в структуре затрат на производство молока, %	Расход кормов на производство товарного молока, тыс. ц корм. ед.	Окупаемость кормов выручкой от реализации молока, тыс. руб.
2013	13081	38,6	6975	72,4
2014	12896	38,9	6876	73,0
2015	13672	41,0	7290	76,9
2016	14111	41,3	7524	77,5
2017	14094	40,7	7515	76,3

– разработка комплекса мер борьбы с деградацией природных пастбищ;
– повышение уровня механизации технологических процессов в кормопроизводстве и кормоприготовлении;

– развитие промышленного производства высокобелковых концентратов;
– совершенствование технологий производства, доработки, переработки и хранения кормов.

Библиографический список

1. Бурса И.А., Кремянская Е.В., Шпак Н.М. Интенсивный тип расширенного воспроизводства как условие повышения эффективности функционирования молочного скотоводства // Труды Кубанского государственного аграрного университета. – 2012. – № 2(35). – С. 85–90.
2. Зазимко В.Л., Кремянская Е.В. Регрессионная модель оценки рентабельности собственного капитала сельскохозяйственных организаций // Вестник Мичуринского государственного аграрного университета. – 2011. – № 1–2. – С. 111–113.
3. Иванух Р.А., Пантелейчук М.М., Попович И.В. Справочник экономических показателей сельского хозяйства (пер. с укр., доп. и перераб.). – Киев: Урожай, 1983. – 184 с.
4. Кремянская Е.В. Проблемы организации и эффективности молочного бизнеса (на примере предприятий АПК Краснодарского края): дис. ... канд. экон. наук: 08.00.05. Краснодар, 2002. – 232 с.
5. Месяцев В.И., Белевич Е.И., Моисеева В.И. Эффективность бактериального препарата ВНИ-ИМС-ИНБИ при заготовке силоса и сенажа // Научные основы ведения животноводства и кормопроизводства. – Краснодар: Росс. акад. с.-х. наук СКНИИЖ, 2000. – С. 496–499.
6. О Стратегии социально-экономического развития Краснодарского края до 2030 года: закон Краснодарского края от 21 декабря 2018 г., № 3930-КЗ : принят Законодательным Собранием Краснодарского края 11 дек. 2018 г. [Электронный ресурс]. – URL: <http://docs.cntd.ru/document/550301926> (дата обращения: 09.03.2019).
7. Сельское хозяйство Краснодарского края. Статистический сборник. 2017 / Краснодарстат. – Краснодар, 2018. – 234 с.
8. Симарев Ю.А. Формирование отрасли кормопроизводства и пути индустриализации в условиях рыночной экономики // Достижения науки и техники АПК. – 1998. – № 2. – С. 19–26.
9. Федорук С.П., Романенко А.А., Петрова С.Ю., Маринка С.Н. Интенсификация кормопроизводства – основа развития животноводства. – Краснодар: ООО «Просвещение-Юг», 2007. – 318 с.

УДК 339.138

Кушков Е.А.Финансовый университет при Правительстве РФ, Москва,
e-mail: mk5rf@mail.ru**YOUTUBE: ПЕРСПЕКТИВНЫЙ ИНСТРУМЕНТ ВИДЕО-МАРКЕТИНГА
ДЛЯ БИЗНЕСА**

Актуальность исследования основана на том, что в мире увеличивается популярность видеохостинга YouTube, расширяется его аудитория, поэтому он привлекает все больше внимания как канал продвижения для бизнеса. Целью исследования в статье выступает рассмотрение форм и технологий использования видеохостинга YouTube как инструмента видео-маркетинга для бизнеса. YouTube предлагает различные инструменты и технологии видеомаркетинга для коммуникаций бизнеса с потребителями. В данной статье рассматривается краткая история и понятие видеохостинга YouTube как коммуникационного канала продвижения бизнеса. Представлена основная специфика видеоблогов как основы контента на YouTube, анализируются причины их высокой популярности. Кроме этого, в статье рассматривается понятие видеомаркетинга как современного и эффективного способа продвижения на основе видео контента. Уточняются основные цели и способы применения видеомаркетинга для продвижения бизнеса на YouTube. Автором представлены основные преимущества и недостатки применения видео-маркетинга на YouTube. В статье рассмотрены основные инструменты продвижения бизнеса на YouTube, которые делятся на три основных типа, в каждом из которых можно выделить также несколько форматов и технологий видеомаркетинга.

Ключевые слова: видео-маркетинг, видеохостинг YouTube, продвижение бизнеса**Kushkov E.A.**Financial University under the Government of the Russian Federation, Moscow,
e-mail: mk5rf@mail.ru**YOUTUBE: A PROMISING VIDEO MARKETING TOOL FOR BUSINESS**

The relevance of the study is based on the fact that the popularity of YouTube video hosting is increasing in the world, its audience is expanding, so it attracts more attention as a channel of promotion for business. The purpose of the study in the article is to consider the forms and technologies of using YouTube video hosting as a tool of video marketing for business. YouTube offers various video marketing tools and technologies for business communication with consumers. This article discusses the brief history and concept of YouTube video hosting as a communication channel for business promotion. The main specificity of video blogs as the basis of content on YouTube is presented, the reasons for their high popularity are analyzed. In addition, the article discusses the concept of video marketing as a modern and effective way to promote video content. Clarify the main goals and ways to use video marketing to promote your business on YouTube. The author presents the main advantages and disadvantages of using video marketing on YouTube. The article describes the main tools of business promotion on YouTube, which are divided into three main types, each of which can be identified as several formats and technologies of video marketing.

Keywords: video marketing, YouTube video hosting, business promotion

Актуальность исследования YouTube как перспективного инструмента видеомаркетинга для бизнеса связана с тем, что в настоящее время очень большими темпами идет развитие социальных медиа, происходит постоянное расширение их аудитории, увеличивается среднее время их использования, а часть аудитории практически полностью отказывается от других видов СМИ, которые выступают каналами маркетинговых коммуникаций, так как возможности социальных медиа позволяют их заменить.

Одним из наиболее популярных типов социальных медиа является виде-

охостинг YouTube, чья аудитория, насчитывает полтора миллиарда зрителей по всему миру. Зрителей на YouTube привлекает наличие большого количества разнообразного видеоконтента, который представлен, в первую очередь, авторскими видеоблогами, специально созданными для данного ресурса.

Высокая популярность и разнообразие типов видеоконтента на YouTube привлекает внимание бизнеса, так как видеоблоги становятся удобными и эффективными каналами продвижения и коммуникаций с целевой аудиторией, что позволяет говорить о формировании

видео-маркетинга как эффективного направления в современном интернет-маркетинге. Целью данного исследования выступает рассмотрение форм и технологий использования видеохостинга YouTube как инструмента видео-маркетинга для бизнеса.

Характеристика видеохостинга YouTube как коммуникационного канала бизнеса

YouTube в настоящее время становится одной из наиболее популярных площадок социальных медиа. Специфика YouTube состоит в том, что он является видеохостингом, то есть специальным сервисом, который позволяет пользователям загружать и просматривать видео. Официальный запуск YouTube произошел в конце 2005 года, и он стал одним из самых быстрорастущих сайтов за всю историю Интернета, быстро набирая популярность.

Сейчас YouTube – это самый популярный видеохостинг в мире, аудитория которого составляет почти полтора миллиарда человек, то есть треть всех пользователей Интернета. Видеохостинг локализован почти в 90 странах мира, интерфейс переведен на 76 языков. В России популярность YouTube также очень велика, российская аудитория составляет 62 миллиона уникальных пользователей или 87 % от всей интернет-аудитории страны [8].

На основе видеохостинга YouTube в последние годы в России набирает все большую популярность такое направление как видеоблогинг. Хотя видеоблогинг как явление появилось еще до самого видеохостинга YouTube, но широкое распространение получило именно в связи с его развитием, став основной площадкой для видеоблогеров, которые создают профессиональный тематический контент для видеохостинга.

Первые ролики для видеоблогов снимались в домашних условиях на любительские камеры. Они являлись новой формой самовыражения и самопрезентации. Авторы не имели цели и возможности зарабатывать на этом деньги. Однако с запуском партнерской платформы YouTube у видеоблогеров появилась возможность получения заработка, и видеоблогинг начинает оформляться

в профессиональный род деятельности. Видеоблогеры получают ресурсы для повышения качества производимого контента, что в свою очередь делает их еще более популярными [4].

В настоящее время происходит настоящий бум видеоблогинга, представленного огромным количеством каналов на YouTube, в каждой стране с развитым Интернетом присутствуют собственные видеоблогеры, но наиболее популярными являются американские и европейские, так как они первыми начали эту деятельность и завоевали огромную аудиторию. Так, у самого известного блогера PewDiePie почти 50 миллионов подписчиков, а его доходы от просмотра видео и размещения рекламы достигают 10 миллионов долларов в год, его видеоблог посвящен прохождению компьютерных игр.

Также и многие другие видеоблогеры, в том числе и российские, имеют миллионные или многотысячные аудитории, их видеоролики набирают огромное количество просмотров, их можно отнести к лидерам мнений, они оказывают значительное влияние на свои аудитории, особенно молодые.

Какого-то общепринятого определения у понятия «видеоблогинг» не существует. Однако при рассмотрении с точки зрения этимологии, становится ясно, что в целом под ним понимается блог, представленный в формате видео. Само слово «блог» происходит от английского weblog, означающего «интернет-дневник» или «интернет-журнал» [5].

Предпосылкой появления видеоблогинга был блогинг. Содержание блога образуют регулярно добавляемые преимущественно текстовые записи, включающие преимущественно текст и изображения, отражающие авторскую точку зрения, рассказ о его жизни, высказывание на определенную тему и др.

В целом блог можно определить как публичный личный дневник. Формат блога предполагает читателей, которые могут вступить в полемику с автором и друг с другом, добавить свои комментарии или написать ответный пост на высказывания блогера.

Возможность подписки на чтение интернет-дневников привела к тому, что блогинг превратился в универсальную

и преимущественную форму общения в интернете, стимулировал появление таких понятий, как «виртуальное сообщество» и «онлайн-коммуникация», также они выступили одной из первых форм онлайн-СМИ [2]. Однако развитие интернета и визуальных коммуникаций, появление интернет-площадок нового типа, рост популярности социальных сетей, обусловили постепенное вытеснение блогов видеоблогами.

Основным отличием видеоблога от блога является размещение информации в формате видео, а не текста, хотя в видеоблог также может быть вставлен текст в виде субтитров, но важной их общей чертой выступает наличие авторского контента, личное высказывание блогера. Таким образом, видеоблог – это интернет-ресурс, где автор с определенной периодичностью выкладывает свои авторские видео, имеет сторонних зрителей и предоставляет возможность комментирования и обсуждения опубликованного видеоматериала.

Кроме интернет-блогов, видеоблогинг также имеет определенную связь и преемственность с телевидением, так как формат «видео» является телевизионным форматом подачи информации, а создание видеоблога основано на тех же технологических аспектах, что и телеконтента: съемка, монтаж, применение видео- и аудио-эффектов, возможность организации прямых трансляций [1].

В итоге для определенной части аудитории, в первую очередь молодежной, видеоблоги на YouTube часто заменяют телевидение, так как они предполагают многообразие форматов и контента, но при этом зритель не ограничен временными рамками, сеткой телепередач, местом просмотра, также они предполагают быструю обратную связь, возможность зрителю влиять на последующий контент, то есть видеоблоги обладают интерактивностью.

Популярность и рост влияния видеоблогов на YouTube связаны с тем, что видеоблогеры стремятся делать видеоконтент максимально близким и интересным целевой аудитории, могут как создавать видеоконтент в одном формате, так и экспериментировать с жанрами и темами, становиться лидерами мнений, создавать совместные проекты

с другими видеоблогерами. В настоящее время можно говорить о развитии субкультуры видеоблогинга на YouTube, которая становится все более популярной и влиятельной в информационной среде. Такой рост популярности видеоблогинга и видеохостинга YouTube в целом привели к повышению интереса к ним со стороны бизнеса для осуществления своего продвижения.

Понятие и основные аспекты видео-маркетинга на YouTube

Видеомаркетинг как одно из направлений интернет-маркетинга стало развиваться с увеличением количества видеоконтента в Интернете. Видеомаркетинг в Интернете обычно делят на in-stream и out-stream. In-stream – это размещение рекламного видеоролика непосредственно в видеоконтенте, а out-stream – размещение видеорекламы внутри текстовых материалов или при открытии сайтов.

Изначально видеомаркетинг развивался в формате рекламного видеоролика, который может быть размещен отдельно или внутри (чаще всего в начале) другого видео, который носит не рекламный формат, например, фильм. По мере развития социальных медиа видеомаркетинг стал применяться более широко, стали размещаться отдельные рекламные, а также вирусные видео, которые распространялись от пользователя к пользователю. С появлением и развитием YouTube стало появляться значительно большее количество форматов и технологий видеомаркетинга.

Успешность видеохостинга не осталась незамеченной бизнесом, кроме этого, исследования показывают высокую эффективность продвижения бизнеса на YouTube: после просмотра видеорекламы на данном ресурсе дальнейшие действия предпринимают более половины пользователей, причем в 11 % случаев они приобретают продвигаемый товар, что видно из рисунка.

Маркетинговые возможности видеохостинга оценили многие представители бизнеса, которые стали применять его для своего продвижения. Причем они могут использовать видеомаркетинг на YouTube для достижения различных целей:



Действия пользователей после просмотра рекламы на YouTube [7]

1. Для узнаваемости бренда. Многие компании продвигают на YouTube не отдельные товары, а весь бренд, зачастую для этого они используют форматы, схожие с телевизионными. Часто такие рекламные ролики выполнены в развлекательном стиле, с использованием юмора, чтобы стимулировать желание пользователя досмотреть его до конца.

2. Для рекламы продуктов. YouTube отлично подходит для рекламы продуктов, так как позволяет создать и продемонстрировать ролики, в которых можно наглядно продемонстрировать использование продукта, его преимущества.

3. Для поддержки. YouTube предоставляет возможность размещения рекламно-обучающих роликов длительного хронометража, которые отлично подойдут для продвижения технически-сложных товаров, усиления пост-продажного сервиса, когда покупатель может посмотреть ролик о том, как использовать купленный товар, что повысит его удовлетворенность от покупки.

4. Для продвижения розницы. YouTube для продвижения могут использовать магазины и торговые сети, причем это может быть не стандартная реклама, а, например, прогулка по магазину, демонстрация ассортимента и др.

5. Для прямых продаж. В видеорекламу продукции на YouTube существует возможность встроить ссылку на интернет-магазин, что позволит простимулировать совершение покупки сразу после просмотра рекламы [3].

Таким образом, возможности по продвижению, которые предоставляет YouTube, позволяют реализовать каждой компании собственные коммуникационные цели, сделать более узнаваемыми бренды и товары, продать их, поддержать покупателей. Такой новый инструмент рекламы как YouTube позволяет реализовать множество маркетинговых целей. Можно выделить несколько преимуществ и недостатков использования видеомаркетинга как способа продвижения бизнеса на YouTube, они представлены в табл. 1.

Таблица 1

Преимущества и недостатки видеомаркетинга на YouTube

Преимущества	Недостатки
Наличие авторского видеоконтента, доступность и понятность донесения рекламного сообщения	Отсутствие доступной открытой статистики видеоблогов
Большая аудитория зрителей YouTube и широкие возможности ее таргетинга	Рост стоимости размещения видеорекламы на YouTube
Объединение рекламных возможностей блогинга и телевидения	Непрозрачные финансовые условия работы с видеоблогерами
Минимальное количество рамок выбора тем и хронометража видеороликов	Отсутствие единой базы видеоблогеров
Превращение видеоблогеров в лидеров мнений	Накрутки просмотров
Интерактивность, прямая коммуникация с аудиторией, возможность получения обратной связи	Несовершенные алгоритмы YouTube, благодаря которым иногда реклама размещается в видеоконтенте неподобающего для бизнеса содержания

В целом к достоинствам видеомаркетинга на YouTube как способа продвижения бизнеса можно отнести относительно невысокую стоимость размещения, хотя она сильно варьируется в зависимости от места и частоты размещения. Также к достоинствам относятся доступность и понятность донесения рекламного сообщения целевой аудитории, большая степень доверия, улучшение имиджа за счет одобрения со стороны лидера мнений [9].

Кроме этого, преимуществом видеомаркетинга, как способа продвижения бизнеса, является то, что за счет наличия визуального ряда такой способ продвижения может оказывать более сильное воздействие, чем другие виды интернет-маркетинга, при этом он дешевле, чем применение телевизионной рекламы, а также позволяет обращаться к аудитории более адресно. Что касается проблем и недостатков видеомаркетинга, то в настоящее время профессиональное сообщество направлено на поиск решения многих проблем, что делает продвижение на YouTube еще более эффективными.

Форматы и технологии видеомаркетинга на YouTube

Применение видеомаркетинга в продвижении бизнеса на YouTube становится все более распространенным. Многие компании и бренды создают собственные видеоблоги, размещают рекламу внутри видео, а также активно сотрудничают

с видеоблогерами. Причем для большинства компаний последний вариант является более эффективным, что связано с тем, что аудитория больше ориентирована на просмотр авторского контента, а не изначально коммерческих видео брендов.

Кроме этого, большим преимуществом такого типа коммуникаций выступает то, что рекламный контент интегрируется в видеоблог, и может быть органично вписан в видеоконтент по форме и содержанию, что вызывает меньше раздражения у зрителя, чем прерывание видео на рекламу.

Такой способ используется не во всех случаях, иногда видеоблогер просто прерывается на рекламу, но интеграция рекламы в сам видеоконтент, то есть ее представление в виде нативной рекламы, является одним из самых эффективных способов видеомаркетинга, так как по данным исследований, нативная реклама в десять раз эффективнее, чем традиционная, а 60% зрителей отмечают, что она их не раздражает, если она грамотно вписана в подходящее по смыслу содержание [10].

Данная тенденция связана с тем, что аудитория начинает более избирательно подходить к потреблению информации, особенно рекламной, формируется рекламный клаттер, широкое распространение получают различные блокировщики рекламы.

Видеохостинг YouTube выделяет три основных формы сотрудничества бизне-

са с видеоблогом: упоминание бренда в видео, ролики с привлечением бренда, сотрудничество с разными каналами. Сравнение способов представлено в табл. 2.

то, что в них принимает участие сразу несколько блогеров, что увеличивает аудиторию, с которой взаимодействует бренд, а также увеличивает интерес аудитории за счет нестандартных форм

Таблица 2

Сравнение форм сотрудничества бизнеса с видеоблогом [6]

	Упоминание бренда в видео	Ролики с привлечением бренда	Сотрудничество с разными каналами
Формат	Одно или несколько видео на правах рекламы. Бренд органично встраивается в сюжет.	Отдельное рекламное видео, приуроченное к событиям бренда	Несколько роликов, снятых в сотрудничестве с разными авторами.
Тип автора	Активные авторы с не обязательно большой, но целевой аудиторией.	Опытный автор с большой аудиторией	Авторы, которые снимают серию оригинальных видео в одном стиле.
Преимущества	Широкий охват и большое количество целевых просмотров.	Опытные авторы могут вплетать элементы бренда в контекст роликов.	Истории авторов придают бренду личностный компонент.
Сложности и риски	Неизвестно, как совместное видео будет воспринято зрителями.	Риск создать слишком коммерческое видео	Сложности организации и взаимодействия сразу с несколькими авторами
Размещение	На канале автора	На канале автора	И на канале автора, и на канале бренда
Стратегия продвижения	Продвижение силами автора	Услуги по продвижению заказывают отдельно	Продвижение в социальных сетях, рекламные кампании.
Возможные цели	Повысить осведомленность аудитории о новом продукте	Рассказать о существующем продукте новой аудитории. Представить бренд нишевой аудитории	Повысить осведомленность аудитории о продукте, увеличить узнаваемость

Таким образом, в зависимости от целей бренды могут выбирать разные варианты рекламного сотрудничества с видеоблогом. Причем с развитием рекламных коммуникаций в видеоблогах появилось и другие варианты сотрудничества с ними. К ним можно отнести:

Использование видеоблогера как лица бренда или компании. В этом случае с его участием снимается рекламный ролик, который кроме YouTube может распространяться и в других каналах, кроме этого, видеоблогер регулярно упоминает бренд, использует его в видео.

Спецпроекты с участием видеоблогеров, которые предполагают не просто задействование нескольких видеоблогов, но создание отдельных проектов, в которых собраны видеоблогеры, они могут сгруппироваться по формату челленджей, реалити-шоу, состязаний и др. Преимуществом таких спецпроектов является

взаимодействия блогеров между собой во время проектов.

Видеоблог как инструмент продаж. Многие компании не просто размещают рекламу у блогеров, но также через них занимаются продвижением различных специальных предложений, которые можно получить, перейдя по ссылке или используя специальный промокод, который назовет видеоблогер.

Использование видеоблога для обзора или презентации нового товара. Для этого преимущественно используются тематические видеоблоги, например, заказывается рекламный обзор новой модели смартфона в видеоблоге, посвященном технологиям.

Product Placement в видеоблоге. В данном случае может рекламироваться товар, который только появляется в кадре или какое-то место, где происходит съемка видеоблога.

Можно также выделить несколько видов и форматов рекламных видео, которые могут размещать сами бренды вне зависимости от видеоблогеров, создавая тем самым свой авторский контент на своем видеоблоге:

Информационное видео. Размещение какой-либо полезной информации о продвигаемой продукции, например, анонс или обзор нового продукта, а также размещение информационных материалов по теме, связанной с продуктом или брендом: тенденции, рейтинги, мифы и др.

Обучающее видео. Размещение видеоинструкций, пошагового использования продукта, его самостоятельного обслуживания, различные практические рекомендации, рекомендации по выбору и другая полезная для потребителей информация. Часто применяется компаниями, продающими технику и электронику.

Развлекательное видео. Включение в рекламный ролик юмора, креатива, использование нестандартных ситуаций и др. Такое видео должно быть запоминающимися, провоцировать пользователя на повторный просмотр и распространение ссылок на него (вирусное видео), носить преимущественно не рекламный характер [11].

Таким образом, ведение видеоблога от лица бизнеса должно принимать такую форму, которая заинтересует зрителя, содержание будет для него информативным, полезным или развлекательным, то есть вызовет у потребителя какие-то эмоции.

Кроме этого, бизнес может размещать свои рекламные ролики на различных страницах видеохостинга YouTube:

Главная страница – реклама появляется в верхней части страницы, в зависимости от настроек может воспроизводиться сразу при открытии или при включении пользователем. Представляет самый широкий охват аудитории.

Страница поиска – позволяет показывать видеорекламу, релевантную запросу,

что обеспечит демонстрацию ее целевой аудитории. Видеореклама появляется первой в списке видео по запросу.

Страница просмотра предлагает размещение видеоролика непосредственно при просмотре выбранного видео, а также перед списком рекомендованных, где может быть представлена подборка рекламных видео, а также возможность перейти на канал рекламируемого бренда или товар.

Таким образом, видеохостинг YouTube предполагает большое количество возможных форм и методов применения видео-маркетинга, которые направлены на достижение различных маркетинговых целей бизнеса, могут применяться как в комплексе, так и по отдельности.

Заключение

Можно сделать вывод, что YouTube выступает эффективным и перспективным инструментом видео-маркетинга для продвижения бизнеса, так как позволяет продвигать различные компании, их бренды, товары и услуги, дает возможность непосредственного общения компании с ее потенциальными и настоящими клиентами.

Несомненным преимуществом видео-маркетинга на YouTube являются многочисленные варианты форм рекламных видео, а также способов размещения, удобства таргетинга и гибкости продвижения. Многообразие форматов размещения рекламы и способов сотрудничества с видеоблогами, делает видеомаркетинг гибким инструментом продвижения бизнеса, который подойдет для решения как имиджевых, так и коммерческих целей, а также позволит выйти бизнесу на новые аудитории. Кроме этого, бизнес может как вступать с сотрудничеством с видеоблогерами, так и создавать собственные каналы и распространять собственные рекламные, информационные и развлекательные видео в различных форматах, которые будут интересны аудитории.

Библиографический список

1. Абросимова Е.Е. Видеоблогосфера: построение онтологии предметной области // Дискурс. – 2017. – № 8. – С. 66–75.

2. Гришина О.Е. Инструментальная функция средств массовой информации и блогосферы в политическом информационном пространстве // PolitBook. – 2012. – № 1. – С. 100–111.
3. Гундарин М.В., Зотова А.И. Реклама в видеоблогах: анализ обратной связи // Управление экономическими системами: электронный научный журнал. – 2018. – № 3. – С. 36–40.
4. Российский видеоблогинг 2015. Роль и значение в коммуникациях в цифровой среде. – М.: Полилог, 2015.
5. Филипова А.Г., Ардалянова А.Ю., Абросимова Е.В. Видеоблогинг и современные подростки: опасности интернет-пространства // Теория и практика общественного развития. – 2017. – №8. – С. 9.
6. Брендируемый контент // YouTube [Электронный ресурс]. – URL: <https://creatoracademy.youtube.com/page/lesson/work-with-creators?cid=working-with-creators&hl=ru#strategies-zippy-link-1>.
7. Рекламные возможности YouTube в России [Электронный ресурс]. URL: <http://probros.ru/reklamnyie-vozmozhnosti-youtube-v-rossii/>
8. Статистика // YouTube [Электронный ресурс]. URL: <https://www.youtube.com/yt/press/ru/statistics.htm>.
9. Толмачева А. Как превратить видеоблогера в партнера [Электронный ресурс]. – URL: <https://vc.ru/p/vloggers-market>.
10. Guidance Report Mobile Native Advertising [Электронный ресурс]. – URL: http://www.mmaglobal.com/files/documents/mobile_native_advertising_guidance_report_final_1216_0.pdf
11. Miller M. YouTube for Business: Online Video Marketing for Any Business. 2nd ed. India: Que Publishing, 2011.

УДК 331.5

Кушнарева И.В., Калмыков Б.Ю.

Институт сферы обслуживания и предпринимательства, филиал ДГТУ, Шахты,
e-mail: innakusnareva@yandex.ru, e-mail: job@sssu.ru

ПОДГОТОВКА ПЕРСОНАЛА НА РЕГИОНАЛЬНЫЙ РЫНОК ТРУДА ВУЗАМИ РОСТОВСКОЙ ОБЛАСТИ

В статье рассмотрены особенности российского регионального рынка труда с особенностями направления на изучение потребностей рынка труда: выявления необходимых качественных характеристик специалистов для успешного взаимодействия сфер труда и обучения, установления тесных контактов с работодателями на основе рыночных механизмов. С целью изучения потребности в специалистах с высшим образованием проведен анализ выпускников вузов ростовских государственных вузов, а также филиалов государственных вузов, расположенных на территории Ростовской области с выделением приоритетных направлений по общему выпуску, по количеству трудоустроенных выпускников, а также направления требующие развития и привлечения к себе внимания.

Ключевые слова: рынок труда, выпускник, образование, персонал, занятость

TRAINING OF STAFF ON THE REGIONAL LABOUR MARKET UNIVERSITIES OF ROSTOV REGION

Kushnareva I.V., Kalmykov B.Y.

Institute of the Service Sector and Entrepreneurship, branch of the DGTU, Shakhty,
e-mail: innakusnareva@yandex.ru

The article deals with the peculiarities of the Russian regional labor market with the peculiarities of the direction to study the needs of the labor market: to identify the necessary qualitative characteristics of specialists for the successful interaction of the spheres of labor and training, to establish close contacts with employers on the basis of market mechanisms. In order to study the need for specialists with higher education, the analysis of graduates of Rostov state universities, as well as branches of state universities located in the Rostov region with the allocation of priority areas for General release, the number of employed graduates, as well as areas requiring development and attracting attention.

Keywords: labor market, graduate, education, personnel, employment

Рынок труда входит в блок элементов современной рыночной экономики. Рынок труда рассматривают как систему согласованных общественных отношений между работодателями и наемной рабочей силой. На рынок труда оказывают влияние как экономические, так и социальные факторы. А рынок труда оказывает значительное воздействие на социально-экономическую и сферу общества.

На сегодня рынок труда в России разбалансирован, в связи со структурными искажениями со стороны спроса и предложения. На рынке труда сталкиваются интересы. Отношения, складывающиеся на рынке труда между трудоспособным населением и работодателями, представляющих государственные, муниципальные, общественные и частные организации, имеют ярко выраженный социально-экономический характер

и влияют на основные потребности людей в разных регионах страны.

Российские региональные рынки труда отличаются большой социально-экономической дифференциацией. В результате неотъемлемой функцией государства должна стать активная политика на региональных рынках труда, направленная на формирование и развитие трудового потенциала, повышение привлекательности отдельных регионов страны для работников высшей квалификации. Государственная политика на региональном уровне должна быть направлена на изучение потребностей рынка труда: выявление необходимых качественных характеристик специалистов для успешного взаимодействия сфер труда и обучения, установления тесных контактов с работодателями на основе рыночных механизмов.

Обучение представляет собой процесс, свойственный сопутствовать человеку всю его жизнь. Основная цель обучения заключается в приобретении образования, с соответствующими требованиями, предъявляемыми работодателем (требования производственной деятельности, научно-техническому прогрессу, культурному уровню, отношениями внутри самого общества).

Профессиональное образование можно получить в образовательных учреждениях среднего или высшего образования, в специализированных образовательных учреждениях.

Залог получения качественного образования – это непрерывный процесс обучения, который включает такие аспекты, как повышение квалификации, подготовку и переподготовку, учитывающие изменения в условиях труда, материально-технического оснащения, новые технологии, стимулируя самообразовательный процесс сотрудника. Непрерывность в процессе обучения позволяет формировать современные качественные кадры.

Обучение персонала – это процесс с организованным, плановым получением знаний, умений и навыков с определенными методами и способами взаимоотношений с преподавателями, специалистами, наставниками и руководителями.

К основным функциям обучения персонала относится влечение к использованию трудового потенциала сотрудника по максимальной шкале, а также заинтересованность сотрудника процессом обучения с дальнейшим получением материальной или нематериальной выгоды (мотивационная составляющая).

Рассматривая региональный рынок труда Ростовской области, можно сказать, что на сегодняшний день рынок труда нельзя назвать стабильным. Если анализировать соотношение имеющихся вакантных мест и количество безработных, можно сказать, что рынок труда довольно сбалансирован. Служба занятости населения может предложить соискателям около полутора миллионов вакансий различной специализации. Однако поиск работы молодыми специалистами затрудняется рядом проблем, среди которых несоответствие ожиданий выпускников вузов и потенциальных ра-

ботодателей; высокий уровень безработицы среди молодых специалистов и несоответствии системы профобразования запросам рынка труда.

С целью выявления потребности на рынке труда специалистов с высшим образованием ежегодно проводится анализ выпускников из государственных вузов Ростовской области. На 01 октября 2018 г. анализировалась информация, полученная от 8 государственных вузов, включая их филиалы, расположенные на территории Ростовской области.

Вузами была представлена информация о фактическом выпуске специалистов очной формы обучения с высшим образованием по всем специальностям, направлениям подготовки магистров и бакалавров.

Проанализированы следующие данные:

- общий выпуск;
- количество выпускников, продолживших обучение (магистратура, аспирантура, ординатура);
- количество выпускников, призванных в ряды Вооруженных сил Российской Федерации;
- количество трудоустроенных выпускников;
- количество выпускников, не определившихся с трудоустройством.

Общий выпуск из государственных вузов в 2018 г. составил 15267 чел., что на 8,4% меньше, чем в 2017 г. (16545 чел.) (рис. 1).

Наибольший выпуск составил из Донского государственного технического университета (ДГТУ) – 4938 чел. (32,3% от общего выпуска) и Южного федерального университета (ЮФУ) – 4273 чел. (28%).

По укрупненным группам направлений (УГН) подготовки наибольшее количество выпускников было подготовлено по УГН:

- 38.00.00 Экономика и управление – 2765 чел. (18,1% от общего выпуска);
- 23.00.00 Техника и технологии наземного транспорта – 1135 чел. (7,4%);
- 08.00.00 Техника и технологии строительства – 992 чел. (6,5%);
- 09.00.00 Информатика и вычислительная техника – 951 чел. (6,2%);
- 44.00.00 Образование и педагогические науки – 896 чел. (5,9%).

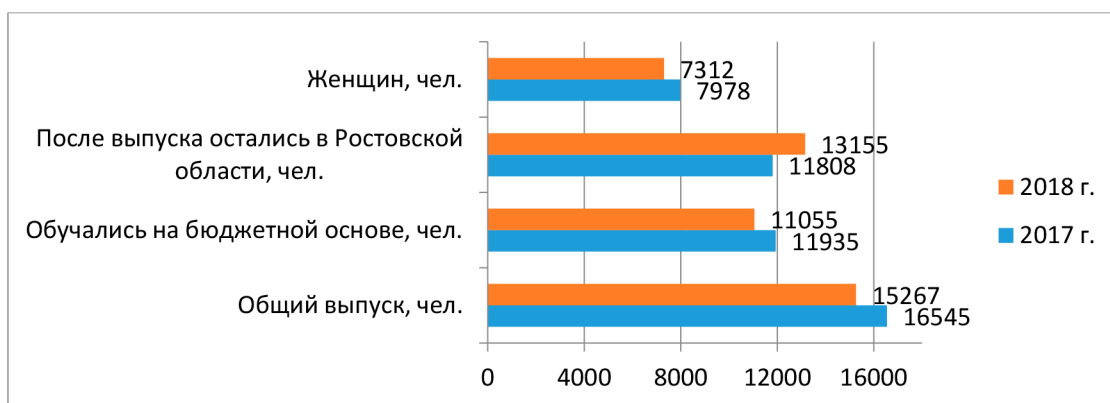


Рис. 1. Анализ выпускников государственных вузов

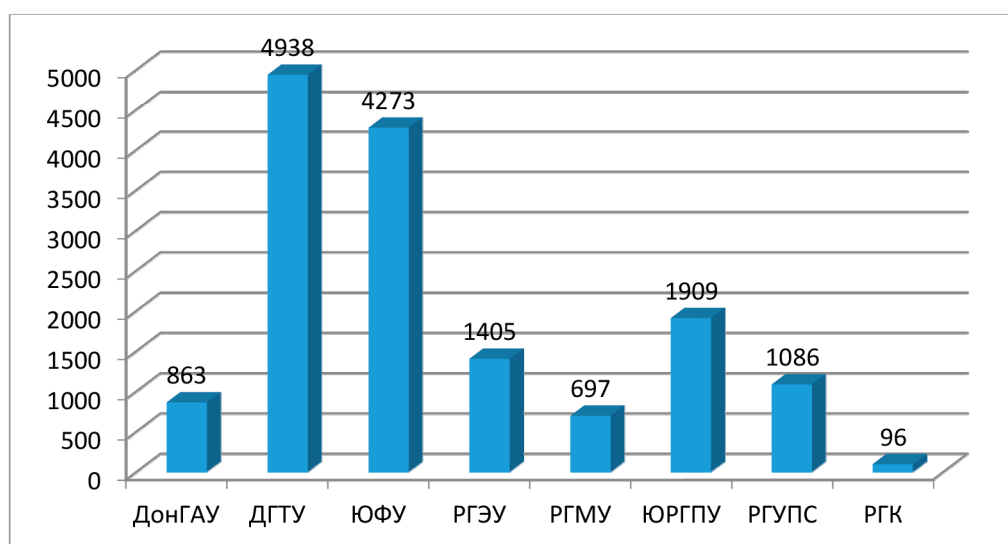


Рис. 2. Анализ выпуска в 2018 г.

Структурно выпуск распределился: по программам подготовки бакалавров 61%; специалистов – 25%; магистратуры – 14%.

Выпускников, продолживших дальнейшее обучение в аспирантуре, интернатуре, ординатуре, магистратуре – 4147 чел. (27,2% от общего выпуска).

Количество выпускников, призванных в ряды Вооруженных сил Российской Федерации, составляет 960 чел. (6,3%).

Трудоустроенных выпускников – 8937 чел. (58,4%).

В отпуске по уходу за ребенком находятся 223 чел. (1,5%).

По сведениям, полученным от вузов, не определились с трудоустройством 1004 чел., что составляет 6,6%.

Информация о наибольшем проценте выпускников, не определившихся с трудоустройством, получена от вузов: ЮФУ – 705 чел. (16,5% от выпуска из вуза); Южно-Российский государственный политехнический университет (ЮРГПУ) – 190 чел. (10%); Ростовская государственная консерватория (РГК) – 9 чел. (9,4%).

Наибольший процент выпускников, не определившихся с трудоустройством, наблюдается по следующим УГН:

54.00.00 Изобразительное и прикладные виды искусств – 82 чел. (42,9% от выпуска по УГН);

25.00.00 Аэронавигация и эксплуатация авиационной и ракетно-космической техники – 8 чел. (37,5%);

41.00.00 Политические науки и регионоведение – 59 чел. (35,1%);

07.00.00 Архитектура – 67 чел. (24,5%);

06.00.00 Биологические науки – 27 чел. (20,8%).

В сравнении с 2017 г. значение показателя «Количество выпускников, не определившихся с трудоустройством» по информации, полученной от вузов, ухудшилось (4,2% в 2017 г.; 6,6% в 2018 г.).

По информации Управления государственной службы занятости населения (УГСЗН) по Ростовской области о выпускниках вузов 2018 г., зарегистрированных органами службы занятости населения Ростовской области в качестве безработных, по состоянию на октябрь 2018 г., на учете состояли 126 чел. (0,8% от общего выпуска). В сравнении с 2017 г. этот показатель улучшился (2017 г. – 1%; 2018 г. – 0,8%) (рис. 3).

Рассматривая филиалы государственных вузов, расположенных на территории Ростовской области, которые приняли участие в мониторинге трудоустройства выпускников выпуск и количество незанятых выпускников составил:

- Волгодонский инженерно-технический институт – филиал федерального государственного автономного образовательного учреждения высшего образования «Национальный исследовательский ядерный университет «МИФИ» – выпуск 167 чел. (4 чел. состоят на учете в ЦЗН – 2,4%);

- Южно-Российский институт Управления Российской академии народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации (ЮРИУ РАНХиГС при Президенте РФ) – выпуск 412 чел. (4 чел. состоят на учете в ЦЗН – 0,1%);

- Северо-Кавказский филиал ФГБОУ ВО «Московский технический университет связи и информатики» – выпуск 30 чел. Выпускники на учете в ЦЗН не состоят.

Прогноз выпуска в 2019 г. составит 15446 чел. (рис. 4).

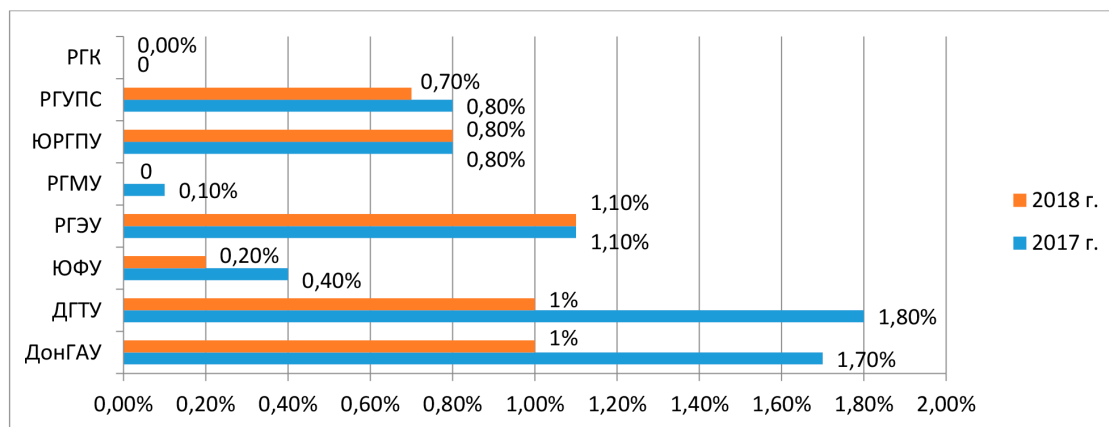


Рис. 3. Выпускники вузов 2018 г., зарегистрированные органами службы занятости населения Ростовской области в качестве безработных

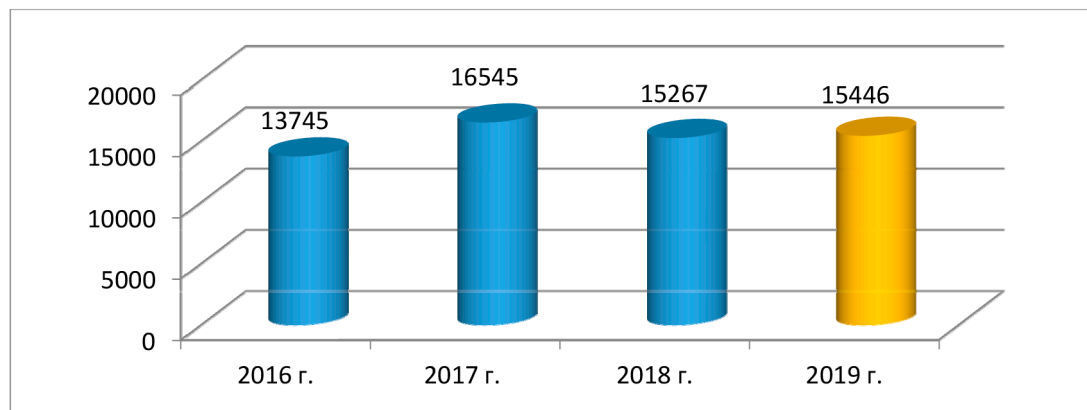


Рис. 4. Прогноз выпуска из государственных вузов Ростовской области в 2019 г.

Учитывая рынок труда, актуальной проблемой является определение специальностей, по которым университеты должны готовить наибольшее количество специалистов. Уровень спроса определяется количеством зарегистрированных безработных и вакансий, объявленных предприятиями. Оценка важности областей профессионального обучения в регионе должна основываться на наборе данных как о занятом, так и незанятом населении, и основным показателем, отражающим потребность в конкретном типе обучения, может быть адаптация профессиональных квалификационных групп. на рынке труда.

Необходимо отслеживать трудоустройство выпускников. Трудоустройство на определенный период после получения профессии (от одного года) выявляет потенциальную привлекательность выпускника как носителя определенной профессии, квалификации и представителя вуза. В то же время адаптацию нельзя понимать только как выполнение работы по профилю профессиональной подготовки. Такой подход был бы слишком утилитарным. Выполнение работы не по специальности может быть результатом не только низкой профессиональной подготовки или отсутствия спроса, но также инициативы и расширения кругозора работника.

Маловероятно, что преподаватель, работающий в службе управления персоналом, или инженер, преподающий уроки математики в школе, имеют низ-

кий уровень адаптации на рынке труда. Известно, что среди предпринимателей большинство имеют инженерное образование. Этот факт не снижает роли технических специальностей, наоборот усиливает ее.

Выполнение работы не в соответствии с приобретенной профессией, а на рабочем месте, предполагающее наличие существующего или более высокого уровня образования, также свидетельствует об адаптивности выпускника на рынке труда. Это тем более важно, потому что в динамично развивающейся экономике мобильность рабочей силы увеличивается. Чтобы поддерживать соответствие требованиям производства, большинство работников вынуждены менять профессию и (или) квалификацию в течение своей трудовой жизни. В связи с этим профессиональное образование является не столько обязательным условием работы в соответствии с приобретенной профессией, сколько оценкой общего уровня способностей человека.

С целью содействия трудоустройству выпускников и временной занятости студентов проводятся Ярмарки вакансий для выпускников совместно с центрами занятости населения. Ежегодно формируется база данных имеющихся вакансий, поступающих от предприятий и организаций, и обеспечивается информированность выпускников о предоставленных вакансиях, путем размещения объявлений на стендах.

Сотрудники и студенты вузов организуют и принимают участие в мероприятиях, направленных на трудоустройство выпускников: ярмарки вакансий с приглашением работодателей и глав муниципальных образований, участие в ярмарке «Образование и карьера», участие работодателей в защитах курсовых проектов и выпускных квалификационных работах, участие в мероприятиях по вопросам трудоустройства выпускников совместно с представителями Администрации, работодателей по формированию кадрового резерва.

На кафедрах организуются встречи с работодателями, на которых рассматриваются вопросы, касающиеся составления резюме, правил поведения при собеседовании, соблюдении корпоративной культуры, коучинговых подходах к развитию персонала.

Рассматривая трудоустройство выпускников Института сферы обслуживания и предпринимательства (филиала) Донского государственного технического университета в городе Шахты Ростовской области (ИСОиП (филиал) ДГТУ в г. Шахты) можно сказать, что потребность в кадрах с высшим образованием продолжает расти. В ИСОиП (филиала) ДГТУ в г. Шахты регулярно поступают запросы на выпускников от предприятий города, области, ЮФО.

Спрос на рынке труда определяется количеством трудоустроенных выпускников образовательного учреждения. Количество занятых (трудоустроенных, продолжающих обучение, ушедших в ряды Вооруженных сил) выпускников ИСОиП (филиала) ДГТУ в г. Шахты в 2018 году составило 96% от общего числа выпускников. Более 70% выпускников института от общего количества работающих трудоустроено по специальности, что является положительным показателем.

Ежегодно проводится работа по анкетированию выпускников вуза. По данным анкетирования отслеживается карьерный рост, учитываются достоинства и недостатки полученного образования, пополняются места прохождения практик обучающихся студентов и трудоустройства выпускников.

В марте 2018 г. было проанкетировано более 400 работодателей. Вуз опера-

тивно реагирует на меняющиеся запросы и пожелания работодателей. Для эффективной работы в этом направлении в первую очередь изучаются параметры качества выпускника, которые выделили работодатели. Они хотели бы видеть у выпускников вуза, прежде всего, качественное знание предметной области, высокий уровень профессиональной общетеоретической подготовки, общей культуры, базовых знаний и навыков, практических знаний, умений, владение иностранным языком, а также готовность и способность к дальнейшему обучению, способность воспринимать и анализировать новую информацию, развивать новые идеи, навыки работы на компьютере, знание необходимых в работе программ.

Большинство опрошенных работодателей охотно принимают на работу выпускников ИСОиП (филиала) ДГТУ в г. Шахты, что подтверждается постоянным интересом к выпускникам вуза. С годами потребность в молодых специалистах не снижается, и в большинстве организаций и предприятий работают выпускники вуза.

Институт поддерживает партнерские связи с большим количеством работодателей из разных сфер деятельности. У вуза имеются постоянные партнеры – это государственные, коммерческие организации, индивидуальные предприниматели.

Институт получает положительные отзывы о своих выпускниках, в том числе и о специалистах из многих хозяйств и предприятий.

Ежегодно в г. Ростове-на-Дону проходит заседание секции Совета ректоров Ростовской области «Прогнозирование потребностей в специалистах и трудоустройства выпускников» с целью мониторинга

На заседании секции Совета ректоров Ростовской области «Прогнозирование потребностей в специалистах и трудоустройства выпускников» руководителям вузов были рекомендованы следующие мероприятия:

– обсудить на Ученых советах вузов образовательных организаций сложившуюся ситуацию по трудоустройству выпускников 2018 г.в., наметить мероприятия по совершенствованию форм

и методов повышения эффективности этой работы в 2019 г.;

– продолжить работу с крупными предприятиями по получению студентами, осваивающими профильную программу бакалавриата, рабочих профессий на их базе;

– вести работу по расширению практики целевого приема в вуз образовательную организацию и целевой контрактной подготовки по прямым договорам с работодателями;

– расширить практику взаимодействия со службами занятости населения Ростовской области с целью оказания помощи по поиску работы и социальной адаптации на региональном рынке труда студентам с ограниченными возможностями здоровья;

– организовать прогнозирование объемов выпуска и возможностей трудоустройства выпускников на период 2019–2022 гг.;

– руководителю Регионального центра содействия трудоустройству выпускников (ЦСТВ) вузов Ростовской области организовать проведение науч-

но-практической конференции с целью обобщения передового опыта работы вузов и их сотрудничества с бизнесом в области содействия трудоустройству выпускников образовательных организаций вузов.

Руководителям структурных подразделений, осуществляющим содействие трудоустройству выпускникам и студентам:

– продолжить ведение реестра выпускников для заполнения форм статотчетности образовательного учреждения;

– активней привлекать работодателей, службы занятости населения, общественные организации и представителей региональных органов власти к деятельности своих структурных подразделений.

– регулярно повышать квалификацию персонала ЦСТВ.

В целом в России идет формирование конкретных механизмов государственного регулирования рынка труда: Закон о занятости, государственная служба занятости, система переподготовки кадров, официально установленный прожиточный минимум и минимальная заработная плата.

Библиографический список

1. Закон РФ от 19.04.1991 № 1032–1 (ред. от 11.12.2018) «О занятости населения в Российской Федерации» (с изм. и доп., вступ. в силу с 01.01.2019).
2. Регламентация и нормирование труда: учебное пособие / В.Б. Бычин, Е.В. Шубенкова. – М.: НИЦ ИНФРА-М, 2014. – 188 с.: 60х90 1/16. – (Высшее образование: Бакалавриат). (п) ISBN 978–5–16–009283–6 – Режим доступа: <http://znanium.com/catalog/product/429982>.
3. Экономика труда: учебник для академического бакалавриата / под общ. ред. М.В. Симоновой. – М.: Юрайт, 2018. – 259 с. – (Серия: Бакалавр. Академический курс).

УДК 331.104

Легчилина Е.Ю.

Омский государственный университет путей сообщения, Омск,
e-mail: legcelena@yandex.ru

ТРАНСФОРМАЦИЯ СОЦИАЛЬНО-ТРУДОВЫХ ОТНОШЕНИЙ: СТРАТЕГИЧЕСКИЙ ПОДХОД

В настоящей статье рассмотрен стратегический подход к трансформации системы социально-трудовых отношений включающий три основных составляющих «стратегическое видение», «динамические способности», «технологии трансформации». Стратегический подход к трансформации системы социально-трудовых отношений направлен на снижение противоречий в системе и сокращение (или исключение) оппортунистического поведения персонала. Исследование построено на комплексной междисциплинарной методологии системного подхода и стратегического управления. Стратегическое видение трансформации социально-трудовых отношений автор характеризует через масштабность, ресурсность и перспективность. Предложена трактовка динамических способностей процесса как способность системы социально-трудовых отношений формировать новые отношения, которая включает управление ценностями и инновационную активность. В ходе исследования рассмотрена модель обмена ценностей в системе социально-трудовых отношений на основе стратегического подхода. Технологии трансформации подразумевают наличие инструментов и механизмов трансформации в системе социально-трудовых отношений. Автор изложил в общем в виде стратегический подход трансформации системы социально-трудовых отношений как функцию некоторой комбинации ее определенных компонентов. Статья предназначена для руководителей и специалистов в области регулирования социально-трудовых отношений и может служить методологической основой планирования изменений в системе социально-трудовых отношений любой организации. Исследование выполнено при финансовой поддержке РФФИ в рамках научного проекта № 19-010-00362 А.

Ключевые слова: социально-трудовые отношения, трансформация, стратегический подход, трудовые процессы, обмен ценностями

Legchilina E. Y.

Omsk state University of transport, Omsk, e-mail: legcelena@yandex.ru

TRANSFORMATION OF SOCIAL-LABOR RELATIONS: A STRATEGIC APPROACH

This article describes a strategic approach to the transformation of the system of social and labor relations, which includes the three main components of “strategic vision”, “dynamic abilities”, and “transformation technology”. The strategic approach to the transformation of the system of social and labor relations is aimed at reducing contradictions in the system and reducing (or excluding) the opportunistic behavior of personnel. The study is based on an integrated interdisciplinary methodology of a systems approach and strategic management. The author characterizes the strategic vision of the transformation of social and labor relations through scale, resources and prospects. An interpretation of the dynamic abilities of the process is proposed as the ability of the system of social and labor relations to form new relations, which includes the management of values and innovative activity. The study examined the model of exchange of values in the system of social and labor relations on the basis of a strategic approach. Transformation technologies imply the availability of tools and transformation mechanisms in the system of social and labor relations. The author outlined in general in the form of a strategic approach to the transformation of the system of social and labor relations as a function of some combination of its specific components. The article is intended for managers and specialists in the regulation of social and labor relations and can serve as a methodological basis for planning changes in the system of social and labor relations of any organization. The study was carried out with the financial support of the Russian Foundation for Basic Research in the framework of the research project No. 19-010-00362 A.

Keywords: social and labor relations, transformation, strategic approach, work processes, exchange of values

Введение

Современные тенденции экономики обусловлены широкомасштабным развитием цифровых и наукоемких технологий, которые предполагают карди-

нальные изменения в структуре трудовой деятельности, трудовых процессов, трудовых ценностей, отношения к труду и т.п. Большинство российских и зарубежных ученых отмечают возрастание

роли интеллектуального труда. Расширится круг участников в системе социально-трудовых отношений (переход от субъектов СТО → к стейкхолдерам СТО [1]), что определяет повышение значения в институализации во взаимодействии между стейкхолдерами социально-трудовых отношений. Кроме того, трансформационные процессы могут носить долговременный, незавершенный характер, с большой частотой периодичности, обусловленные влиянием различных факторов групп факторов, соответственно возможны негативные нарушения в системе социально-трудовых отношений, приводящих к патологиям в системе социально-трудовых отношениях, а также к оппортунистическому поведению. Соответственно, представляется актуальным использования управленческих подходов к трансформации социально-трудовых отношений с целью повышения эффективности системы социально-трудовых отношений [13; 14]. Следует также отметить, что трансформация системы социально-трудовых отношений является стратегическим процессом как, по сути, по периоду, так и по масштабам проведения.

Целью настоящей статьи является исследование трансформации системы социально-трудовых отношений на основе стратегического подхода.

Материал и методы исследования

Материалами исследования послужили многочисленные труды отечественных и зарубежных специалистов и ученых в области трансформации социально-трудовых отношений, в том числе В.С. Половинко [1], С.Н. Апенько, Г.Ю. Ивлевой [3], Т.А. Медведьевой [4], Е.В. Неходы [5], Е.Г. Калабиной [6], Р.А. Долженко [7] и др.

Методология исследования обусловлена многообразием научных взглядов и подходов в области трансформации социально-трудовых отношений, что связано с многоаспектностью и междисциплинарностью научных областей экономики труда, права, социологии, политологии, психологии и др, и соответственно определяет разные объекты анализа, отражается в различных подходах к сущности процесса трансформации. В связи с этим автор использует

комплексную, междисциплинарную системно-аксиологическую методологию, а также методологию стратегического менеджмента. Исследование исходило из того, что социально-трудовые отношения представляются как сеть неоднородных, синергетических систем связей, формирующаяся в трудовых процессах на основе обмена ценностями, функционирующая в институциональной среде и способная трансформироваться при внешних и внутренних изменениях в экономической системе [1, с.92]. Соответственно возникает необходимость в формировании стратегического подхода к трансформации системы социально-трудовых отношений с точки зрения инновационного процесса.

Результаты исследования и их обсуждение

Стратегический процесс трансформации системы социально-трудовых отношений автором определяется как целенаправленный инновационный процесс построения новой сети социально-трудовых отношений при изменении (или разрушении) старой конфигурации системы СТО и перехода ее в новую конфигурацию, позволяющую получить экономической системе определенные улучшенные результаты в заданные сроки, при условии баланса интересов стейкхолдеров и повышении социально-экономической эффективности. То есть, стратегический процесс трансформации социально-трудовых отношений, с точки зрения автора, характеризуется:

- длительным системным процессом, затрагивающим институционально-аксиологические основы системы СТО;
- выбором альтернатив технологий трансформации и конфигураций СТО.

Следует отметить, исходя из методологии стратегического управления, стратегия трансформации будет зависеть от темпа изменений в компонентах системы социально-трудовых отношений, от степени управленческого воздействия (управляемости) на трансформационные процессы в системе СТО, от возможности концентрации ресурсов. Соответственно обобщив все вышеизложенное, автор выделяет три основные составляющие стратегического подхода к трансформации системы социально-

трудовых отношений: «стратегическое видение», «динамические способности», «технологии трансформации» (рис. 1).

является практически единственным работодателем (градообразующим), кроме того это приведет к необходимости решения вопроса о кардинальных измене-

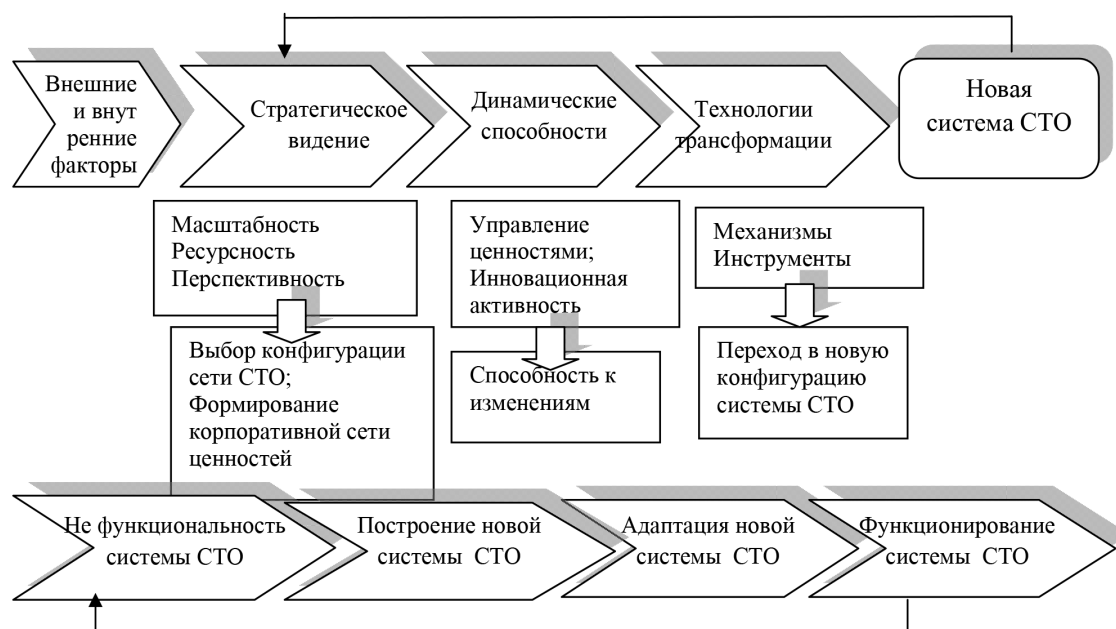


Рис. 1. Стратегический подход к трансформации системы социально-трудовых отношений (составлено автором)

Стратегическое видение характеризуется масштабностью, ресурсностью, перспективностью.

Масштабность определяет масштаб, глубину трансформации и кардинальность изменений системы социально-трудовых отношений. Соответственно возникает необходимость анализа (оценки) влияние глубины предполагаемых изменений в системе социально-трудовых отношений на разных уровнях. Так, например, в условиях цифровизации и широкомасштабного развития инновационных «безлюдных» технологий компания ОАО «РЖД» в будущем планирует сократить от 4% до 30% работников [8], в том числе за счет перехода на гибкие формы трудовых отношений (или например, на сетевую конфигурацию социально-трудовых отношений). Соответственно, это может привести к росту социальной напряженности и снижению качества жизни, особенно в тех населенных пунктах, где компания ОАО «РЖД»

имеет рабочие места и производственных участков (изменение трудовых процессов). С другой стороны, в связи с широкомасштабной цифровизацией технологических процессов в холдинге ОАО «РЖД» возникает потребность в новых высококвалифицированных кадрах, обладающих цифровыми компетенциями, в том числе, в машинистах, дистанционно управляющих и контролирующих подвижной состав. Данные тенденции подтверждаются и в зарубежных компаниях, так например T-Systems, планирует сократить около 25% сотрудников по обслуживанию ИТ-продуктов, что связано с большими возможностями выполнять работу удаленно [9]. То есть «стратегическое видение» предполагает рассмотрение перспектив и влияние новой системы социально-трудовых отношений на разных уровнях экономической системы.

Ресурсность. Анализ годовых корпоративных социальных отчетов крупных

компаний, показал, что конкурентоспособность сегодня определяется трудовыми процессами, а именно скоростью их изменений, направленной на сокращение производственного цикла, повышение качества продукции и услуг, за счет применения интеллектуальных технологий, при сокращении затрат и ресурсов, соответственно максимизации прибыли. Как было установлено, чем больше развиваются интеллектуальные, информационные технологии, тем больше повышается роль человеческого фактора в производственной деятельности, тем чаще работодатели переходят на принципы партнерства в социально-трудовых отношениях, так называемая «эра взаимоотношений».

Перспективность. При планировании трансформации системы СТО необходимо, с точки зрения автора форсайт-сессия, показывающая насколько выбранная конфигурация социально-трудовых отношений отвечает современным (текущим) и будущим требованиям экономической системы. Насколько изменяться ценности стейкхолдеров → трансформируется корпоративная сеть ценностей и институциональное пространство. Какие знания, навыки и умения необходимы, соответственно системы обучения и переподготовки персонала также нуждается в трансформации.

Итог стратегического видения → выбор конфигурации системы социально-трудовых отношений и формирование корпоративной системы ценностей.

В соответствии с теорией стратегического управления, обязательный компонентом стратегического процесса трансформации системы социально-трудовых отношений являются динамические способности, то есть способность к изменениям. Динамические способности процесса трансформации автором рассматриваются как способность системы социально-трудовых отношений формировать новые отношения, а также изменяться, адаптироваться, генерировать творческую интеллектуально-креативную энергию, обусловленной динамикой внутрисистемных изменений компонентов СТО. Соответственно трансформация системы СТО протекает на основе динамических способностей системы соци-

ально-трудовых отношений, результат которой определяется способностью эффективно взаимодействовать с окружающей средой, ее инфраструктурой и информационным пространством, предполагающей интеграцию процессов взаимодействия на индивидуальном (ценности), корпоративном (система ценностей) и общем уровне (корпоративная сеть ценностей) [10]. Соответственно, автор выделяет следующие основные динамические способности системы социально-трудовых отношений: управление ценностями, инновационная активность.

Управление ценностями, рассматривается с двух точек зрения как процесс формирования корпоративной сети ценностей и как процесс обмена ценностями в системе социально-трудовых отношений. Формирование корпоративной сети ценностей осуществляется на уровне стратегических процессов путем преобразования ценности, получаемой компанией ($Z_{вх}$) и передачи через обменные процессы от компании стейкхолдеру ($Z_{вых}$) (рис. 2). На уровне стратегических процессов трансформируются (определяются) стратегические цели и задачи системы социально-трудовых отношений. Обменные процессы предполагают обмен ценностями между стейкхолдерами. Трудовые процессы предполагают процессы создания текущих ценностей. Ценности могут формироваться в результате обобщения результатов трудовых процессов в корпоративной сети ценностей. Процессы формирования корпоративной сети ценностей оказывают влияние на формирование текущих ценностей трудовых процессов системы социально-трудовых отношений, позволяя повысить их эффективность и результативность.

Инновационную активность как часть динамической способности в данном контексте автор рассматривает как деятельность по конструированию, созданию, адаптации (диффузии) качественно новых форм социально-трудовых отношений, институтов, трудовых процессов, форм организации труда и т.п. в системе СТО.

Результатом динамической способности является формирование способности к изменениям.



Рис. 2. Модель обмена ценностями в системе социально-трудовых отношений на основе стратегического подхода (адаптировано из источника [11])

Технологии трансформации с точки зрения автора предполагает определенную последовательность решения задач в рамках реализации стратегического видения, включая оценку ограничений и возможностей экономической системы. Технологии трансформации системы социально-трудовых отношений включают механизмы и инструменты трансформации.

Таким образом, основываясь на методологии О. В. Иншакова [12] в общем виде стратегический подход трансформации системы социально-трудовых отношений представим как функцию некоторой комбинации ее определенных компонентов:

$$St = q(z, r, n, g, p, \alpha, k), \quad (1)$$

где z – цели трансформации системы социально-трудовых отношений, выраженные в определенных качественных и количественных параметров (индикаторах); r – цели и задачи крупной экономической как непреодолимые ограничения «снизу» и «сверху» в системе социально-трудовых отношений; p – приоритеты как ценности стейкхолдеров

в системе социально-трудовых отношений; n – ориентиры как институты (нормы и правила, порядки) регулирования процесса трансформации; g – горизонты как конкретно определенный, видимый в актуальном времени и пространстве результат обмена ценности участников (стейкхолдеров) в системе социально-трудовых отношениях; p – технологии трансформации для достижения цели (механизмы и инструменты); α – отклонений от тренда как результат внешних и внутренних непредвиденных воздействий, деформирующих трансформационный процесс и скорость достижения намеченных результатов; k – коррекция стратегического процесса с позиций многосторонней относительной оценки достигнутых результатов и их непрерывной изменчивости под влиянием неучтенных или случайных внутренних и внешних факторов [12, с. 6].

Тогда, трансформации системы социально-трудовых отношений на основе стратегического подхода интерпретируется как инновационный процесс с высокой долей неопределенности, требующий непрерывной коррекции по ходу реализации.

Верификация стратегических результатов трансформации системы социально-трудовых отношений требует проведения анализа и оценки соотношения приоритетов P и требований R в системе социально-трудовых отношений.

$$G = f\left(\frac{P}{R}\right), \quad (2)$$

P_s – конкретный стратегический приоритет (ценность) определенного стейкхолдера; R_s – соответствующие стратегические ограничения в системе социально-трудовых отношений. При этом: $P_s > 0$, так как любой стейкхолдер обладает ценностями; $R_s > 0$, так как результат зависим от ограниченных видов ресурсов; $0 \leq \frac{P_s}{R_s} \leq 1$, из-за неопределен-

ности в системе СТО вследствие неполноты информации при соблюдении $R_s \geq P_s$.

Заключение

Таким образом, предложенный стратегический подход к трансформации системы социально-трудовых отношений направлен на решение проблемных областей в сфере социально-трудовых отношений, а также обуславливает необходимость дальнейших исследований в области аксиологических аспектов регулирования изменений социально-трудовых отношений в процессе трансформации, с целью поиска механизма снижения противоречий в компонентах системы социально-трудовых отношений, исключения оппортунистического поведения участников социально-трудовых отношений.

Библиографический список

1. Апенько С.Н., Легчилина Е.Ю. Системно-аксиологический подход к трансформации социально-трудовых отношений // Вестник Омского университета. Серия «Экономика». – 2018. – № 3 (63). – С. 90–101.
2. Половинко В.С. Модернизация социально-трудовых отношений в период неоиндустриализации // Вестник Омского университета. Серия «Экономика». – 2015. – № 3. – С. 9–13.
3. Ивлева Г.Ю. Трансформация экономической системы: обзор концепций и контуры общей теории [Электронный ресурс]. – URL: <http://refdb.ru/look/1007133.html>.
4. Медведева Т.А. Исследование процессов трансформации социально-трудовых отношений на основе расширенного системного подхода // Вестник НГУ. Серия. Социально-экономические науки. – 2013. – № 13/4. – С.172–180.
5. Нехода Е.В. Трансформация труда и социально-трудовых отношений в условиях перехода к постиндустриальному обществу // Вестник Томского государственного университета. – 2007. – № 302. – С. 160–166.
6. Калабина Е.Г. Трансформация системы отношений «работник – работодатель» в экономической организации: теория, методология, практика: диссертация доктора экономических наук: 08.00.05 / Е.Г. Калабина. – Екатеринбург, 2013. – 423 с.
7. Долженко Р.А. Новые формы трудовых отношений: институционализация и использование в условиях инновационной экономики / Долженко Р.А. – Барнаул: АлтГУ, 2014. – 200 с.
8. Суконников Г.В. Успех цифровой трансформации зависит от каждого [Электронный ресурс]. – URL: http://asi-rzd.ru/images/podborka2018/cifraviz/asi-9_-2018_sukonnikov-g.v._uspeh-cifrovoiy-transformacii-zavisit-ot-kajdogo.pdf (дата обращения: 23.03.2019).
9. T-Systems cuts a quarter of workforce [Электронный ресурс]. – URL: <https://www.handelsblatt.com/today/companies/services/shakeup-t-systems-cuts-a-quarter-of-workforce/23582512.html?ticket=ST-2914163-PJpgbqMSuUq09doiK7DI-ap4> (дата обращения: 23.03.2019).
10. Дилигул С.Н. К вопросу организационного развития на основе динамических способностей при формировании глобальной стратегии компании // Экономика и современный менеджмент: теория и практика. Материалы XXII международной научно-практической конференции. Новосибирск: СибАК, 2013.
11. Корпоративная интегрированная система менеджмента качества ОАО «РЖД». Модель основных процессов URL: <http://oac.rgotups.ru/misc/files/40.45.3.pdf>.
12. Иншаков О.В. Эволюционный подход в стратегической трансформации экономических систем: общие принципы для различного масштаба // Национальные интересы: приоритеты и безопасность. – 2011. – №31. – С. 3–10.
13. Юрасов И.А. Управление трудовыми отношениями: социально-коммуникативный аспект: монография / И.А. Юрасов. – Пенза: ПГПУ им. В.Г. Белинского. 2006. – 184 с.
14. Янченко Е.В. Социально-трудовые отношения: институционализация и регулирование в условиях становления экономики знаний: монография / Е.В. Янченко. – Саратов: Изд. «КУБиК», 2011. – 239 с.

УДК 330.101.8

*Ленкова Т.В., Макаева К.И., Безрукова О.Г., Джахнаева Е.Н., Баршева Д.Б.,
Очирова В.В., Очиров К.Б.*

ФГБОУ ВО «Калмыцкий государственный университет им. Б.Б. Городовикова»,
Элиста, e-mail: kermen_makaeva@mail.ru

МОДЕЛИ ЭКОНОМИЧЕСКОГО РОСТА РОССИЙСКОЙ ЭКОНОМИКИ

Статья посвящена рассмотрению моделей экономического роста в российских условиях. Проанализированы основные существующие модели экономического роста, как они адаптированы для современной российской экономики. Изучению подверглись последние труды отечественных и зарубежных ученых-экономистов, занятых в исследовании данной проблемы. Тем не менее трудно соотнести определенно одну модель к современной ситуации в России, которая переживает посткризисные моменты не только в экономике, но и в политике. Поэтому стоит только ориентировать несколько моделей для Российской Федерации, которая подвержена западным санкционным проявлениям. Теория экономического роста, возникла в Западных странах, описывала экономические процессы, происходящие в 1920–1950-х гг. Первоначально данная теория развивалась на «кейнсианских предпосылках»: спрос не равен предложению, а сбережения – инвестициям; важное значение в экономическом росте играет спрос, а точнее спрос капиталовложений; основные технологические показатели не изменяются из-за негибкости стоимости и определяются нейтральным характером НТП. Исследование рассматривает попытку найти выход из проблем разграничения эндогенного и экзогенного типов экономического роста. Исследование подробных аспектов, включает вопросы перехода от одного типа к другим видам макроэкономического исследования, в том случае если данный анализ выполняется относительно определенного государства, ее национальной экономики. В полной мере этот тезис относится и к современной Российской Федерации.

Ключевые слова: экономический рост, факторы экономического роста, типы экономического роста, модели экономического роста

*Lenkova T.V., Makaeva K.I., Bezrukova O.G., Dzhakhnaeva E.N., Barsheva D.B.,
Ochirova V.V., Ochirov K.B.*

Kalmyk State University named after BB Gorodovikova, Elista,
e-mail: kermen_makaeva@mail.ru

MODELS OF ECONOMIC GROWTH OF RUSSIAN ECONOMY

The article is devoted to the consideration of models of economic growth in Russian conditions. Analyzed the main existing models of economic growth, as they are adapted to the current Russian economy. The study has undergone the latest works of domestic and foreign economists engaged in the study of this problem. Nevertheless, it is difficult to relate one model to the current situation in Russia, which is experiencing post-crisis moments not only in the economy, but also in politics. Therefore, it is worthwhile only to orient several models for the Russian Federation, which is subject to Western sanctions. The theory of economic growth, originated in Western countries, described the economic processes taking place in the 1920–1950s. Initially, this theory developed on the “Keynesian prerequisites”: demand is not equal to supply, and savings to investment; demand is important in economic growth, to be more exact, investment demand; The main technological indicators do not change due to the inflexibility of the cost and are determined by the neutral character of the NTP. The study examines an attempt to find a way out of the problems of differentiating between endogenous and exogenous types of economic growth. The study of detailed aspects includes the issues of transition from one type to other types of macroeconomic research, in the event that this analysis is performed on a specific state, its national economy. This thesis fully applies to the modern Russian Federation.

Keywords: economic growth, factors of economic growth, types of economic growth, models of economic growth

Введение

На сегодняшний день существует огромное количество моделей экономического роста, но в данном аспекте проблемы рассмотрим применимые к российской действительности.

Теория экономического роста, возникла в Западных странах, описывала экономические процессы, происходящие в 1920–1950-х гг. Первоначально данная теория развивалась на «кейнсианских предпосылках»: спрос не равен

предложению, а сбережения – инвестициям; важное значение в экономическом росте играет спрос, а точнее спрос капиталовложений; основные технологические показатели не изменяются из-за негибкости стоимости и определяются нейтральным характером НТП.

Цель исследования. Рассмотреть существующие модели экономического роста в том числе и для российской экономики.

Материалы и методы исследования

Методологическую основу исследования составили труды отечественных и зарубежных ученых в области изучения трактовок экономического роста.

Результаты исследования и их обсуждение

Первый подход – смена определения понятия «экономический рост» в разрезе времен это самый полный и глубокий. Современные теории экономического роста сложились на основе источников – кейнсианской теории макроэкономического равновесия и неоклассической теории производства, которые уходят корнями в теоретические исследования Ж. Б. Сея И. Г. Тюнена и получившие законченные выражения в трудах Дж. Б. Кларка. Источники обусловили формирование кейнсианской и неокейнсианской теорий роста, где рассматривались три проблемы:

а) факторы, которые определяют экономический рост;

б) взаимосвязь макроэкономических показателей (потребление, накопление и т. д.), которые обеспечивают стабильный экономический рост;

в) особенность получения стабильного роста (автоматически или с помощью государства) [3, с.89].

Простая кейнсианская модель роста, которая была предложена в 1940-х гг., это модели Е. Домара и Р. Харрода. В основу первой модели положена функция экзогенно заданных инвестиций. В отличие от первой вторая – специальная модель экономического роста Харрода представляет эндогенную функцию инвестиций, которая основана на принципах роста и ожиданиях бизнесменов. Заслуга Харрода в том, что объектом анализа выступают уровни перемен про-

изводства во временном промежутке, а не коэффициенты, которые служат объектами подробного исследования «Общей теории занятости, процента и денег» Кейнса. В практике экономического роста модели объединяются в модель Харрода–Домара, при которой заданные технические условия производства темпа экономического роста предполагают величину предельной предрасположенности к экономии средств, а равновесие существует в среде неполной занятости [4, с.40].

Но практика экономического роста государств третьего мира обнаружила несовершенство кейнсианской теории и доказала, что увеличение инвестиций не всегда обеспечивает ускоренный рост.

С 1950-х гг. вопросами экономического роста начали заниматься ученые неоклассического подхода (Дж. Хикс, Дж. Э. Мид, Р. Солоу, М. Браун и др.) [4, с.41]. В отличие от ученых-экономистов кейнсианской теории, отталкивались от того, что спрос равен предложению, и, следовательно, стабильность равновесия экономики обеспечивается свободной конкуренцией и установлением стоимости факторов производства на уровне предельных товаров.

Важным элементом неоклассической теории экономического роста выступает обоснование процесса разделения национального дохода, где любой производственный фактор имеет часть продукции согласно объему и предельной производительности. Динамика частей производства находится под воздействием нейтрального технического прогресса. Данная теория рассматривала механизм системы экономического роста в автоматическом режиме, которая не требует государственного внимания, которая ограничена кредитно-денежной политикой.

Недостатком неоклассической теории служит упрощенный подход анализа спроса и предложения на рынке для определения «правильных» цен на товары, который исключает институциональные и политические факторы определенных государств. Основной упор исследования делался на влияние внешних факторов, которые неоклассики не совсем подробно изучили их влияние на экономический рост.

В 80–90-х гг. прошлого столетия в связи с кризисом межгосударственных различий, в то время как неоклассическая теория уже не давала пояснения данным процессам, появилась «новая теория роста», которая основана на подходе эндогенного роста. Ее отличие от предшествующих состоит в том, что не допускался эффекта масштаба производства в экономике и приоритетом служило влияние внешних условий на рентабельность капиталовложений. Новая теория выравнивало темп роста при реализации внешнеэкономических связей. Но влияние государства минимально, эффект сводится к качественному распределению ресурсов, разработке инфраструктуры и мотивации частных инвестиций. Недостаток теории состоит в ограниченной применимости, в особенности при межгосударственном сравнении.

Второй подход ориентирован на динамику направленности изучения понятия «экономический рост». А.А. Черняков дает классификацию, которую он разделил на три группы:

- предположение экономического роста идет «сверху» (от государства и макроэкономических процессов);
- рост «снизу», уровень благосостояния любого индивида;
- определения, которые объединяют макро- и микроэкономический подходы [10, с.102], позволяющая анализировать динамику отдельных ученых-экономистов от экономической сущности экономического роста на макро- и микроуровне, а также влияние факторов экономического роста на различных уровнях развития.

Третий подход – рассмотрение понятия «рост», как правило, в экономике и биологии.

Рост в экономике – соотношение экономического показателя в конкретный период времени к его начальному значению, принятый за базис. Измеряется рост в долях или процентах. Ученые заявляют, что экономический рост приводит к увеличению результатов работы определенных организаций, экономических систем; и вероятен при формировании благоприятной среды развития экономики, обладающая большим потенциалом возрастания. Чаще понятие экономического роста употребляется

в стратегических планах социально-экономического развития, которые характеризуют показатели динамики Валового Внутреннего Продукта и Валового Национального Продукта.

Четвертый подход. Экономисты определяют оценочные характеристики экономического роста в следующих соотношениях.

Экономический рост – экономическое развитие. В российской экономике эти понятия чаще взаимозаменяют. Традиционный экономический рост проявляется как увеличение населения и богатства – как развитие, которое дает старт к новым отношениям.

Ключевые особенности теории экономического развития, которые разработаны до 1950 года, представлены в трудах классической (А. Смит, Т.Р. Мальтус, Д. Рикардо) и неоклассической (Г. Кассель, Дж. Б. Кларк, Ф. Эджуорт, А. Маршалл, К. Виксель) школ.

Неоклассическое развитие представление нарушил Й. А. Шумпетер, который доказал существенное увеличение ВНП в виде негармоничных скачков и рывков при освоении новейших инвестиционных планов, предполагающее смену процветания и депрессию [12, с. 43].

В следующих трудах (50–60-х гг. 20 в.) дальнейшее экономическое развитие оценивалось оптимистично, которое характеризует тремя основными составляющими: накопление, планирование и индустриализация. Но после 1960 годов данный процесс определяли как долгосрочный, который обеспечивает увеличение прибыли в расчете на душу населения. Современная теория развития влияет на экономическую и неэкономическую жизнь, которая включает зависимость экономического развития и процесса достижения целей – производство нового товара или услуги, инновации производства, изучение новых рынков реализации, освоение новых источников сырья или полуфабрикатов, реорганизация.

Современный экономический рост связан с экономическим подъемом в Европе (Англия, Нидерланды, Франция, Германия, Австрия, Венгрия, Италия) в 18-м веке, с распространением институциональных инноваций в мире начиная с 80-х гг. XIX в. в Японии и России.

У ряда современных исследователей также существует научный интерес выявления особенностей показателей экономического роста. Так, по мнению В. Соуза, особый интерес вызывает проблема замедления роста экономики России, которая решается воздействием ключевого фактора, а именно положительного чистого притока капитала как единственного способа обеспечения инвестиционного климата страны. В. Мау изучает вероятность моделирования безинфляционного экономического роста, новые глобальные валюты, криптовалюты, роль ЦБ РФ в обеспечении экономического роста, современные модели государственного регулирования, а также препятствия на пути экономического развития во внеэкономической сфере. В исследовании И. Подопригоры, Ю. Синельниковой выявлены два направления роста экономики, первое из которых основано на вовлечении в производство факторов труда и капитала, второе базируется на росте общей производительности факторов производства [8, с.115].

Инновационная модель И. Абрамовой, Л. Фитуни [1, с.48] строится на интенсификации экономической экспансии на рынки расположенных к сотрудничеству с Россией стран, где есть значительный ресурс и перспективы роста, например рынки африканских стран.

В.И. Маевский, С.Ю. Малков, А.А. Рубинштейн [2, с. 184] формируют модель переключающегося режима воспроизводства, которая статистически апробирована в России в 1992–2014 гг.

В результате фактор удельной доли обновленного основного капитала определяется доминирующим в процессе анализа экономического роста макроэкономической системы.

Исследование Дж. Жао, Дж. Танг [7, с. 29] анализирует источники экономического роста и характер изменения промышленной структуры в Китае по сравнению с Россией, оценивает взаимное дополнение указанных экономик. Локомотивом роста России, по мнению авторов, являлся сектор услуг, за которым следует первичный сектор, ориентированный на добычу нефти и газа.

Эмпирические механизмы анализа взаимосвязи между инновациями и экономическим ростом для стран БРИКС

оцениваются в работе В. Сэсей, У. Жао, Ф. Ванг [12, с. 129]. Исследование на основе методики динамической оценки панелей учитывает НИС на основе набора исторических данных для оценки основных переменных, то есть темпов поступления в университет для студентов из области науки и техники, государственных расходов на исследования и разработки, высокотехнологичного экспорта и включения контрольных переменных, охватывающих период 2000–2013 гг. Основной вклад исследования Л.А. Гамидуллаевой, М.В. Чернецова, С.М. Васина заключается в понимании ключевой роли внутренних мотивов воспроизводства инноваций в экономической системе в процессе экономического роста страны.

Среди факторов, влияющих на экономический рост, Д. Сафина указывает доверие; в частности, ею представлен анализ уровня доверия к социальным институтам современной России, изучается связь между уровнем доверия и уровнем ВВП на душу населения.

Л. Капустина, О. Фальченко [16, с. 126] эмпирически доказывают отсутствие тесной связи между экономическим ростом и притоком прямых иностранных инвестиций. Рост валового внутреннего продукта в большей степени зависит от внутренних инвестиций в основные фонды, чем от ПИИ и рабочей силы.

Направление современных эконометрических исследований экономического роста России особенно востребовано и разнообразно. Эконометрические модели анализа текущих тенденций экономического роста и прогноза его динамики на ближайшие годы отражены в исследованиях С.А. Мицка, Е.Б. Мицек [17, с. 27]. Работа А.В. Полбина [15, с. 71] посвящена эконометрической оценке влияния изменений условий торговли, в качестве переменной-заменителя для которых используются мировые нефтяные цены, на выпуск, валовое накопление основного капитала и потребление домохозяйств России с помощью векторной модели коррекции ошибок с экзогенными переменными. В статье Т. Перефаниса, А. Дагоумаса разрабатываются эконометрические модели для изучения нефтяной зависимости

российской экономики. Строятся две векторные авторегрессии. Модели рассматривают макроэкономические факторы, такие как индекс промышленного производства, безработица, валовой внутренний продукт и государственные расходы, а также нефтяные факторы, такие как цены на нефть и добыча нефти в России. Используются функции импульсного отклика для оценки взаимодействия между переменными. Е. Дерюгина, А. Пономаренко проводят оценку байесовской векторной модели авторегрессии, включающую 16 основных макроэкономических показателей.

В процессе моделирования показано, что динамику основных макроэкономических параметров в России в 2010–2013 гг. невозможно было точно прогнозировать из-за повышенной экономической неопределенности. Результаты, представленные в работе А.С. Поршкова, А.А. Пономаренко, доказывают эффективность спецификации динамических факторных моделей в прогнозировании динамики российского ВВП. М.И. Гераськиным, П.В. Порубовой разработана многофакторная дифференциальная модель экономического роста как модификация неоклассической модели роста Р. Солоу, которая учитывает трудосберегающую и капиталосберегающую формы научно-технического прогресса и кейнсианскую концепцию инвестиций. Исходные статистические данные учитывают динамику реального ВВП, основных фондов и инвестиций в основные фонды, занятость за 1965–2016 гг. в России. За основу предлагаемой модели И.В. Пеньковой, О.М. Джавадовой принята функциональная зависимость Кобба – Дугласа. В рамках построения регрессионной многофакторной модели выявлено, что наиболее значительное влияние на экономику РФ оказывает объем экспорта товаров и услуг, менее значительны для российской экономики изменения параметров накопленных ПИИ и индекса реального эффективного курса рубля к иностранным валютам. Работа С. А. Айвазяна и Б. Е. Бродского предусматривает двухэтапную процедуру построения эконометрических зависимостей, в том числе дезагрегированную динамическую модель эволюции основных секторов россий-

ской экономики, а также коинтеграционные и регрессионные эконометрические зависимости, как и балансовые соотношения между важнейшими макроэкономическими показателями. Решение системы полученных уравнений позволяет анализировать краткосрочные и среднесрочные эффекты макроэкономических «шоков».

Сценарный подход экономического роста России реализован в работах С.М. Дробышевского и Г.И. Идрисова с соавт., Ю. Корхонена и А.Н. Лякина. Полученные оценки структурной, внешнеторговой и конъюнктурной компонент темпов роста ВВП в исследовании показывают, что основной вклад в темпы экономического роста в 2018–2020 гг. в России будет обеспечивать сумма компонент делового цикла и случайных шоков.

Показано, что, в то время как текущие дискуссии сосредоточены на проблемах краткосрочного роста и его стимулирования, более важными являются проблемы роста в долгосрочной перспективе. В работе Ю. Корхонена и А.Н. Лякина приведена оценка долгосрочного экономического роста России, которая определяет темпы прироста ВВП менее 2 % годовых, что в первую очередь связано с резким снижением доступности рабочей силы.

Главная задача российской экономической политики, по мнению И. Даровского, В.Г. Холодкова, – улучшение бизнес-климата и развитие конкуренции с целью повышения экономического роста страны.

Обобщить результаты проведенного исследования можно при помощи таблицы.

В статье П. Кадочникова, А. Кнобеля анализируются условия и механизмы, благодаря которым внешняя торговля и инвестиции способствуют экономическому росту в России. В документе представлены рекомендации по поддержке экспорта, региональной экономической интеграции и реформе учреждений. Государство в работе Г. Идрисова, В. Мау, А. Божечкова активно участвует в привлечении интеллектуального капитала, создании пространства опережающего технологического регулирования с целью достижения необходимого экономического роста.

Результаты систематизации существующих моделей экономического роста

Авторы и название теории	Основной показатель, оценивающий экономический рост	Основные факторы экономического роста	Особенности математической модели	Комментарии о возможности использования
1	2	3	4	5
Н.Д. Кондратьев, А.А. Акаева, В.Г. Клинова, Л. Бернард и др. («длинные волны» Кондратьева)	Национальный доход первоначально, затем ВВП в постоянных ценах по паритету покупательной стоимости	Капитал, норма накопления; темп роста занятости; коэффициент амортизации капитала; технологический уровень	Экономико-математические модели, которые сводятся к нескольким дифференциальным уравнениям относительно основных параметров, например фондоотдачи и эффективности новых технологий. Строятся фазовые портреты, которые оказываются замкнутыми траекториями вокруг равновесной точки типа «центр»	Стохастическая модель реализует важнейшие принципы производства, однако она изучает поведение системы в замкнутой среде, не конкретизирует природу самой системы
Р. Харрод, Е. Домар, П. Самуэльсон, Р. Гудвин и др. (неокейнсианская школа)	Производственная однофакторная функция ВВП	Капитал, инвестиции	Экономико-математические модели, определяемые дифференциальным уравнением, решением которого является трендовый функционал экспоненциального либо гармоническая функция динамики ВВП	Не отражают взаимовлияния макроэкономических показателей, что снижает их аналитическую ценность и приводит к необходимости разработки многофакторных эконометрических моделей трендов и циклических колебаний
Р. Солоу, М. Феррара, Р. Девеш, С. Бьянка, С. Далгаард, С. Ямарик, Д. Ли, М. И. Гераськин (неоклассические модели экономического роста)	Двухфакторная производственная функция ВВП	Техпрогресс, труд и капитал	Решение дифференциального уравнения в стационарном состоянии	Нереалистичность предположения взаимозаменяемости факторов
П. Ромер, Р. Лукас и др. (теория эндогенного роста)	Двухсекторная эндогенная модель экономического роста, учитывающая ВВП	Фактор накопления персонифицированного человеческого капитала в секторе образования, физического капитала	Модель характеризуется постоянным экономическим ростом в зависимости от субъективных параметров	Трудности с анализа и оценки основного фактора модели

Окончание табл.

1	2	3	5	6
С.Ю. Глазьев, А.Г. Аганбегян и др. («Столыпин- ский клуб»)	ВВП	Совокупность мо- нетарных и нало- гово-бюджетных мер стимулиро- вания экономиче- ского роста	Описательно- аналитическая модель роста экономики	Невозможность реализации без конкретных меро- приятий экономи- ческой политики: необходимость структурных реформ, снижения административ- ного давления на бизнес, постро- ения правового государства и т. д.
А. Кудрин, Е. Горюнов, П. Трунин (Центр стратеги- ческих разработок)	Структурный рост ВВП на основе частной инициативы	Фискальная, монетарная поли- тика, частные ин- вестиции на счета в банках	Описательно- аналитическая модель роста экономики	Необходимость проведения ком- плекса мероприя- тия государствен- ной политики для улучшения бизнес-климата
С.А. Мицек, Е.В. Мицек, А.В. Полбин, Т. Перефанис, А. Дагоумас, Е. Дерягина, А. Пономаренко, М.И. Гераськин, П.В. Порубова, И.В. Пенькова, О. М Джавадова (современные эконометрические модели экономи- ческого роста)	Динамика сум- марного ВВП, регионального ВВП	Множество фак- торов внутренне- го и внешнего по- рядка, например индекс промыш- ленного производ- ства, безработица, экспорт, государ- ственные рас- ходы, нефтяные факторы, такие как цены на нефть и добыча нефти в России, ПИИ, индекс реального эффективно- го курса рубля к иностранным валютам и т. д.	Разнообразие эконометрических моделей. Строятся вектор- ные авторегрессии, используются функции импульс- ного отклика для оценки взаи- модействия между перемен- ными	Сложность поис- ка и отражения факторов повы- шенной экономи- ческой неопреде- ленности, «шока»
М.С. Орешкин, С.А. Черногор- ский, К.В. Шевцов, К.А. Гулин, Н.О. Якушев, Е.А. Мазиллов, А.Г. Даровский, В.Г. Холодков, П. Кадочников, А. Кнобель, Г. Идрисов, В. Мау, А. Божечков (элементы госу- правления экономическим ростом)	Эффективность экономики как фактор темпа роста ВВП	Производитель- ность труда, миграционная по- литика, безрабо- тица, продолжи- тельность жизни, налогообложение, экспорт, адресная инвестицион- ная программа, инновационная программа и си- стема мер по сти- мулированию и структурным ре- формам, включая налоговую рефор- му, конкуренция цифровой капитал и пр.	Описательно- анали- тические модели с побуж- дением проведе- ния госполитики	Главный источник экономического, социального, технологического рывка находится в сфере не эконо- мической науки, а госуправления

Отдельным вектором исследования экономического роста в русле политэкономического направления выступают работы В. И. Бархатова, который указал на существующие противоречия экономического роста и определил в качестве основного фактора наличие материальной и производственной основы, а также человеческий капитал. Отдельно выделены институциональные проблемы экономического роста, определяемые недостаточным нормативным оформлением экономических отношений.

Д. Чебан, К. Маммана и Э. Мичетти предложили новую математическую ин-

терпретацию роста населения в виде логистической функции, внедренной в модель Солоу.

Заключение

Таким образом, проведенный анализ основных направлений научного исследования существенных факторов экономического роста российской экономики, методов аппроксимации, а также особенностей применения экономико-математического аппарата к современным статистическим данным позволяет резюмировать необходимость построения и апробации «новой» модели экономического роста.

Библиографический список

1. Гераськин М.И. Дифференциальная модель макроэкономического роста с эндогенной цикличностью // Актуал. проблемы экономики и права. – 2017. – Т. 11; № 3 (43). – С. 43–55.
2. Горюнова Н.Н. Экономический рост как фактор экономического развития // Теория и практика общественного развития. – 2018. – № 7. – С. 183–185.
3. Джигеров З.А. Система факторов экономического роста // Бизнес в законе. – 2017. – №3. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/sistema-faktorov-ekonomicheskogo-rosta> (дата обращения: 12.02.2019).
4. Ерохина Е.А. Экономическое развитие и экономический рост: системно-самоорганизационный подход к исследованию // Известия Томского политехнического университета. – 2018. – Т. 312; № 6. – С. 39–41.
5. Игошин А.Н., Черемухин А.Д. Сущность экономического роста, его типы и измерители // Вестник НГИЭИ. – 2015. – №5 (48). – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/suschnost-ekonomicheskogo-rosta-ego-tipy-i-izmeriteli> (дата обращения: 12.02.2019).
6. Ильичева С.М. К вопросу о понятии и источниках «экономического роста» постиндустриального типа // TERRA ECONOMICUS. – 2018. – № 2 (9). – С. 7–10.
7. Камаев В. Д. Экономическая теория: учебник. – М.: Гуманит, изд. Центр ВЛАДОС, 2016.
8. Кисова А.Е., Ромащенко Т.Д. Концептуальная модель гуманизации экономического роста // Социально-экономические явления и процессы. – 2018. – № 5–6 (27–28). – С. 110–115.
9. Коптелов О.И. Ограничения экономического роста // ФЭН-наука. – 2017. – № 6. – С. 29–30.
10. Кормишкин Е.Д., Земскова Е.С. Качество жизни населения как форма выражения экономического роста // Известия высших учебных заведений. – 2017. – № 4 (24). – С. 101–109.
11. Лоскутова М.В. Процесс глобализации как детерминанта экономического роста национального хозяйства // Социально-экономические явления и процессы. – 2018. – № 12 (46). – С. 185–193.
12. Макроэкономика. Учебник, Рекомендовано ФГАУ «ФИРО» / отв. ред. М.Л. Альпидовская, Н.В. Цхададзе. – Ростов на Дону: Феникс, 2017. – 409 с.
13. Маевский В.И. Теория и модель перекрывающихся поколений основного капитала. – М.: Институт экономики РАН, 2015. – 42 с.
14. Маневич В. Долговременные макроэкономические процессы и условия роста российской экономики // Вопросы экономики. – 2017. – № 1.
15. Маськова Н.Г. Прогнозирование экономического роста // Вестник Майкопского государственного университета. – 2017. – № 3. – С. 70–72.
16. Микульский К.И. Россия в поисках модели экономического роста // Общество и экономика. – 2017. – № 3–4.
17. Мицек С.А. Экономический рост, инфляция, инвестиции и доходы в Российской Федерации: эконометрическая модель на основе анализа и прогноза // Экономический анализ: теория и практика. – 2018. – Т. 17; Вып. 1. – С. 18–29.

УДК 330.101.8

Макаева К.И., Учурова Е.О., Яшаев Д.М., Яшаева Д.М., Бакинова Т.Д., Бараев С.В.
 ФГБОУ ВО «Калмыцкий государственный университет имени Б.Б. Городовикова»,
 e-mail: kermen_makaeva@mail.ru

СУЩНОСТЬ ЭКОНОМИЧЕСКОГО РОСТА В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ

В статье раскрыты основные теоретические аспекты сущности экономического роста в современных условиях. Исследование рассматривает попытку найти выход из проблем разграничения эндогенного и экзогенного типов экономического роста. Исследование подробных аспектов, включает вопросы перехода от одного типа к другим видам макроэкономического исследования, в том случае если данный анализ выполняется относительно определенного государства, ее национальной экономики. В полной мере этот тезис относится и к современной Российской Федерации. Дали авторское определение экономическому росту, определяя, что это масштабное комплексное изменение системы, которое достигается прогрессивными изменениями факторов функционирования, приводящее к увеличению национального богатства. Экономический рост – одна из основных проблем, которая стоит перед многими государствами. По тенденции развития экономик многих государств можно рассматривать жизненный уровень населения, то, как решаются проблемы ограниченных ресурсов. Экономический рост – главный источник возрастания уровня жизни населения на длительный период времени. Экономический рост измеряется годовым темпом роста валового продукта на душу населения. Выделили два главных фактора экономического роста: – экстенсивные факторы роста: а) возрастание вложений при существующем уровне технологии; б) возрастание числа занятых рабочих; в) увеличение потребления ресурсов, материалов, топлива и других составных оборотного капитала. интенсивные факторы роста: а) ускоренный НТП; б) увеличение уровня образованности рабочих; в) рациональное применение основного и оборотного капиталов; г) увеличение результатов предпринимательской деятельности путем улучшения компании.

Ключевые слова: экономический рост, факторы экономического роста, типы экономического роста

Makaeva K.I., Uchurova E.O., Yashaev D.M., Yashaeva D.M., Bakinova T.D., Baraev S.V.
 Kalmyk State University named after BB Gorodovikova, Elista,
 e-mail: kermen_makaeva@mail.ru

THE ESSENCE OF ECONOMIC GROWTH IN MODERN CONDITIONS

The article reveals the main theoretical aspects of the essence of economic growth in modern conditions. The study examines an attempt to find a way out of the problems of differentiating between endogenous and exogenous types of economic growth. The study of detailed aspects includes the issues of transition from one type to other types of macroeconomic research, in the event that this analysis is performed on a specific state, its national economy. This thesis fully applies to the modern Russian Federation. Gave the author's definition of economic growth, determining that this is a large-scale complex change of the system, which is achieved by progressive changes in the factors of functioning, leading to an increase in national wealth. Economic growth is one of the main problems facing many countries. According to the development trends of the economies of many states, it is possible to consider the standard of living of the population, how problems of limited resources are solved. Economic growth is the main source of increase in the standard of living of the population for a long period of time. Economic growth is measured by the annual growth rate of gross product per capita. There are two main factors of economic growth: – extensive growth factors: a) an increase in investment at the current level of technology; b) an increase in the number of employed workers; c) an increase in the consumption of resources, materials, fuel and other compound working capital. – intensive growth factors: a) accelerated NTP; b) an increase in the level of education of the workers; c) rational use of fixed and circulating capital; d) increase business results by improving the company.

Keywords: economic growth, factors of economic growth, types of economic growth

Введение

Экономический рост является основной проблемой, которая стоит во главе угла развития различных государств.

По тенденциям характеризуют положение национальной экономики, уровень жизни граждан, принимаются решения по поводу ограниченных ресурсов.

К тому же выступает основным аспектом долговременного увеличения жизненного уровня граждан и измерением его служит годовой темп увеличения ВВП на душу населения.[4,с.184]

Для экономической системы Российской Федерации трудности с экономическим ростом на сегодняшний день стоят остро. Конечная миссия реформ отечественной экономики, которая нацелена на создание рыночной среды, выступают формирование устойчивого темпа экономического роста, что будет увеличивать благосостояние граждан. Экономический рост способствует развитию множеств отраслевых рынков, которые претерпевают кризис, способствует качественной экономике и повышению благосостояние граждан. Именно экономический рост обеспечивает надежный фундамент долгосрочного развития социальной сферы, включая искоренения нищеты среди населения.

Цель исследования. Рассмотреть на сущность экономического роста в теоретическом аспекте.

Материалы и методы исследования

Методологическую основу исследования составили труды отечественных и зарубежных ученых в области изучения трактовок экономического роста, в качестве информационной базы в работе использованы учебники и учебные пособия по экономической теории, макроэкономике, а также данные периодической печати.

Результаты исследования и их обсуждение

В настоящий период появилось много трудов по экономическому развитию и росту, которые придерживаются точки зрения о том, что экономический рост достигается при функционировании экономической системы, включающее повышение среднедушевой прибыли населения.

Но на сегодняшний день наблюдаем различные мнения по поводу типов, моделей экономического роста.

Однако ученые едины во мнении, что изучение экономического роста важно при «цели и критерии формирования материальной основы процветания социально-экономического общества» [3,

с.37]. Некоторые авторы делают акцент на том, что экономический рост не разрешает некоторые социальные трудности.

Под экономическим ростом подразумевается увеличение объемов товаров и услуг, которые созданы за определенный период.

Экономический рост – одно из центральных экономических проблем, которая стоит перед многими странами. Динамика экономического роста показывает уровень развития национальных экономик, жизненный уровень населения, то, как разрешаются проблемы ограниченных ресурсов.

Экономический рост измеряется двумя способами:

- возрастание валового национального продукта (ВНП) за определенный отрезок времени;
- возрастание за определенный период времени реального ВНП на душу населения.

Используются оба способа. Но при сравнении жизненного уровня населения в отдельных странах и регионах предпочтение отдается второму способу.

Неопределенность сущности экономического роста породило различные подходы теоретических трактовок отечественными и зарубежными экономистами, которые классифицировали следующим образом:

- 1) по отношению к временным периодам общественного развития или развития теоретических аспектов экономического роста;
- 2) относительно изменения направлений исследования содержательной сущности экономического роста;
- 3) в разрезе нескольких наук;
- 4) в рамках соотношения: экономический рост – экономическое развитие, экономический рост – экономическое равновесие, экономический рост – расширенное воспроизводство, экономический рост – депрессия, спад [2, с.48].

Итак, экономический рост – это повышение величины, качества и ценности, который произвел экономический субъект.

Объектами экономического роста служат экономика, промышленность и определенные хозяйствующие субъекты.

Структура экономического роста ограничивается факторами общественного развития и стадий жизненного цикла экономических субъектов.

Основной предпосылкой реализации экономического роста служит потенциал роста высококвалифицированной рабочей силы, земля, природные ресурсы, географические и исторические факторы. Однако увеличение потенциала не всегда положителен для экономического роста. Увеличение потенциала сводится к увеличению нацбогатства; не растут запасы, если увеличения не происходит. Потенциал экономического роста – это наращивание объемов, вовлеченных в производство и применяемые в конкуренции, перемещении экономических субъектов в инновационно-технологические экономические отрасли.

Экономический рост делится по признакам:

- темп возрастания главных экономических показателей (Валовой Внутренний Продукт на душу населения, производственная эффективность и т. д.) – медленный, бурный и устойчивый экономический рост;
- уровень применения экономических ресурсов – экстенсивный и интенсивный рост;
- взаимоотношение национальной и мировой экономики – экспорторасширяющийся, импортированный, импортозамещающий, разоряющий рост;
- виды темпов роста – фактический, гарантированный, естественный;

– по отношению к действующим нормативно-правовым актам – легальный, теневой и криминальный рост;

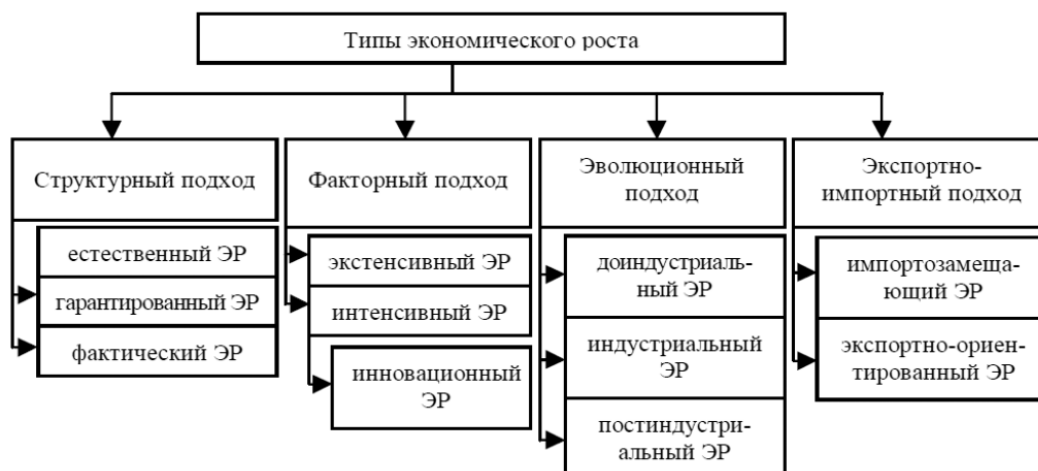
– в зависимости от мировой тенденции – экономический рост, ориентированный на импортозамещение и формирование самостоятельной экономической системы; рост, ориентированный на экспортное развитие и использование международного разделения труда;

– продолжительность осуществления – средне- и долгосрочный рост;

– характеру осуществления – сбалансированный и несбалансированный и др. [6, с. 40].

Типами экономического роста признаются разграничения экономического роста согласно факторам, которые их обуславливают. Рассмотрим рисунок 1 по классификации типов экономического роста с разных ракурсов рассмотрения. 1. Подход предполагающий уточнение типов экономического роста по потребностям и возможностям общества (структурный подход), который обусловлен темпами роста демографического потенциала. В свою очередь подход делится на: естественный, гарантированный, фактический рост.

2. Подход, где типы экономического роста рассматриваются согласно применения производственных факторов (факторный подход), в свою очередь делится на интенсивный и экстенсивный типы экономического роста. В состав интенсивного входит инновационный экономический рост.



Типы экономического роста с разных точек зрения [7, с. 79]

3. Подход производительных сил, техники и технологии производства (эволюционный подход) – доиндустриальный, индустриальный и постиндустриальный типы экономического роста.

4. Подход влияния мировой экономики на национальный экономический рост (экспортно-импортный подход): импортозамещающий и экспортно-ориентированный типы экономического роста. [1, с.405]

Есть два основных типа экономического роста: экстенсивный и интенсивный.

Экстенсивный тип экономического роста – это количественное повышение производственных факторов, а интенсивный тип – это качественное усовершенствование и улучшение применения производственных факторов. При этом экономический рост происходит и при спадающих темпах капиталовложений и при падении их физического объема.

При экстенсивном росте тенденция соотношения факторов равномерна и сводится к максимуму изготовления товара относительно положения экономических ресурсов, в частности от трудовых расходов и капитальных вложений, и частично от НТП.

Во – первых, приумножение общественного продукта зависит от приумножения количества производственных условий: привлечение в производственный процесс дополнительных трудовых источников, капитальных средств, земельных ресурсов. Но с технологической производственной базой ничего не происходит. Например, вспашка целинных земельных ресурсов для получения больших объемов зерна, привлекая множество трудовых ресурсов для постройки электростанций, изготовления зерноуборочных комбайнов – это экстенсивное повышение общественной продукции. Данный тип экономического роста приращение продуктов происходит путем прироста количества и квалификации трудовых ресурсов, путем повышения мощности организации, то есть повышение установленного оборудования. В итоге производство продуктов на 1 рабочего остается на прежнем уровне.

При экстенсивном типе есть приращение, к примеру увеличение ди-

намики экономического развития, где наблюдается оперативное освоение природных ресурсов, к тому же уменьшить либо сократить безработицу, обеспечив полную занятость работников.

Но и есть большие минусы: техническая отсталость, где превышение количества изготовления товара не происходит под влиянием технико-экономического прогресса. Но производственное увеличение затратно. При положительном темпе экономического роста количественное увеличение производственных средств прямо соотносится с численностью рабочих.

Экстенсивное расширенное воспроизводство – это наличие достаточное количество трудовых и природных источников в государстве, которые увеличиваются относительно производственных масштабов. Но производства ухудшается, но само по себе не улучшает условия своего повтора, где устаревает оборудование на функционирующих организациях. Природные ресурсы истощаются и расходы возрастают на трудовые ресурсы и производственные средства для добычи сырья и топливных ресурсов. Поэтому экономический рост становится затратным.

Интенсивный тип роста преследует увеличение результатов производства, увеличение отдачи использования всех производственных факторов, но численное измерение используемого труда, капитальных средств и т.д. не изменяется. Главным фактором выступает усовершенствование производственных технологий, улучшение качественных производственных факторов. Важнейшим условием интенсивного типа является увеличение трудовой производительности, представляемый в качестве дроби:

$$ПТ=П/Т,$$

где ПТ – трудовая производительность; П – готовая продукция в натуральной либо денежной форме; Т – расходы на трудовую единицу.

При интенсивном типе увеличивается выпуск продуктов, основанный на применении результативных и качественных усовершенствованных производственных факторов. Увеличение производственных объемов путем использования результатов НТП, эконо-

мичных источников, переквалификации рабочих. Данные факторы повышают качество товара, увеличивают трудовую производительность, происходит ресурсосбережение и т.д.

Преимущество интенсивного производственного расширения – это ликвидация непреодолимых барьеров экономического роста, исходящие из ограниченности природных источников. Экономическое развитие переходит на новую ступень, где наблюдаем непрерывный научно-технический и экономический прогресс, где индикатором служит увеличение масштабов производственной наукоемкости. Самое выгодное условие расширения – это ресурсосбережение.

Кроме того интенсификация экономического роста это затрудненный процесс, связанный с глубоко прогрессивной реформацией экономической системы, масштабной переподготовкой работников самостоятельных и профессионально подготовленных кадров.

При научно-технической революции 20 в. преимущественно превалировал в Европе интенсивный экономический рост.

Заключение

Экономический рост – это масштабное комплексное изменение системы, которое достигается прогрессивными

изменениями факторов функционирования, приводящее к увеличению национального богатства.

Экономический рост – одна из основных проблем, которая стоит перед многими государствами. По тенденции развития экономик многих государств можно рассматривать жизненный уровень населения, то, как решаются проблемы ограниченных ресурсов. Экономический рост – главный источник возрастания уровня жизни населения на длительный период времени. Экономический рост измеряется годовым темпом роста валового продукта на душу населения.

Экстенсивные факторы роста:

- а) возрастание вложений при существующем уровне технологии;
- б) возрастание числа занятых рабочих;
- в) увеличение потребления ресурсов, материалов, топлива и других составных оборотного капитала.

Интенсивные факторы роста:

- а) ускоренный НТП;
- б) увеличение уровня образованности рабочих;
- в) рациональное применение основного и оборотного капиталов;
- г) увеличение результатов предпринимательской деятельности путем улучшения компании.

Библиографический список

1. Алексеев М.Ю. Экономический рост, интеллектуальная собственность – эмпирический анализ // Вестник Чувашского университета. – 2016. – № 2. – С. 403–411.
2. Андреева Е.Г., Сухова А.Н. Экономический рост. Модели экономического роста // Омский научный вестник. – 2018. – № 6 (102). – С. 46–50.
3. Андросов Д.В., Головин А.А. Измерение и факторы экономического роста // Вестник Курской госсельхозакадемии. – 2017. – Т. 4; № 4. – С. 36–39.
4. Горюнова Н.Н. Экономический рост как фактор экономического развития // Теория и практика общественного развития. – 2018. – № 7. – С. 183–185.
5. Джигеров З.А. Система факторов экономического роста // Бизнес в законе. – 2017. – №3. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/sistema-faktorov-ekonomicheskogo-rosta> (дата обращения: 12.02.2019).
6. Ерохина Е.А. Экономическое развитие и экономический рост: системно -самоорганизационный подход к исследованию // Известия Томского политехнического университета. – 2018. – Т. 312; № 6. – С. 39–41.
7. Игошин А.Н., Черемухин А.Д. Сущность экономического роста, его типы и измерители // Вестник НГИЭИ. – 2015. – №5 (48); URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/suschnost-ekonomicheskogo-rosta-ego-tipy-i-izmeriteli> (дата обращения: 12.02.2019).

УДК 338.62

Мусостова Д.Ш., Дудаев Т-А. М.

ФГБОУ ВО «Чеченский государственный университет», Грозный,
e-mail: goldzr@yandex.ru; TURALIdudaev272@yandex.ru

ФИНАНСИРОВАНИЕ ИННОВАЦИОННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЙ В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ

В данной статье рассматривается финансирование инновационной деятельности на современных этапах развития экономики. В мировой экономической литературе инновация интерпретируется как превращение потенциального научно-технического прогресса в реальный, воплощающийся в новых продуктах и технологиях. Инновации – это совместный процесс, с помощью которого организации отказываются от старых парадигм и делают значительные успехи, где инновационные идеи приходят из нескольких источников, в том числе необоснованных требований или целей и нехватки времени. Система финансирования инновационной деятельности включает в себя связанные друг с другом элементы с иерархической соподчиненностью и своеобразными функциональными особенностями. На сегодняшний день дальнейшее развитие экономики можно обеспечить лишь внедрением продуктов инновационной деятельности на промышленных предприятиях. Основными сдерживающими факторами инновационного развития является неготовность предприятий внедрять продукты (технологии) инновационной деятельности, плохо сформулированная модель управления финансированием этой инновационной деятельности и нежелание реформировать эту систему. Предприятия отказываются рассматривать инновационную деятельность как залог дальнейшего развития и возможности получения большей прибыли. Для того чтобы обеспечить сбалансированность экономического роста и устойчивого повышения благосостояния общества, необходимо снижать уязвимость экономики к изменению внешних условий.

Ключевые слова: инновационная деятельность, программа инновационной деятельности, система управления финансированием, инновационный бюджет

Musostova D.S., Dudayev T-A. M.

Chechen State University, Grozny-mail: goldzr@yandex.ru;
TURALIdudaev272@yandex.ru

FINANCING OF ENTERPRISES INNOVATIVE ACTIVITIES IN MODERN CONDITIONS

This article discusses the financing of innovation in the current stages of economic development. In the world economic literature, innovation is interpreted as the transformation of potential scientific and technological progress into real, embodied in new products and technologies. Innovation is a collaborative process whereby organizations abandon old paradigms and make significant progress, where innovative ideas come from several sources, including unreasonable demands or goals and lack of time. The system of financing of innovation activity includes elements connected with each other with hierarchical subordination and peculiar functional features. To date, the further development of the economy can be provided only by the introduction of innovative products in industrial enterprises. The main constraining factors of innovative development are the unwillingness of enterprises to introduce products (technologies) of innovative activity, poorly formulated model of management of financing of this innovative activity and unwillingness to reform this system. Enterprises refuse to consider innovation as a key to further development and the possibility of making more profit. In order to ensure a balance between economic growth and a sustainable increase in the well-being of society, it is necessary to reduce the economy's vulnerability to changing external conditions.

Keywords: innovative activity, program of innovative activity, system of management of financing, innovative budget

Главным условием развития экономики государства является инновационно ориентированная деятельность предприятий, их возможность и готовность к применению достижений научно-технического прогресса. Перевод России на инновационные рельсы развития

обязывают руководителей государства и предприятий вести такую деятельность, что способствовало бы развитию отраслей промышленности, обладающих потенциалом для обеспечения конкурентоспособности своей продукции и создания новых технологий.

В современных условиях главным фактором обеспечивающим конкурентоспособность продукции является деятельность, направленная на:

1. Техническое перевооружение промышленного комплекса и внедрение достижения НТП с целью минимизации затрат;
2. Развитие собственного инновационного потенциала предприятия;
3. Формирование механизмов финансирования инновационной деятельности предприятия.

На сегодняшний день главным сдерживающим фактором инновационного развития является несовершенство существующих методов управления ресурсами предприятия. Для решения данной проблемы необходимо разработка такой системы управления финансированием инновационной деятельности предприятия, основу которой составляют современные методы контроля и управления финансовыми потоками, минимизация рисков и ориентированность на расширение внутриэкономических связей.

Так как процесс управления финансированием инновационной деятельности не имеет глубинного анализа и с момента возникновения рассматривался поверхностно, возникла потребность в рассмотрении этого явления не как отдельной составляющей, а как целый комплекс по анализу процесса организации и контроля инновационной деятельности предприятия и источников ее финансирования с учетом их специфических особенностей.

Главной целью системы управления финансированием является формирование долгосрочных конкурентных преимуществ на основе инновационной деятельности и, как следствие, повышение стоимости предприятия. Не последнее место занимают задачи своевременного финансирования различных этапов инновационной деятельности с целью обеспечения их непрерывности.

Основными объектами управления финансированием непосредственно на предприятии являются:

- Инновационная деятельность;
- Инновационная программа развития;
- Инновационный бюджет развития;
- Инновационный проект.

Инновационная деятельность – это деятельность, направленная на разработ-

ку собственных и привлечения со стороны достижений НТП в целях повышения конкурентоспособности предприятия путем улучшения качества выпускаемой продукции и оказываемых услуг, основанная на наиболее современных технологиях и направленная на их модернизацию и дальнейшее совершенствование. Объектами инновационной деятельности могут являться товары и услуги, признанные новшествами, как правило такими новшествами являются доработанные, усовершенствованные товары. Если еще несколько лет назад общество с подозрением относилось ко всем видам инноваций, то сейчас и экономические субъекты, и простые потребители только приветствуют и активно используют, что говорит о социальной зрелости населения. Не является секретом что корпорации занимающиеся инновационными разработками действуют по принципу «создай проблему и продай решение» [1].

Программа инновационного развития – мероприятия, проведение которых осуществляется с определенной последовательностью и рассчитанные на определенную временную перспективу. Данная программа содержит также прогноз ожидаемых результатов от ее реализации.

Инновационный проект – представляет собой план развития, содержащий научное и технико-экономическое объяснение принятия решения по его реализации. Итогом разработки такого плана является подробное описание инновационного продукта и по стадийному процессу его изготовления, а также его вывод на рынок инновационных разработок. Грамотно составленный и реализованный проект раскрывает весь потенциал и скрытые возможности предприятия. Классифицировать инновационные проекты можно по нескольким признакам (таблица).

Инновационный (инвестиционный) бюджет развития – представляет собой определенные размеры ассигнований на инновационную деятельность предприятия, доходы от реализации инновационного продукта и расходы, связанные с обслуживанием данного инновационного процесса. Инвестиционный бюджет может составляться для как каждого процесса разработок инноваций отдельно, так и для всей программы в целом.

Классификация признаков и типов проектов

Признаки классификации	Типы проектов
В зависимости от области применения	Организационные Научно-технические Исследовательские
По уровню решения	Федеральные Региональные Принимаемые на уровне предприятия
По типу	Новые источники сырья Усовершенствованные методы управления Новые методы производства Новые товары Новые услуги Новые рынки
По отношению к уже имеющимся системам	Подрывные – сущность этих проектов заключается в изменении рынка товаров. Результатом реализации таких проектов является упразднение старых параметров оценки товара Поддерживающие – сущность поддерживающих проектов заключается не в создании новых, а совершенствование существующих. Противоположность подрывным проектам
По степени завершенности и времени реализации	Долгосрочные Среднесрочные Краткосрочные Промежуточные Конечные

Источник: составлено автором.

По проведенному анализу механизма управления финансированием инновационной деятельности предприятия можно сделать вывод, что его разработка включает формирование:

Стратегии финансирования инновационной деятельности;

Реализация стратегии финансового обеспечения.

Разработка стратегии финансирования может быть рассмотрена как основа для формирования идеологии финансирования инновационной деятельности. А идеология финансирования представлена как комплекс мероприятий, составляющих и стратегию, и тактику финансирования инновационной деятельности предприятия.

Стратегия финансирования может быть реализована через тактические инновационные мероприятия, направленные на оказание воздействия на сам процесс инновационной деятельности. Инвестиционная и инновационная деятельность направлена на осуществление перспектив развития предприятий. И имеет непосредственное отношение к стратегическому планированию, так

как оно призвано обеспечить согласование долгосрочных целей субъекта хозяйствования и повышения эффективности использования ресурсов. Инвестиционно-инновационные программы предприятий не должны противоречить этим целям. Формирование мобильных, динамично развивающихся инновационных систем – это один из основных путей достижения финансово-экономической стабильности предприятий. Под инвестиционно-инновационным взаимодействием понимаются важнейшие стратегические и тактические цели и задачи инновационной деятельности, на которые в приоритетном порядке надлежит расходовать имеющиеся инвестиционные ресурсы и привлекать дополнительные. Структурная перестройка экономики путем диверсификации её сырьевого сектора считается одним из способов ускоренного роста ВВП и снижения уровня бедности в России. Выполнение этой долгосрочной задачи потребует переориентации крупных инвестиционных потоков, изменения промышленной, внешнеэкономической и налоговой политики, а также нового

подхода к оценке общегосударственной эффективности сырьевого комплекса. Сырьевой комплекс, включающий добычу и первичную переработку сырья недр, обеспечивает производство около 30% ВВП, примерно 50% дохода бюджета и не менее 60% экспорта страны. С учетом смежных отраслей промышленности (нефтехимической, металлургической, горно-химической), а также транспорта, энергетики, строительства, горного и нефтегазового машиностроения и сферы обслуживания, комплекс фактически является государствообразующим. В этой связи представляется весьма актуальным исследование ряда проблем, вытекающих из состояния самого сырьевого комплекса и конкретных направлений его диверсификации. В российской экономике исторически сложилось своеобразное сочетание высокоразвитых сырьевых и оборонных отраслей промышленности.

В зависимости от направления деятельности предприятия и целей управления необходимо выбрать соответствующую тактику и стратегию развития из двух основных групп:

Первая группа называется технологической и включает в себя два типа стратегии – лидерства и имитации.

Пассивные – это инновационные стратегии в области маркетинга.

При выборе стратегии лидерства компании придется периодически выводить на рынок новый товар и затрачивать на НИОКР значительную часть своего бюджета. При выборе данной стратегии компании придется:

1. Разрабатывать новые оригинальные идеи;
2. Проводить НИОКР и инвестировать туда большую часть своих ресурсов;
3. Проводить анализ принятия рынком и потребителем нового товара путем выпуска пробной партии продукции;
4. Проводить рыночное тестирование;
5. При принятии товара осуществить меры по серийному запуску производства товара;
6. Проводить работы по продвижению товара на рынке;
7. Проследить динамику спроса и предложения на рынке на и в случае не-

обходимости дорабатывать и обновлять товар. [2]

Выбор данной стратегии позволяет организации временно монополизировать рынок и извлечь дополнительную прибыль. Однако, новаторы сталкиваются еще и с высокой неопределенностью и риском, что является минусом данной стратегии. Неопределенность связано прежде всего с самыми проблемными сферами такими как – технологическая сфера, рыночная и деловая. Основа заключается в риске невозможности реализации и практического применения результатов НИОКР. Вторая опасность заключается в сложностях прогнозирования и изменчивости предпочтений потребителя. Для снижения этого риска и проводится рыночное тестирование. Но сложность заключается в том, что подобное тестирование может проводиться только после производства продукта в определенном объеме. На ранних компаниях может:

- приостановить выпуск данной продукции;
- усовершенствовать продукт;
- выбрать для продукта новый рынок.

Третья опасность заключается в конкурентах и их попытках имитации данного товара. Ситуация усугубляется тем, что конкуренты могут учесть все ошибки компании новатора и действовать эффективней. Именно с этой целью устанавливаются определенные стандарты качества и лицензирование. Стратегия имитации подразумевает следование за лидером, т.е. компания ждет пока конкурент выпустит новый товар и с учетом его ошибок и усовершенствования товара начинает вытеснять его с рынка. Для этих целей пассивная компания периодически выделяет на НИОКР огромные средства. Также пассивные компании снижают себестоимость продукции за счет гибкости и экономии на масштабах. Данная стратегия позволяет минимизировать риск с которыми встречаются «лидеры». Не редкость такие случаи, когда компании имея свой инновационный продукт ждут пока другие компании выведут на рынок аналогичный товар, это позволяет избежать ошибок и вывести на рынок свой вариант товара без риска невостребованности [2].

В зависимости от выбранной стратегии развития и выявления основных объектов инвестирования определяется перечень основных объектов управления финансированием, к которым относятся сама инновационная и инвестиционная деятельности, а также бюджет развития. Управления инновационными процессами и их финансированием осуществляется на трех уровнях: стратегическом, оперативном и тактическом.

Стратегическое управление отличается разработкой всеобъемлющего плана осуществления инновационной деятельности компании на конкретном в конкретной зоне хозяйствования, определяя направление инновационной деятельности, ее цели и задачи на долгосрочный период. [3] Общая схема цикла стратегического управления инновационной деятельности предприятия выглядит следующим образом.

Тактическое управление финансированием инновационной деятельности рассчитано на среднесрочную перспективу и преследует цель достижения поставленных показателей. Результатом достижения этих показателей является такое управленческое решение, которые обеспечивает формирование бюджетов по отдельным направлениям инновационных процессов.

Оперативное управление направлено на решение задач по управлению финансированием в краткосрочном периоде. Результатом оперативного управления финансированием инновационной деятельности является фактический отчет о финансовом положении предприятия в рамках реализации инновационных процессов. Для получения такого отчета проводится анализ денежных потоков, рассчитывается их фактический объем и предназначение [2].



Схема цикла стратегического управления инновационной деятельностью [2].

Источник: <https://studfiles.net/preview/1839201/page:2/>

Важным условием развития инновационной деятельности является существование венчурных механизмов финансирования. Так, по данным АВФ (Ассоциация венчурного финансирования), в Российской Федерации насчитывается более 62 венчурных фондов. При этом венчурный бизнес в РФ поддерживается за счет зарубежных венчурных фондов (более чем на 90%). Ограничения развития венчурного бизнеса связаны с отсутствием должного законодательного регулирования таких фондов. Еще существуют проблемы и с деятельностью самих предприятий, т.е. потенциальных заявителей венчурного финансирования. Опасаясь рейдерства, российские компании не идут на проведение дополнительных эмиссий акционерного капитала. Опыт развитых стран в финансировании инновационной деятельности показывает, что инновации могут успешно развиваться за счет обоих видов финансирования – и частного, и государственного. Дело не в характере источника инвестиции, а в его эффективности. Однако, как показывает история, частные предприятия более заинтересованы в финансировании инноваций, чем государство, соответственно, более эффективны. Также важную роль играет уровень развития инновационного климата в стране, ее законодательная составляющая, тесное взаимодействие участников инновационного процесса, развитое информационное поле, и, конечно же, МТО (материально-техническое обеспечение) научных исследований. Одна из важных функций венчурного финансирования – это поддержка малых инновационных предприятий на начальном этапе их деятельности. Суть венчурного финансирования заключается в долгосрочных инвестициях в акционерный капитал только создаваемых или уже действующих малых инновационных предприятий. Такие операции характеризуются высокой степенью риска, потому венчурными фондами очень тщательно отбираются объекты для инвестирования. При этом ими проводятся несколько венчурных операций одновременно, создавая новые компании и работая с уже существующими.

В успехе венчурного финансирования главную роль играет оригиналь-

ность идеи нового продукта, а также качество управления организацией. Поэтому инвестором всегда проводится жесткий отбор инновационных идей в части их возможности дальнейшей реализации и внедрения, и досконально оценивается состояние и потенциал управленческого звена предприятия, которое принимает помощь от венчурных фондов, то есть предприятия-реципиента. Венчурными инвесторами являются создатели венчурных (рисковых) компаний, которые решились на воплощение в жизнь какой-нибудь идеи, а также организуют предприимчивую группу поддержки из числа компетентных менеджеров, юристов, специалистов-практиков и обеспечивают необходимыми средствами для работы инвестируемой компании в первые 2–3 года. В последствии, чаще всего, значимость инвесторов ограничивается оценкой пройденного периода и субсидированием следующих этапов в случае, если имеются положительные интервальные результаты. При этом отдельное внимание уделяется выполнению заранее согласованного бизнес-плана, а соблюдение сроков завершения работ – это условие для получения дополнительных средств.

В большинстве случаев на практике встречается комбинированная форма венчурного инвестирования, при которой некоторая часть средств вносится в акционерный капитал, а другая часть предоставляется в форме инвестиционного кредита. Для коммерциализации многих инновационных проектов наиболее подходит гибкая и избирательная система венчурного финансирования, которая мотивирует участников реализации таких проектов на принятие активного и творческого участия в достижении рыночного успеха. Такой подход содержит в себе основное отличие венчурного инвестирования от банковского кредитования. Итоговая прибыль венчурных инвесторов возникает только через 5–7 лет после вложения средств, так как их главная цель – это не распределение ежегодной прибыли, а вложение всей полученной прибыли в бизнес. Если за это время венчурное предприятие получает коммерческий успех и стоимость становится в несколько раз больше первоначальной, то все партнеры получают

прибыль, многократно превышающую прибыль и их риски оправдываются. Таким образом, если венчурные фонды, а также предприниматели и изобретатели, которые вкладывают свои ресурсы в инновационную сферу, работают коллективно, они могут достигнуть огромного финансового успеха. В противном случае, организация может не достичь успеха, а венчурный инвестор потерять вложенные средства или в крайнем случае вернуть их, не получив при этом прибыль.

Цель, которую перед собой поставили венчурные инвесторы, достигается, если на этапе реализации инновационной составляющей проекта заложены основы для увеличения рыночной стоимости венчурного предприятия. Эти расходы включают в себя затраты на проведение НИОКР, на информационное и патентное обеспечение научных разработок, маркетинговых исследований, а также производство и сбыт новой продукции. Оценка конечных результатов

венчурного финансирования основывается на оценке эффективности выполнения инвестиционного проекта в целом, в котором инновационная стадия рассматривается как составляющая.

В заключение хочется отметить, что выявленные показатели для управления финансовой обеспеченности программы инновационного развития обеспечивают формирование основных целей и задач управления инновационной деятельностью предприятия в разрезе основных объектов управления. Сформулированные задачи могут применяться для управления финансированием инновационной деятельности любых предприятий. События последних лет показывают, что назрели мероприятия по смене моделей по экономическому развитию России. Для того чтобы обеспечить сбалансированность экономического роста и устойчивого повышения благосостояния общества, необходимо снижать уязвимость экономики к изменению внешних условий [1].

Библиографический список

1. Мусостова Д.Ш., Баснукаев М.Ш. // Вестник ЧГУ. – 2018. – № 3(31). – С. 42.
2. <http://uecs.ru/uecs-39-392012/item/1159-2012-03-22-05-36-48>.
3. <https://studfiles.net/preview/1839201/page:2/>.
4. <https://studfiles.net/preview/3105322/page:2/>.

УДК 338

Назаренко И.Н.

Московский государственный технический университет им. Н.Э. Баумана (национальный исследовательский университет), Мытищинский филиал, Пушкино, МО, e-mail: nasarenko37@mail.ru

ЭКОНОМИЧЕСКАЯ ОРГАНИЗАЦИЯ ВОСПРОИЗВОДСТВА ЛЕСНЫХ РЕСУРСОВ

В статье рассматриваются сущность и значение экономической организации воспроизводства лесных ресурсов для экономики страны, предложены для повышения эффективности лесных отношений рекомендации по уточнению отдельных положений Лесного кодекса, а также при управлении финансами в цикле лесовыращивания, влияющих на экономику использования и воспроизводства лесов.

Ключевые слова: лесной кодекс, лесные ресурсы, воспроизводство, экономическая организация, эффективность лесовыращивания

Nazarenko I.N.

State Technical University named after N.U. Bauman (national research University), Mytishchi branch, Pushkino, e-mail: nasarenko37@mail.ru

ECONOMIC ORGANIZATION OF REPRODUCTION OF FOREST RESOURCES

The article deals with the essence and importance of the economic organization of forest resources reproduction for the country's economy, proposed to improve the efficiency of forest relations recommendations for clarification of certain provisions of the Forest codes, as well as in the management of finances in the cycle of forest regeneration, affecting the economy of ispolzovanii and regeneration of forests.

Keywords: forest code, forest resources, reproduction, economic organization, efficiency of forest cultivation

Введение

В Лесном кодексе Российской Федерации, введенном в действие с 1 января 2007 года, с учетом изменений по состоянию на 1 января 2019 года [1] содержатся основные принципы лесного законодательства (ст. 1 ЛК РФ), в том числе:

- сохранение лесов посредством их охраны, защиты, воспроизводства, лесоразведения;
- улучшение качества лесов, а также повышение их продуктивности;
- платность использования лесов.

В соответствии с Лесным кодексом воспроизводство лесов включает в себя:

- лесное семеноводство;
- лесовосстановление;
- уход за лесами;
- осуществление отнесения земель, предназначенных для лесовосстановления, к землям, на которых расположены леса (ст. 61 ЛК РФ в редакции Федерального закона от 19.07.2018 №212-ФЗ).

Следует отметить, что в первоначальной редакции Лесного кодекса 2007 года воспроизводство лесов включало лесовосстановление и уход за лесами.

Цель данного исследования – это постоянно повторяющийся или непрерывно возобновляющийся в последовательно сменяющихся стадиях процесс всего общественного хозяйства – воспроизводство лесных ресурсов. В этом его значимость для экономики страны.

Материал и методы исследования

Сегодня известны три вида воспроизводства: простое, расширенное и суженное, различающиеся уровнем изменения (прироста, снижения) определенных показателей. При простом воспроизводстве масштаб производства (объемов) товарной продукции одинаков, то есть производство возобновляется в прежних размерах. При расширенном в соответствии с его сущностью происходит прирост объемов, то есть производство

возобновляется в возрастающих размерах; при суженном – соответственно – падение объемов и уменьшающиеся размеры производства. Конечно, речь идет не об отдельных видах продукции, а об изменении экономического положения страны. Так, в 1991 -1998 годах объем товарной продукции всего лесного комплекса сократился в три раза, что свидетельствует о суженных масштабах производства, не исследуя причины такого спада, целесообразно отметить возможные пути его ослабления за счет регулирующей роли государства при проведении реформ. [2,3].

В зависимости от целей воспроизводства лесов – это процесс возрождения лесов со всеми характерными для него важными свойствами похожими на исходные (либо отличающиеся). Воспроизводство лесов должно обеспечивать организацию неистощительного пользования всеми ресурсами леса, сохранение биоразнообразия и полезных функций леса в процессе этого пользования и выполнение лесовосстановления в соответствии с природно-экономическими условиями регионов.

Каждый отдельно взятый ресурс требует определенного отношения к воспроизводству лесов. Это выражается в системах рубок (выборочные, сплошные, постепенные), способах лесовосстановления, видах ухода при естественном лесовозобновлении и в первые годы формирования насаждений при искусственном лесовыращивании, в выборе пород, оценке продуктивности насаждений.

Лесовосстановление, являющееся основной частью воспроизводства лесов, осуществляется естественным, искусственным или комбинированным способом на основании проекта лесовосстановления с целью восстановления вырубленных, погибших, поврежденных лесов в соответствии с Правилами лесовосстановления лицами, осуществляющими рубки лесных насаждений (ст. 62 ЛК РФ).

Уход за лесами – рубка части деревьев, кустарников, агролесомелиоративные и иные мероприятия – осуществляется в соответствии с Правилами ухода за лесами лицами, использующими леса на основании Проекта освоения лесов

и направлен на повышение качества воспроизводства лесов, их продуктивности и сохранение полезных функций (ст. 64 ЛК РФ).

Особенность воспроизводства лесных ресурсов заключается в длительности этого процесса. Повышение эффективности воспроизводства лесов должно осуществляться на основе планирования процесса их выращивания по видам работ, площадям, объемам, срокам выполнения и т.п.

Результаты исследования и их обсуждение

Научные и практические исследования свидетельствуют о том, что заготовку древесины и воспроизводство лесов следует учитывать как процесс неистощительного пользования лесом, который могут выполнить арендаторы в условиях долгосрочной аренды (70% объема заготовленной древесины) при поддержке владельцем лесов корректировкой существующих законодательной и проектно-нормативной базы и созданием устойчивых правовых отношений.

С этой целью на основе технологических карт в зависимости от технологии лесосечных работ, способа лесовосстановления и соответствующих уходов за период выращивания леса предлагается разработать комплексные сметные показатели, включающие нормативный расход трудовых и материально-технических ресурсов.

На основе таких показателей лесопользователи в соответствии с технологией лесозаготовок и воспроизводства лесов имеют возможность определять себестоимость выращивания лесных насаждений по комплексу операций с учетом реализации древесины, полученной от уходов в процессе формирования (в любом возрасте оборота рубки) на основе лесоводственно-экологических условий. При этом технологии работ должны соответствовать Проекту освоения лесов и правилам их выполнения (например, с сохранением подроста, без сохранения подроста и т. п.). Такие данные будут составлять нормативно-экономическую основу при заключении договора аренды, планировании и контроле производственно-хозяйственной деятельности при пользовании и воспроизводстве лесных ресурсов.

Экономическая организация воспроизводства лесных ресурсов предполагает получение их качества, основанного на эффективном выборе способов лесовосстановления соответствующего рациональному использованию лесного фонда.

Говоря об эффективных формах организации управления лесами, включая организацию их воспроизводства, профессор Г.Ф. Морозов выражает необходимость «выработки такого цельного мировоззрения «с точки зрения, если хотите, идеала хозяйственного леса», «дабы он мог, не теряя своей жизненной устойчивости, удовлетворять основному запросу хозяйства – идее постоянства пользования, тесно связанной с идеей возобновления» [4]. Неистощительное, многоцелевое и многоресурсное пользование лесами должно быть сбалансировано их воспроизводством. При этом организация воспроизводства лесов должна отвечать совокупности экологических, экономических и социальных целей природы и общества.

Принцип устойчивости и неистощительности лесов обеспечивается, в первую очередь, одинаковым объемом лесозаготовок и воспроизводства лесных ресурсов во всем их многообразии.

С целью улучшения качества лесов, повышения их продуктивности и выявления земель, требующих лесовосстановления осуществляется Государственный мониторинг воспроизводства лесов (ст. 61.1.ЛК РФ), включающий в том числе:

- оценку характеристики лесных насаждений при воспроизводстве лесов;
- оценку характеристики используемых при воспроизводстве лесов семян лесных растений и посадочного материала лесных растений (саженцев, сеянцев);
- оценку эффективности воспроизводства лесов.

Государственный мониторинг воспроизводства лесов является частью государственного экологического мониторинга (государственного мониторинга окружающей среды).

Длительность процесса лесовыращивания требует более тщательного отношения к лесному законодательству и нормативно-правовым актам, разработанным на его основе и в соответствии

с ним. С этой целью предлагается в действующем Лесном кодексе объединить в отдельной главе по Воспроизводству лесов разбросанные статьи, касающиеся способов лесовосстановления, видов ухода за лесными насаждениями и средств на их осуществление, а также лесозаготовительной деятельности, зависящей от перечисленных видов работ с корректировкой понятийного аппарата в соответствии с долговременной последовательностью осуществления работ и действующими нормативными документами по использованию и воспроизводству лесов.

Экономическая организация воспроизводства лесных ресурсов в основном зависит от эффективного взаимодействия технологии лесозаготовок и, в частности, лесосечных работ и способов лесовосстановления с необходимыми уходами в процессе лесовыращивания.

При осуществлении лесосечных работ, связанных с заготовкой древесины в соответствии с проектом освоения лесов, технологическими картами, правилами заготовки древесины, правилами лесовосстановления и принятым способом их проведения (сплошные, выборочные, постепенные) выполняются операции, согласованные технологически с воспроизводством лесных ресурсов: например, валка деревьев (с сохранением подроста), трелевка древесины, обрезка сучьев, погрузка на лесовозный автопоезд (при автомобильной вывозке хлыстами). При заготовке сортиментами присутствует операция раскряжевки, которая может выполняться как на лесосеке, так и на нижнем складе. Инструкция по планированию, учету и калькулированию себестоимости продукции лесопромышленного комплекса [5] указывает перечень затрат по калькулированию себестоимости продукции лесозаготовок, где к затратам по лесосечным работам добавляются плата за древесину, отпускаемую на корню, затраты по транспортировке древесины, общехозяйственные расходы и затраты на продажу (по реализации продукции); последние расходы могут не иметь места, если поставщик реализацию продукции осуществляет со своего склада по цене «франко-штабель».

Указанная Инструкция, представляющая нормативную базу лесопромышленного комплекса и лесное законодательство должны корреспондироваться в технологии, составе работ и затрат и что очень важно – в принятой терминологии (понятийном аппарате), понятной всем участникам лесных отношений. Поэтому предлагается в основном законодательном документе в лесном секторе экономики – Лесном кодексе – уточнить понятия, сущность, затраты и источники финансирования и скорректировать их между собой.

Эффективность лесных отношений определяется законодательством (в первую очередь – Лесным кодексом) и нормативно-правовыми актами, которые должны создаваться на его базе. Поэтому, изучая любой из этих нормативов, участники лесных отношений, кроме текста Кодекса и актов должны понимать технологию и экономику результата, так как все затраты включаются в себестоимость работ. В отдельных статьях Кодекса наименование и содержание разнятся, что нарушает экономическое понимание сущности работ.

Приводим некоторые примеры статей Лесного кодекса, которые влияют на экономические результаты использования и воспроизводства лесных ресурсов.

Статья 16 ЛК «Рубки лесных насаждений».

Кроме рубок в тексте добавлены трелевка, частичная переработка, хранение древесины в лесу.

Статья 16.1 ЛК «Лесосечные работы».

Лесосечные работы состоят из подготовительных, основных и заключительных работ, связанных с заготовкой древесины, а также с выполнением мероприятий по охране, защите и воспроизводству лесов, предусматривающих рубки лесных насаждений.

Во-первых, «заготовка древесины» в статье 29 ЛК представлена как предпринимательская деятельность, связанная с рубкой лесных насаждений и вывозом из леса древесины.

Во-вторых, дополнительно включено выполнение мероприятий по охране, защите и воспроизводству лесов.

Статья 17 ЛК «Выборочные рубки и сплошные рубки лесных насаждений».

Указывается, что при сплошных рубках вырубается лесные насаждения с сохранением для воспроизводства лесов отдельных деревьев и кустарников или групп деревьев и кустарников. Здесь следует указать, что при оставлении в процессе рубки семенников и подроста меняется технология лесосечных работ, снижается производительность техники, следовательно должны быть разные нормы выработки в нормативной базе.

Статьи 16 и 17 ЛК должны быть объединены с соответствующими поправками.

Статья 19 ЛК «Мероприятия по сохранению лесов» в редакции Федерального Закона от 19.07.2018 №212-ФЗ.

В мероприятия вошла совокупность работ по охране, защите, воспроизводству лесов, лесоразведению.

Статья 29 ЛК «Заготовка древесины».

Указано, что заготовка древесины связана с рубкой лесных насаждений и вывозом из леса древесины. Эта статья должна быть по своему содержанию идентична с лесозаготовками, включающими лесосечные, лесотранспортные и нижнескладские работы, входящие в себестоимость продукции круглой древесины (смотри Инструкцию). Кроме того, статью 29ЛК необходимо совместить со статьями 16 и 16.1 лесного кодекса.

Статья 82 ЛК. Полномочия органов государственной власти субъектов РФ в области лесных отношений.

К полномочиям относятся:

...п.6.1.) установление коэффициента для определения расходов на обеспечение проведения мероприятий по охране, защите, воспроизводству лесов, применяемого при расчете платы по договору купли-продажи лесных насаждений, заключаемому с субъектами малого и среднего предпринимательства в соответствии с частью 4 статьи 29.1 настоящего Кодекса.

Во-первых, текст указанной статьи написан не совсем корректно, когда с помощью «коэффициента» определяют расходы по воспроизводству лесов.

Во-вторых, договора купли-продажи лесных насаждений заключаются на срок не более одного года, а воспроизводство лесов, включающее лесовосстановление и уход, осуществляется

в течение всего срока лесовыращивания (~100 лет) с определенной периодичностью.

В третьих, воспроизводство лесов как основное звено лесохозяйственного производства, имеющее особенности технологии, техники, нормирования, учета затрат (себестоимости) необходимо отделить от мероприятий по охране и защите лесов, как это было в первоначальном варианте Лесного кодекса.

Затраты лесопользователя на воспроизводство лесных ресурсов зависят от способа лесовосстановления, проводимых уходов в процессе лесовыращивания, величины прибыли, полученной в результате реализации древесины от рубок ухода. Эти затраты могут быть рассчитаны как за весь оборот рубки, так и в отдельные периоды роста насаждений.

Для развития производственной деятельности лесопользователя при условии самостоятельного выполнения некоторых лесохозяйственных работ дополнительно могут быть начислены расходы по управлению лесохозяйственным производством.

При выполнении лесовосстановления после проведения лесосечных работ с сохранением подроста расходы лесопользователя на выращивание начинаются с оправки и ухода за подростом, оценкой его стоимости, а все последующие затраты учитываются в соответствии с объемами работ по технологии воспроизводства лесов.

Выводы

Сегодня практика ведения лесного хозяйства свидетельствует о том, что в значительных объемах посадка леса, при которой затрачены деньги, время и труд, остается без необходимого ухода.

«...Лесное дело – это не набор одномоментных актов, таких как рубка, посадка, уход и опять рубка, а определенный взаимосвязанный цикл, в котором все должно делаться правильно от начала и до самого конца...» [6].

Правильное лесное хозяйство (интенсивное лесное хозяйство) заключается в том, что воспроизводство лесных ресурсов должно осуществляться посадкой насаждений и выращиванием на основе управления процессом их роста с проведением систематических и своевременных рубок ухода при непосредственном участии человека в этом процессе. По официальной статистике погибает более половины созданных лесных культур [7]. С этой целью в проекте освоения лесов предварительно необходимо просчитывать средства на весь период воспроизводства, разделяя их на посадку и собственно выращивание с контролем показателей формирования насаждений заданных свойств. Экономическая организация воспроизводства лесных ресурсов предполагает безубыточное производство, при котором происходит управление финансами в цикле лесовыращивания, а затраты на посадку, уход и другие мероприятия окупаются полученными доходами.

Совершенствование лесного законодательства в соответствии с действующими нормативно-правовыми актами в части технологии лесозаготовок и лесовозобновления, а также формирования комплексных сметных норм, конкретизации проектов освоения лесов, управления финансами в цикле лесовыращивания будет способствовать повышению эффективности организации воспроизводства лесных ресурсов у лесопользователей.

Библиографический список

1. Лесной кодекс Российской Федерации. ФЗ-№200, введенный в действие с 1 января 2007 года с учетом изменений по состоянию на 01.01.2019.
2. Моисеев Н.А. Воспроизводство лесных ресурсов. – М.: Лесная промышленность, 1980.
3. Моисеев Н.А. Экономика лесного хозяйства. – М.: Изд-во МГУЛ, 2012.
4. Морозов Г.Ф. О лесоводственных устоях // Избр. труды. Т.3. – М.: Почвенный институт имени В.В. Докучаева, 1994. – С. 8–23.
5. Методические рекомендации (инструкция) по планированию, учету и калькулированию себестоимости продукции лесопромышленного комплекса. – М.: ГОУ ВПО МГУЛ, 2004.
6. Устойчивое лесопользование. – 2013. – №1. – С. 31,32.
7. Устойчивое лесопользование. – 2015. – №3. – С. 21.

УДК 338.26

Немченко А.В., Дугина Т.А., Лихолетов Е.А.

ФГБОУ ВО «Волгоградский государственный аграрный университет», Волгоград,
e-mail: volgsnemchenko@mail.ru

ЦИФРОВИЗАЦИЯ КАК ПРИОРИТЕТНОЕ НАПРАВЛЕНИЕ ЭКОНОМИЧЕСКОГО РАЗВИТИЯ АГРАРНОГО ПРОИЗВОДСТВА

В статье представлено обоснование необходимости внедрения цифровых технологий для формирования условий создания цифровой экономики сельского хозяйства. При этом цифровизация рассматривается как неотъемлемая часть дальнейшего развития аграрного производства страны. В этой связи выделены четыре основных направления (технико-технологические совершенствование, экономический рост, повышение экологичности и кадрового потенциала) по которым цифровизация экономики сельского хозяйства будет повышать конкурентоспособность аграрного сектора. Также в работе отражены факторы препятствующие формированию цифровой экономики в сельском хозяйстве, которые поделены на внешние и внутренние. В составе внешних выделены природная основа сельского хозяйства, недостатки в нормативной базе, слабая инфраструктура и финансовая поддержка цифровизации. К внутренним отнесены производственные, экономические и иные факторы, обусловленные хозяйственной деятельностью предприятия. Для нивелирования выявленных ограничений предложена активизация государственной поддержки по использованию цифровых технологий в аграрном производстве. Для этого, в зависимости от вида продукции, предложена как поэтапная переориентация производителей от модернизации уже существующих технико-технологических процессов на использование элементов цифровизации, так и параллельное стимулирование модернизации уже имеющихся производственных мощностей и внедрения цифровых технологий.

Ключевые слова: цифровая экономика, сельское хозяйство, цифровые технологии

Nemchenko A.V., Dugin T.A., Liholetov E.A.

Volgograd State Agrarian University, Volgograd, e-mail: volgsnemchenko@mail.ru

DIGITALIZATION AS A PRIORITY DIRECTION OF THE ECONOMIC DEVELOPMENT OF AGRARIAN PRODUCTION

The article presents the rationale for the introduction of digital technologies to create the conditions for creating a digital agricultural economy. At the same time, digitalization is considered as an integral part of the further development of the country's agricultural production. In this regard, there are four main areas (technical and technological improvement, economic growth, improvement of environmental friendliness and human resources) in which the digitization of the agricultural economy will increase the competitiveness of the agricultural sector. The paper also reflects the factors hindering the formation of a digital economy in agriculture, which are divided into external and internal. As part of the external highlighted the natural basis of agriculture, deficiencies in the regulatory framework, weak infrastructure and financial support for digitalization. The internal classified production, economic and other factors caused by the economic activity of the enterprise. In order to level the revealed limitations, it was proposed to activate state support for the use of digital technologies in agricultural production. For this, depending on the type of products, both a phased reorientation of manufacturers from the modernization of existing technical and technological processes to the use of digitalization elements, and a parallel promotion of the modernization of existing production capacities and the introduction of digital technologies has been proposed.

Keywords: digital economy, agriculture, digital technologies

Введение

Непрекращающаяся санкционная борьба обуславливает необходимость поддержания и развития конкурентных преимуществ всех отраслей национальной экономики. Возможность использования сырьевых преимуществ начинает исчерпывать себя и побуждает применять другие, продвинутое методы хозяйствования. Ключевым направлением

в данном случае выступает ориентация на долгосрочные цели, реализация которых позволит на долгие годы укрепить позиции России в мировой экономике [1]. Наиболее важным и перспективным ориентиром в данном случае выступает цифровизация экономики, что было озвучено в послании Президента Российской Федерации В.В. Путина Федеральному собранию (1 декабря 2017 г.).

Несмотря на то, что сельское хозяйство является одной из наиболее динамично развивающихся отраслей за последние несколько лет вопросы цифровизации для него являются наиболее актуальными. Именно сельское хозяйство, в силу своих особенностей, в значительной степени дистанцировано от использования современных IT-технологий и новейших экономических инструментов управления. Отсталость сельского хозяйства в развитии цифровой экономики, также подтверждает статистика внедрения инновационных технологий в производственный процесс, присуждающая аграрному производству аутсайдерские позиции относительно других отраслей [2]. При всем этом повышение экономической эффективности сельского хозяйства до конкурентоспособного с позиций мирового рынка уровня невозможно без совершенствования и развития главной созидательной силы аграрной экономики, его потенциального резерва. А развитие аграрного сектора объективно определено необходимостью формирования условий для создания новой цифровой экономики, дающей возможность обеспечить население продовольствием соответствующего качества и в необходимом количестве.

Цель исследования. Определить уровень цифровизации и перспективы развития цифровой экономики в сельском хозяйстве. Сгруппировать факторы, сдерживающие внедрение цифровых технологий и предложить мероприятия по активизации данного процесса в аграрном производстве.

Материал и методы исследования

Теоретической основой для представленного исследования послужили разработки отечественных и зарубежных авторов в области изучения принципов и основ формирования цифровой экономики, а также использования передовых IT-технологий в сфере производственно-экономических отношений агропроизводителей. В качестве аналитического материала были использованы официальные данные Федеральных и региональных статистических органов, Министерства сельского хозяйства, регионального Комитета сельского хо-

зяйства, а также наблюдения и исследования отдельных ученых.

В ходе проведенного исследования были задействованы такие подходы как системный и логический, а в качестве методов исследования применялись монографический, экономико-статистический, а также метод экспертных оценок и научной абстракции.

Результаты исследования и их обсуждение

Следует констатировать, что ключевыми субъектами экономических отношений по активизации процесса внедрения элементов цифровой экономики в сельское хозяйство выступают государственные органы и сельскохозяйственные товаропроизводители. Исходя из сформировавшейся в настоящее время хозяйственной структуры сельского хозяйства можно выделить – сельскохозяйственные организации, хозяйства населения, крестьянские (фермерские) хозяйства (табл. 1).

Приведенные данные свидетельствуют, что за последние 17 лет значительно выросла доля производства сельскохозяйственной продукции в сельскохозяйственных организациях (+9,9%) и крестьянских (фермерских) хозяйствах (+9,2%). В тоже время производство продукции в хозяйствах населения сократилось на 19,1%, что с точки зрения перспектив цифровизации экономики мы рассматриваем как положительное явление, так как именно сельскохозяйственные организации в большей степени восприимчивы к внедрению новых технологий, они имеют необходимые ресурсы (трудовые, финансовые, управленческие) для внедрения цифровых инноваций, а хозяйства населения относятся к числу максимально консервативных и малочувствительным к новым технологиям [3]. В то время как именно цифровые технологии представляют новое и перспективное направление для экономического роста аграрного производства.

Так, компанией «РобоПроб», являющейся резидентом кластера инновационного центра Сколково, была разработана роботизированная платформа для наземных агрохимических обследований. Отличительной особенностью данной платформы является возможность брать

до 36 почвенных проб в течении одного маршрута, при этом производительность составляет 30 смешанных проб в час, обеспечивая сто процентную автоматизацию начиная с отбора проб и их маркировки, заканчивая упаковкой. Обслуживать данный комплекс может один человек, в то время как при использовании ручного труда для подобного объема работ потребуется 5 человек. Тем самым использование данной разработки может позволить аграриям снижать затраты на мониторинг состояния пашни [4].

оптимизирующего обработку растений от сорняков, уменьшающего количество удобрений в сравнении с нормативным методом, при одинаковой урожайности на делянках [5].

Российская группа компаний «Агро-Терра» продолжает использовать инструменты углубленной аналитики, чтобы сохранить конкурентное преимущество на рынке. Качественный рывок в digital-земледелии компания планирует совершить с помощью программного обеспечения SAS. Результатом этих исследований стала подробная карта агро-

Таблица 1

Производство сельскохозяйственной продукции по категориям хозяйств в России за 2000–2017 гг.

Годы		Хозяйства всех категорий	Сельскохозяйственные организации	Хозяйства населения	Крестьянские (фермерские) хозяйства
2000	млрд. руб.	742,4	335,6	383,2	23,6
	%	100,0	45,2	51,6	3,2
2005	млрд. руб.	1380,9	615,6	681,0	84,3
	%	100,0	44,6	49,3	6,1
2010	млрд. руб.	2587,8	1150,0	1250,4	187,4
	%	100,0	44,4	48,3	7,2
2015	млрд. руб.	5164,9	2657,1	1932,8	575,0
	%	100,0	51,4	37,4	11,1
2016	млрд. руб.	5505,7	2890,4	1951,1	664,2
	%	100,0	52,5	35,4	12,1
2017	млрд. руб.	5119,9	2818,6	1665,8	635,5
	%	100,0	55,1	32,5	12,4
Отклонение 2017 г. от 2000 г.	млрд. руб.	+4377,5	+2483,0	+1282,6	+611,9
	%	-	+9,9	-19,1	+9,2

Экспериментальная площадка инновационных проектов «национальной технологической инициативы» в сфере сельского хозяйства «АгроНТИ» проводит разработки в сфере:

– цифрового плана почвозащитных мероприятий, определяющие температуру и влажность почвы на основании данных космомониторинга для оценки планирования сроков проведения посевных работ;

– контроля качества посевных работ – определяет зоны на полях с угнетенными всходами;

– дифференцированного внесения средств защиты растений и удобрений,

химического состава земель. Она позволяет более точно определить, какие макроэлементы нужны конкретному полю. А программное обеспечение SAS позволяет рассчитать их оптимальное количество для каждой культуры. На основе полученных данных специалисты компании уже внесли осенние удобрения под урожай текущего сезона. Оптимизация питания почв по принципу «каждому полю по потребностям» позволит выровнять урожайность, повысить экономический эффект от внесения удобрений и точнее спрогнозировать прибыль.

ООО «Локарус байкал» создало систему «Агросигнал», которая является

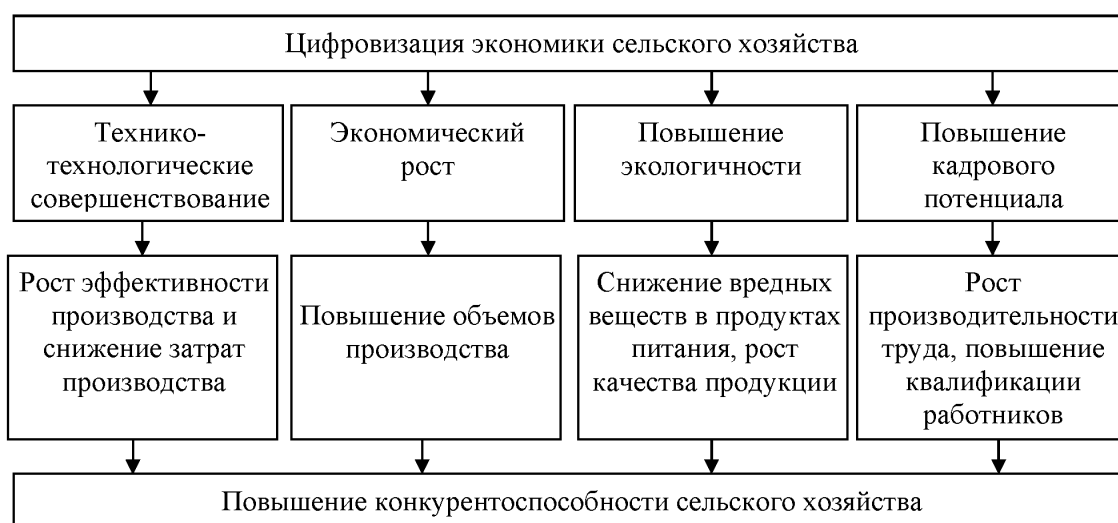
одной из лидирующих на рынке технологий по управлению производством. Необходимость формирования данной системы вытекает уже из того, что, например, по оценкам ООН в России ежегодно теряют до 25% зерна от общего производства. Причем это не только те потери, которые фиксируются учетом, а и недополученная прибыль. Потери могут возникать во время уборки из-за несоблюдения технологий или нехватки техники, при транспортировке по злему умыслу или обычному разгильдяйству, при хранении и собственно при выполнении предшествующих работ. Система «Агросигнал» дает возможность:

- смотреть за работой техники на поле;
- просматривать выполненные объемы работ на полях с телефона или планшета;
- подавать уведомления и предупреждения;
- учитывает расценки и нормы полевых работ;
- осуществляет контроль за показаниями скорости, ветра и температуры во время работы;
- использует датчики топлива.

Исходя из всего выше сказанного можно отметить, что цифровизация сельского хозяйства будет способствовать его развитию в таких ключевых направлениях как технико-технологиче-

ское совершенствование, экономический рост, повышение экологичности и кадрового потенциала и в результате повышать конкурентоспособность сельского хозяйства (рисунок).

Необходимо указать, что наметилось движение к распространению цифровизации и на уровне отраслевого регулятора. Так, в начале 2017 года в Минсельхозе РФ был создан аналитический центр, где намерены «разложить» всю отрасль на типовые проекты, определить параметры наиболее эффективных из них и затем продвигать самые эффективные модели ведения хозяйства. Для этого в ведомстве строят информационную платформу, агрегирующую порядка 13 тысяч показателей по сельхозпредприятиям. К настоящему времени Минсельхоз отработал взаимодействие федеральной системы с информационными технологиями в 16 регионах Российской Федерации. Данные министерства пока не отличаются полнотой, так как информацию готовы предоставлять далеко не все производители. Однако на первом этапе достаточно знать, кто и что выращивает на данном поле. Прямых мер господдержки информационных технологий на селе не предусмотрено, поэтому в ведомстве намерены развивать сервисы и предоставлять производителям данные, которых им не хватает, и, таким образом, косвенно снижать их затраты на цифровые технологии.



Направления повышения конкурентоспособности сельского хозяйства на основе его цифровизации

Съемка сельхозугодий с дронов, анализ агрохимического состава почв по спутниковым снимкам, программируемая сельхозтехника, связанная с сенсорами в почве, сегодня уже реальность отрасли и это лишь малая часть тех инновационных разработок, которые сейчас представлены на рынке IT-технологий для сельского хозяйства [6]. Однако проникновение цифровых технологий на село чрезвычайно низкое. Очень печально, что учредители, хозяева, собственники уделяют мало внимания информационным технологиям, так как переход российского аграрного производства на цифровые технологии важен для обеспечения условий устойчивого экономического роста всего сельского хозяйства [7]. По уровню проникновения информационных технологий в сельское хозяйство Россия занимает 45-е место в мире. Сегодня только около 13–15 % российских агрохозяйств в состоянии заниматься цифровизацией и коммерциализацией научно-технических разработок, что во многом объясняется рядом ограничений продвижения и использования цифровых технологий.

Факторы, препятствующие формированию цифровой экономики в сельском хозяйстве, предлагается классифицировать на внешние и внутренние. К внешним факторам относятся:

- природная и биологическая основа сельского хозяйства;
- недостатки законодательно-нормативного регулирования (например, секретность некоторых данных аэрофотосъемки, отсутствие четких правил использования беспилотников);
- неразвитость инфраструктуры (посреднические, юридические, банковские и прочие услуги) обеспечивающей продвижение и внедрение цифровых технологий;
- неразвитость рынка цифровых технологий;
- недостаточность финансовой поддержки со стороны государства (например, сложности получения государственных субсидий на внедрение цифровых технологий точного земледелия).

Среди внутренних факторов необходимо отметить производственные, экономические и прочие, обусловленные хозяйственной деятельностью предприятия.

Производственные факторы можно сформулировать как трудности прогнозирования конечных результатов из-за высоких производственных рисков в агропроизводстве; неопределенность сроков процесса внедрения цифровых технологий; зависимость производственного процесса от природных и биологических факторов.

В состав экономических факторов входят неравномерность формирования запасов собственных финансовых средств; высокая величина затрат; длительность сроков окупаемости цифровых технологий; недостаток информации о рынках сбыта; наличие экономических рисков; низкий спрос со стороны потребителей на цифровые технологии для сельского хозяйства.

Факторы, обусловленные хозяйственной деятельностью предприятия, включают в себя нехватку квалифицированного персонала; недостаток возможностей для привлечения инвесторов, научных организаций и другие [8].

Остается открытым вопросом, как сделать так, чтобы новые цифровые разработки дошли до агропроизводителей. В этой связи предлагается активизировать государственную поддержку по внедрению и использованию в аграрном производстве цифровых технологий. Для этого имеет смысл сконцентрировать большее внимание на стимулировании сельскохозяйственных товаропроизводителей применять инновации цифрового характера, не останавливая при этом работу по изобретению и созданию этих технологий. Государственную поддержку целесообразно разделить на два направления. Первое должно касаться производства тех видов продукции по которым уже достигнут пороговый уровень самообеспеченности в стране (зерно, подсолнечник, мясо птицы и т.д.). Здесь упор необходимо сделать на переориентацию производителя от модернизации уже существующих технико-технологических средств производства к использованию элементов цифровизации на основе расширения внешнеторговой, экспортной деятельности. Второе направление должно касаться производства сельскохозяйственной продукции по которой отсутствует минимально достаточное значе-

ние по обеспечению продовольственной независимости. В этом случае нужно ориентироваться на внутренний рынок и осуществлять параллельное развитие модернизации уже имеющихся производственных мощностей и цифровизации.

Выводы

Следует отметить, что цифровизация начинает приходить в аграрный сектор и является одним из основных векторов его развития. Задача, которая стоит перед отраслью и то, что интересует разра-

ботчиков, а самое главное, профессионалов, которые занимаются внедрением разработок на практике, – каким образом они будут интегрированы. Подобная интеграция невозможна без привлечения искусственного интеллекта, систематизации больших баз данных так как их объемы растут в геометрической прогрессии. При этом хочется надеяться, что в ближайшем будущем многие аграрии нашей страны сумеют использовать потенциал цифровизации для достижения условий устойчивого экономического роста аграрного производства.

Библиографический список

1. Осипов В.С., Боговиз А.В. Переход к цифровому сельскому хозяйству: предпосылки, дорожная карта и возможные следствия // Экономика сельского хозяйства России. – 2017. – № 10. – С. 11–15.
2. Смагин А.А. Интеграция цифровой экономики в сельское хозяйство: международный опыт и его применение в Российской Федерации // Экономика сельского хозяйства России. – 2018. – № 6. – С. 92–97.
3. Немченко А.В., Дугина Т.А. Инновационное развитие как способ преодоления внешних вызовов в агропроизводстве // Экономика и предпринимательство. – 2015. – № 3 (56). – С. 666–668.
4. Алиева С.С., Керимова М.И. Метод дистанционного определения концентрации фосфора в почве // Известия Нижневолжского агроуниверситетского комплекса: Наука и высшее профессиональное образование. – 2018. – № 1 (49). – С. 140–147.
5. Рулев А.С., Шинкаренко С.С., Бодрова В.Н., Сидорова Н.В. Геоинформационные технологии в обеспечении точного земледелия // Известия Нижневолжского агроуниверситетского комплекса: Наука и высшее профессиональное образование. – 2018. – №4(52). – С. 115–122.
6. Древин В.Е., Филимонова Н.А., Фомичев В.Т., Кучерова И.А. Разработка и применение нанокомпозита меди для инкрустации семян озимой тритикале // Известия Нижневолжского агроуниверситетского комплекса: Наука и высшее профессиональное образование. – 2018. – № 1 (49). – С. 90–95.
7. Попова Л.В., Дугина Т.А., Корабельников И.С. Инновационная аграрная политика: состояние и приоритеты развития // Экономика сельскохозяйственных и перерабатывающих предприятий. – 2018. – № 10. – С. 44–48.
8. Шепитько Р.С., Дугина Т.А., Немченко А.В., Лихолетов Е.А. Многофакторный вектор развития сельского хозяйства региона // Экономика региона. – 2015. – № 4 (44). – С. 275–288.

УДК 336.6

Нехайчук Д.В., Нехайчук Ю.С., Карлова А.И.

ФГАОУ ВО «Крымский федеральный университет им. В.И. Вернадского»,
Симферополь, e-mail: dimchikn@mail.ru;: elekobec@mail.ru; a.karlova@mail.ru

ИССЛЕДОВАНИЕ МЕХАНИЗМОВ ОБЕСПЕЧЕНИЯ ФИНАНСОВЫМИ РЕСУРСАМИ ОРГАНИЗАЦИЙ АГРОСЕКТОРА

В научной статье рассмотрены вопросы развития финансово-экономических отношений сельскохозяйственных предприятий и организаций. Авторы показывают, что финансовые результаты хозяйственной деятельности аграрных фирм характеризуются высоким уровнем нестабильности, что обусловлено отсутствием эффективного механизма обеспечения финансовыми ресурсами, отсутствием опыта в управлении финансовыми процессами в динамической рыночной среде, наличием высоких рисков. Составляющими государственного регулирования является правовое и нормативное обеспечение финансовой деятельности агроформирований, совокупность методов, инструментов и форм ограничения и стимулирования хозяйственной деятельности предприятий. Авторами предложена схема механизма государственного финансового регулирования. Проанализированы и отражены показатели ВВП по отраслям, в т.ч. в сельском хозяйстве в номинальном и реальном выражении. Проведена оценка и проиллюстрирована динамика прибыли сельхозпредприятий по отраслям и их рентабельность. Выявлены и обобщены основные системные проблемы в деятельности предприятий АПК. В ходе исследования рассмотрены актуальные расходы федерального бюджета на реализацию мероприятий, направленных на стимулирование инвестиционной деятельности в АПК, проанализирована структура субсидируемых инвестиционных кредитов и займов по федеральным округам. Авторами делаются выводы о том что сельскохозяйственные предприятия могут ускорить привлечение из внутренних источников денежных средств с помощью использования частичной предоплаты за будущую продажу сельскохозяйственной продукции, сокращения кредитных сроков за проданную продукцию, применения ценовых скидок за предоплату а также формирования сети собственных или на кооперативных началах фирменных магазинов.

Ключевые слова: финансовое обеспечение, агросектор, сельскохозяйственные предприятия, государственная поддержка, денежные средства, финансовые ресурсы

Nekhaychuk D.V., Nekhaychuk Y.S., Karlova A.I.

V.I. Vernadsky Crimean Federal University, Simferopol, e-mail: dimchikn@mail.ru;
elekobec@mail.ru; a.karlova@mail.ru

THE INVESTIGATION OF THE MECHANISMS OF ENSURING THE FINANCIAL RESOURCES OF THE ORGANIZATIONS OF THE AGRICULTURAL SECTOR

The scientific article deals with the development of financial and economic relations of agricultural enterprises and organizations. The authors show that the financial results of economic activity of agricultural firms are characterized by a high level of instability, due to the lack of an effective mechanism for providing financial resources, lack of experience in the management of financial processes in a dynamic market environment, the presence of high risks. Components of state regulation is the legal and regulatory support of financial activities of agricultural formations, a set of methods, tools and forms of restriction and stimulation of economic activity of enterprises. The authors propose a scheme of the mechanism of state financial regulation. Analyzed and reflected GDP indicators by industry, including agriculture in nominal and real terms. The assessment and illustrated the dynamics of profits of agricultural enterprises by industry and their profitability. Identified and summarized the main systemic problems in the activities of agricultural enterprises. In the course of the study, the actual expenses of the Federal budget for the implementation of measures aimed at stimulating investment activity in agriculture were considered, the structure of subsidized investment loans and loans in Federal districts was analyzed. The authors conclude that agricultural enterprises can accelerate the attraction of domestic sources of funds through the use of partial prepayment for the future sale of agricultural products, reduction of credit terms for products sold, the use of price discounts for prepayment and the formation of a network of own or on a cooperative basis brand stores.

Keywords: financial support, agricultural sector, agricultural enterprises, state support, funds, financial resources

Введение

Государственная финансовая поддержка аграрной сферы предопределяется значением сельскохозяйственного производства в народном хозяйстве. Агропромышленный комплекс имеет особое значение в экономике страны. Он относится к числу основных народнохозяйственных комплексов, определяющих условия поддержания жизнедеятельности общества. Значение его не только в обеспечении потребностей людей в продуктах питания, но в том, что он существенно влияет на занятость населения и эффективность всего национального производства.

Традиционно сложилось, что исследованием финансово-экономических отношений сельскохозяйственных предприятий и организаций уделялось гораздо меньше внимания, чем предприятиям и организациям других отраслей народного хозяйства. Кроме того, финансовые ресурсы как экономическая категория, преимущественно рассматривались в основном на глобальном уровне (народного хозяйства, страны), а не на уровне отдельных хозяйствующих субъектов. Лишь в последние годы наметился некоторый прогресс в исследовании данной проблемы. В современных условиях хозяйствования вопросы, связанные с пониманием сущности финансовых ресурсов, их роли и значение в предпринимательской деятельности становятся все более актуальными.

Необходимость выживания в условиях жесткой конкуренции и рыночных отношений требует от хозяйствующих субъектов пристального внимания к организации финансирования производства, выбора оптимальных источников формирования финансовых ресурсов, их структуры и эффективного использования. Это требует знания сущности финансовых ресурсов, глубокого изучения теоретических и практических вопросов финансового менеджмента как системы управления.

Целью статьи является исследование механизмов обеспечения финансовыми ресурсами организаций агросектора на остром этапе хозяйствования и подготовка предложений по усилению государственной финансовой поддерж-

ки деятельности сельскохозяйственных предприятий.

Результаты исследования и их обсуждение

Финансовые ресурсы – это материальная основа функционирования финансов, поэтому их наличие является обязательным объективным условием функционирования всех без исключения хозяйствующих субъектов.

В рыночных условиях для предпринимательских формирований основной общей и постоянной проблемой является недостаток собственных финансовых ресурсов. Учитывая это, особенно важно стабильное и достаточное обеспечение финансовыми ресурсами, при котором достигается непрерывный процесс расширенного воспроизводства производства, прибыльность деятельности хозяйствующих субъектов, свободное маневрирование внутренними и внешними источниками собственных и привлеченных средств и обеспечивается своевременность расчетов по текущим обязательствам.

Сейчас сельскохозяйственные предприятия самостоятельно решают проблемы обеспечения финансовыми ресурсами. Финансовые результаты их хозяйственной деятельности характеризуются высоким уровнем нестабильности, что обусловлено отсутствием эффективного механизма обеспечения финансовыми ресурсами, отсутствием опыта в управлении финансовыми процессами в динамической рыночной среде, наличием высоких рисков.

Актуальность данной проблемы обусловлена тем, что для преодоления хронического дефицита финансовых ресурсов сельскохозяйственных предприятий необходимо функционирование адекватного стабильного финансового механизма взаимодействия государства и агроформирований, что должно способствовать стимулированию развития экономических процессов предприятий, достижению устойчивого экономического роста.

В отношении предприятия целью финансового регулирования является обеспечение стабильности и устойчивости его функционирования как системы. Причем его влияние связано и опосре-

дуется финансовыми потоками, через механизм предоставления, аккумуляции и изъятия финансовых ресурсов и направлено на трансформацию качественных и количественных параметров финансовых процессов.

Механизм финансового регулирования предприятия целесообразно рассматривать с точки зрения внешнего и внутреннего воздействия на финансово-хозяйственную деятельность предприятия. К внешнему воздействию относятся макроэкономическая среда и все регулирующие методы, рычаги, инструменты, которыми располагает государство и с помощью которых оно создает соответствующее нормативное, правовое, институциональное, экономическое и информационное пространство для функционирования предприятий.

Составляющими государственного регулирования является правовое и нормативное обеспечение финансовой деятельности агроформирований,

совокупность методов, инструментов и форм ограничения и стимулирования хозяйственной деятельности предприятий. С одной стороны, это налоговая политика, а с другой – государственная финансовая поддержка.

Когда государство заинтересовано в поддержке функционирования предприятий определенной отрасли, оно будет оказывать им финансовую поддержку для содействия деятельности в виде налоговых льгот, бюджетных дотаций, субсидий, трансфертов и т.д. в таких объемах, которые поддержат заинтересованность владельцев предприятий в повышении эффективности производства и его развития. Безусловно, механизм государственного финансового регулирования эффективно работает в условиях политической и экономической стабильности и развитых финансовых рынков.

Схема построения механизма государственного финансового регулирования показана на рис. 1.



Рис. 1. Схема механизма государственного финансового регулирования

Обеспечение финансовыми ресурсами предприятий является целостным процессом, который включает формирование, использование и накопление финансовых ресурсов, а также его финансовый потенциал. Стратегической целью механизма обеспечения финансовыми ресурсами предприятий, можно определить получение максимальной прибыли при малейшем риске и минимально возможных затратах финансовых ресурсов.

Выбор и рациональное сочетание источников формирования финансовых ресурсов является важной составляющей процесса обеспечения финансовыми ресурсами функционирования сельскохозяйственных предприятий.

«Проблема финансового обеспечения на микроуровне заключается не в отсутствии финансовых ресурсов вообще, а в доступе к ним конкретного предприятия и формах и методах их распределения между отраслями экономики и хозяйствующими субъектами» [1–2].

Обеспечение деятельности предприятий финансовыми ресурсами, как отмечает большинство исследователей, может проводиться за счет самофинансирования, кредитования и безвозвратного финансирования [3]. Но, кроме этих форм, предприятия все чаще применяют еще такую форму как финансовое обеспечение, которое включает банковские гарантии, акцепты, страхование, аванс, валютные арбитраже, свопы, споты и тому подобное.

«Стратегической задачей аграрной политики на ближайшую перспективу является совершенствование системы финансового обеспечения сельскохозяйственных предприятий через улучшение его структуры, в которой доминирующее значение должны иметь собственные источники формирования финансовых ресурсов» [4].

Задачей механизма обеспечения финансовыми ресурсами сельскохозяйственных предприятий является прямое или опосредованное размещения всех имеющихся финансовых ресурсов, то есть максимальное их вовлечение в производственные процессы предприятий. Таким образом, механизм обеспечения финансовыми ресурсами в сельскохозяйственных предприятиях предназначен для управления процессами взаимодействия финансовых ресурсов и финансовых отношений в целях достижения оптимизации их влияния на финансовые результаты деятельности предприятий.

Рассмотрим основные параметры развития предприятий АПК РФ и дадим оценку их финансовому обеспечению.

За исследуемый период 2016–2018 гг. темпы прироста в отрасли составили 4,1%, в т.ч. в 2016 г. – 2,9%, в 2017 г. – 2,5%, в 2018 г. – 1,1%.

ВВП в АПК составил в 2018 г. – 36847 млрд.руб.

В табл. 1 отражены показатели ВВП по отраслям, в т.ч. в сельском хозяйстве в номинальном и реальном выражении.

Таблица 1

Ключевые макроэкономические показатели

ВВП: номинальная величина (в текущих ценах, млрд. руб.)			ВВП: фактическая величина (в ценах 2016 г., млрд. руб.)		
Вид деятельности	2017 г.	2016 г.	Вид деятельности	2017 г.	2016 г.
Торговля	11984	11300	Торговля	11670	11300
Обрабатывающие производства	10969	10315	Обрабатывающие производства	10324	10315
Добыча полезных ископаемых	8606	7367	Добыча полезных ископаемых	7469	7367
Недвижимость	8184	7835	Недвижимость	8022	7835
Транспорт и связь	7784	7181	Транспорт и связь	7444	7181
Госуправление	6582	6280	Госуправление	6341	6280
Строительство	5287	4929	Строительство	4955	4929
Научная деятельность	3984	3782	Научная деятельность	3804	3782
Сельское хозяйство	3695	3604	Сельское хозяйство	3647	3604
Финансовая деятельность	3508	3287	Финансовая деятельность	3335	3287
Здравоохранение	3054	2827	Здравоохранение	2840	2827
Энергетика	2792	2616	Энергетика	2621	2616
Образование	2144	2016	Образование	2014	2016
Гостиницы и рестораны	736	699	Гостиницы и рестораны	714	699

Составлено автором.

Из табл. 1. и рис. 2 видно, что АПК занимает около 4% в ВВП страны.

Сальдированный финансовый результат предприятий АПК в 2017 году

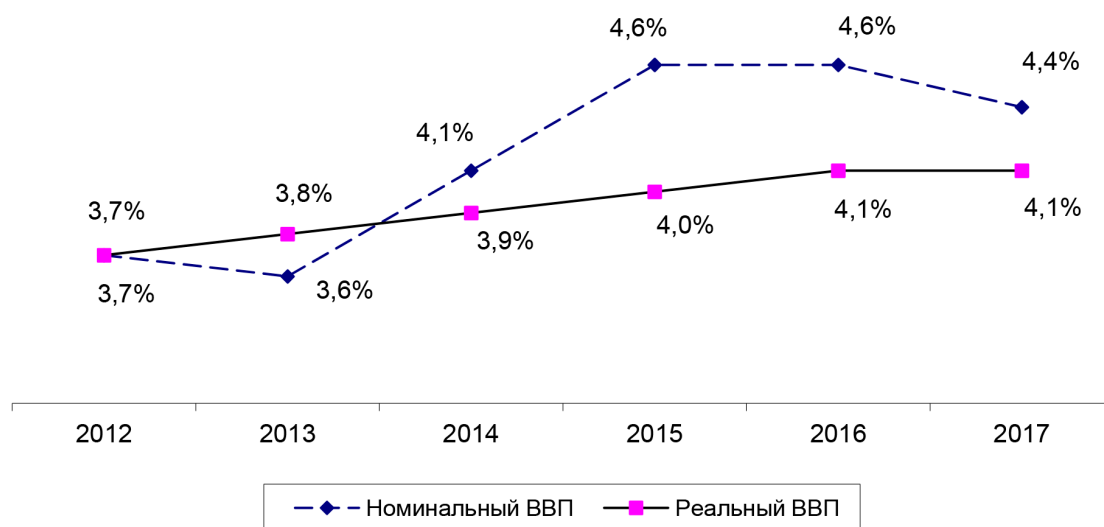


Рис. 2. Доля сельского хозяйства в ВВП (в ценах 2011 г.), %

Наибольшее влияние на обеспечение финансовыми ресурсами сельскохозяйственных предприятий имеет их финансовое состояние.

На рис. 3–4 изображена динамика прибыли сельхозпредприятий по отраслям и их рентабельность.

составил 270, 0 млрд.руб. против 349,5 млрд.руб. в 2016 году. Значительно снизились прибыли компаний сферы растениеводства, что в основном связано с падением цен на продукцию растениеводства из-за рекордного урожая.

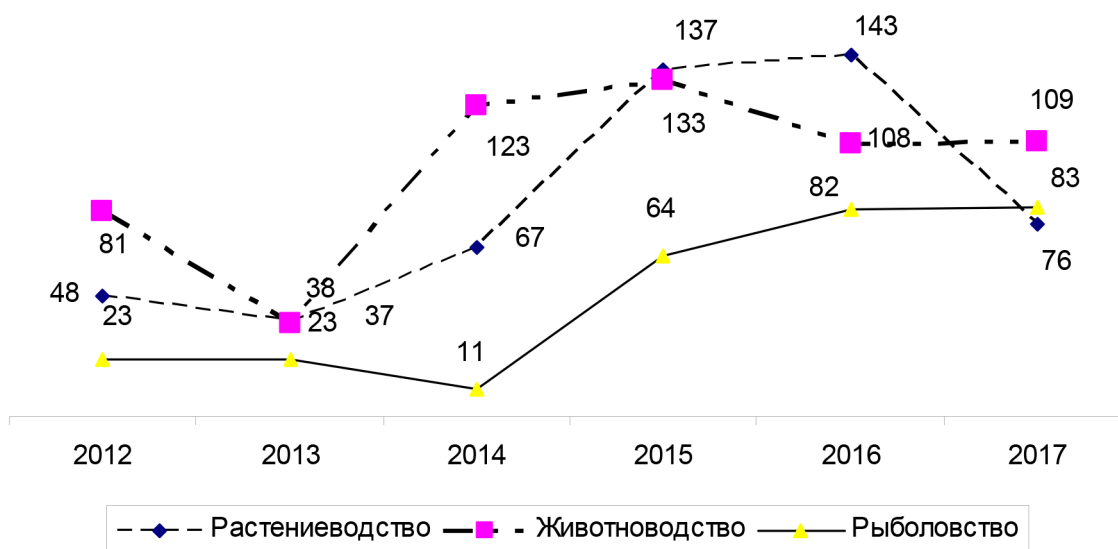


Рис. 3. Прибыль в текущих ценах (млрд. руб.)

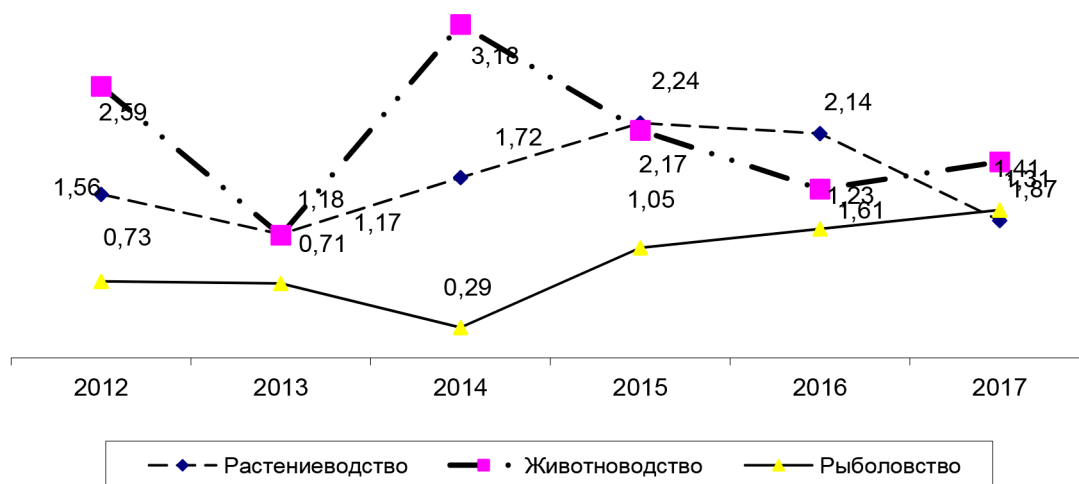


Рис. 4. Прибыль в текущих ценах (млрд. долл. США)

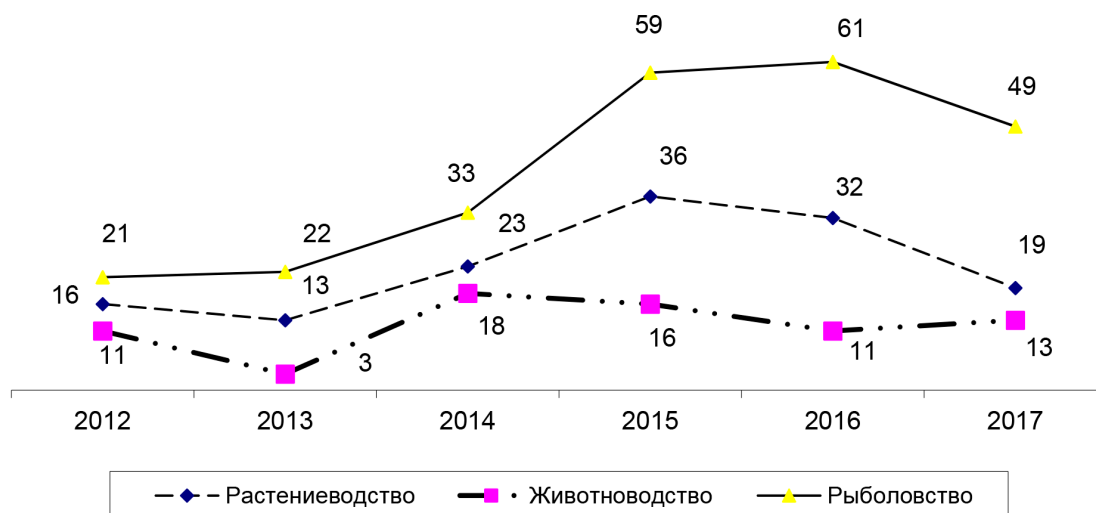


Рис. 5. Рентабельность продукции, %

Снизилась и рентабельность в растениеводстве и рыболовстве.

В сфере животноводства заметно некоторое повышение рентабельности.

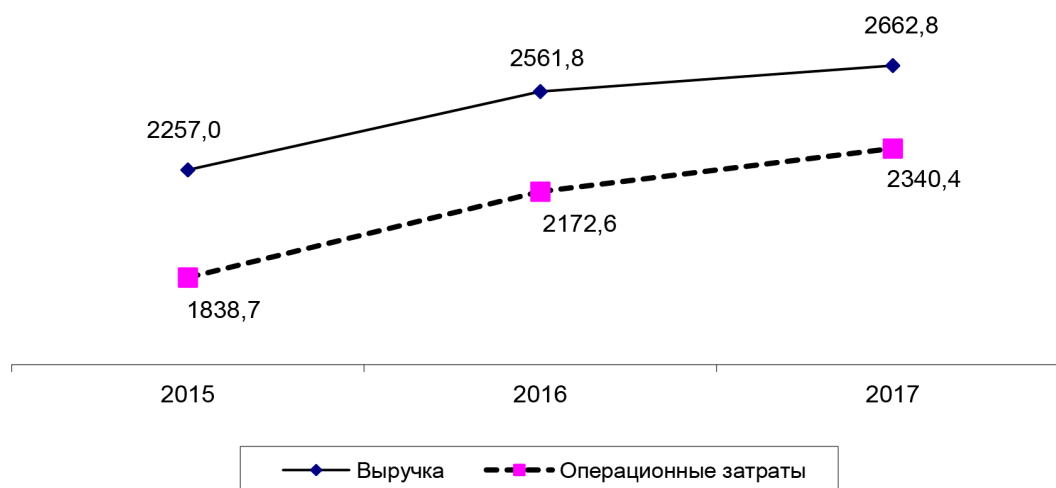


Рис. 6. Финансовые результаты деятельности предприятий сельского хозяйства России, млрд.руб.

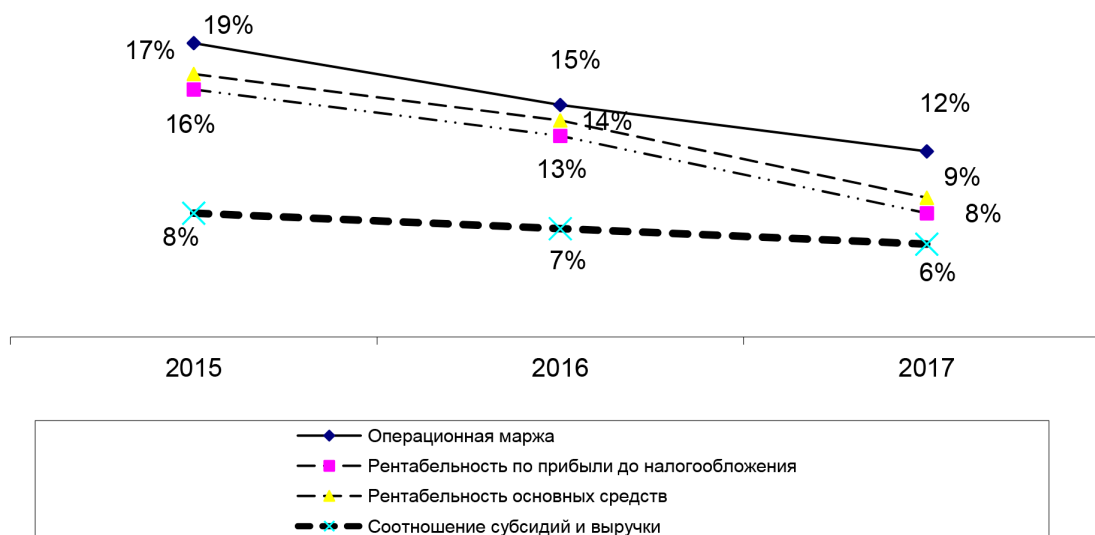


Рис. 7. Некоторые показатели финансовых результатов деятельности предприятий сельского хозяйства России, %

Финансовые результаты деятельности предприятий АПК РФ представлены на рис. 6–7.

Сложившаяся в последние годы в сельскохозяйственных предприятиях и в целом по отрасли ситуация, не способствует улучшению их финансового состояния и обеспеченности финансовыми ресурсами.

87 % прибыли компаний АПК за последние три года сформирована за счет субсидий, полученных от государства.

Неудовлетворительное финансовое состояние сельскохозяйственных предприятий испытывает влияние многочисленных внутренних и внешних факторов.

На рис. 9 отражены проблемы в деятельности предприятий АПК.

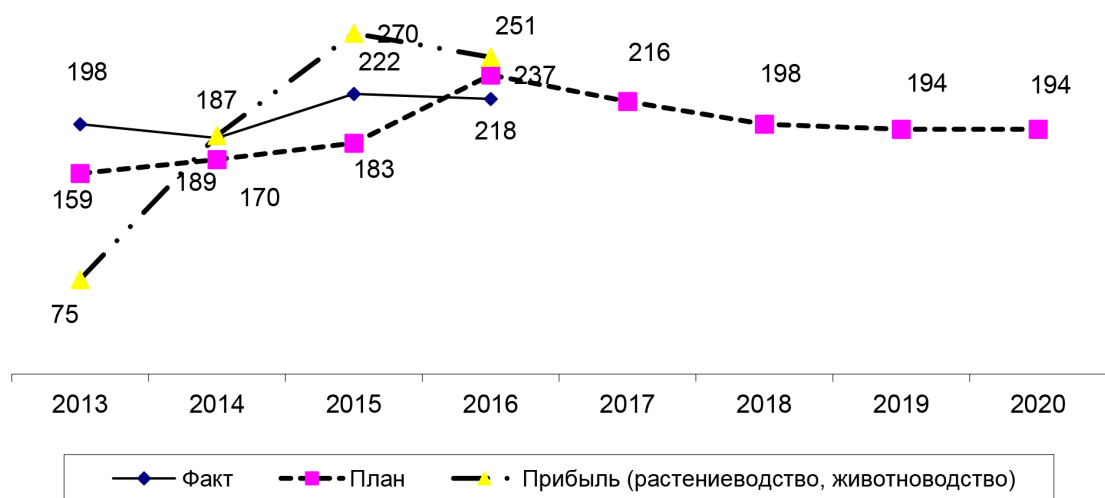


Рис. 8. Субсидии сельскохозяйственной отрасли по годам, млрд. руб. (факт – кассовое исполнение)

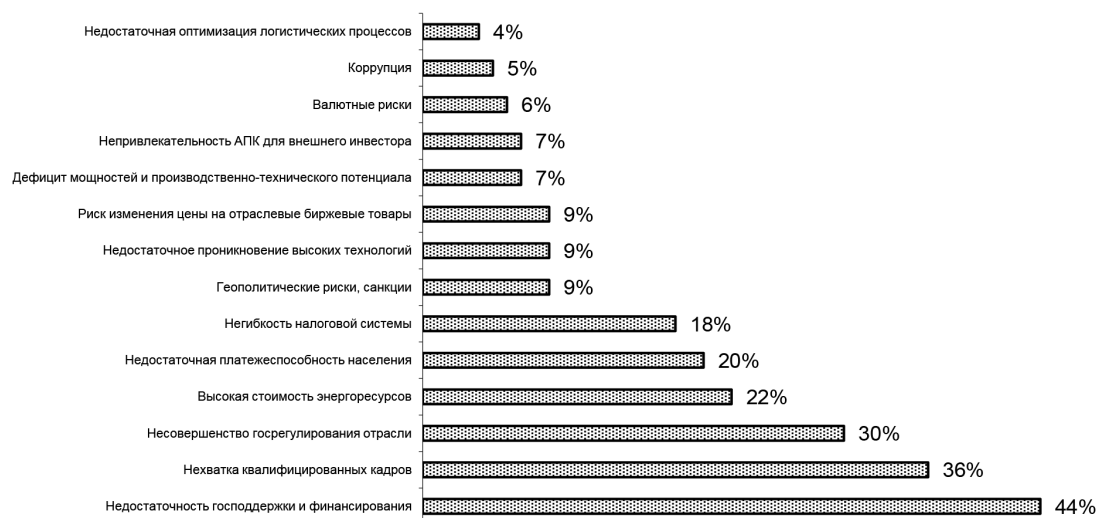


Рис. 9. Рейтинг проблем АПК России в 2017 г.

Особенностью рейтинга проблем в 2017 году стала увеличившаяся значимость факторов высокой стоимости энергетических ресурсов (22% – в 2017 году, 6% – в 2016 году, 0% – в 2015 году) и недостаточная платежеспособность населения (20% в 2017 году, 13% – в 2016 году, 3% – в 2015 году).

В 2017 году инвестиции в основной капитал сельского хозяйства (без субъектов малого предпринимательства) составили 374,7 млрд. рублей, что составляет 103,1% к уровню 2016 года (в сопоставляемой структуре ОКВЭД 2) (рис. 10).

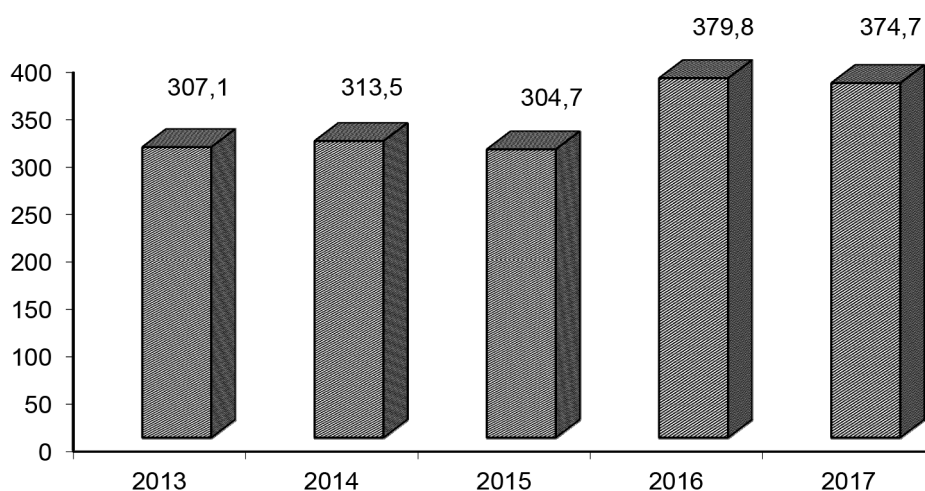


Рис. 10. Динамика инвестиций в основной капитал в хозяйствах всех категорий к предыдущему году

Стимулирование инвестиционной деятельности в АПК способствует достижению целей Государственной программы, обеспечивая модернизацию сельского хозяйства, наращивание темпов роста производства сельскохозяйственной продукции.

В рамках Государственной программы осуществляется предоставление субсидий из федерального бюджета бюджетам субъектов Российской Федерации на компенсацию части процентной ставки по инвестиционным и по краткосрочным кредитам, привлеченным на развитие АПК [5].

По инвестиционным кредитам (займам), полученным до 31 декабря 2016 г. включительно, осуществляется возмещение затрат сельскохозяйственных товаропроизводителей, связанных со строительством, модернизацией и (или) реконструкцией новых и действующих производственных мощностей, приобретением техники и оборудования и др.

Кроме того, с 2015 года осуществляется компенсация части прямых понесенных затрат сельскохозяйственных товаропроизводителей, связанных со строительством и (или) модернизацией объектов (плодохранилищ, картофеле- и овощехранилищ, тепличных комплексов, животноводческих комплексов

сов молочного направления (молочных ферм), селекционно-генетических и селекционно-семеноводческих центров и оптово-распределительных центров).

Предоставление субсидий из федерального бюджета бюджетам субъектов Российской Федерации на возмещение части прямых понесенных затрат при одновременном возмещении части процентной ставки по инвестиционным кредитам (займам) позволяет значительно сократить сроки окупаемости инвестиционных проектов и повышает экономическую заинтересованность инвесторов в создании новых и модернизации действующих объектов АПК, что в конечном счете способствует наращиванию производства продукции и ускоренному импортозамещению.

Также с 1 января 2017 г. введен механизм льготного кредитования, заключающийся в предоставлении субсидии на прямую кредитным организациям, участвующим в реализации правил льготного кредитования в качестве уполномоченных банков, на возмещение недополученных ими доходов в размере 100% ключевой ставки Центрального банка Российской Федерации по кредитам, выданным организациям агропромышленного комплекса по льготной ставке, при этом процентная ставка для сель-

скохозяйственного товаропроизводителя изначально составляет не более 5% годовых.

На финансовое обеспечение мероприятия «Поддержка льготного кредитования организаций агропромышленного комплекса» Законом о бюджете на 2017 год за счет ассигнований федерального бюджета было направлено 14531,8 млн. рублей (табл. 2).

427,6 млрд. рублей), в животноводстве – 243,3 млрд. рублей (196,2 млрд. рублей). Остаток ссудной задолженности по краткосрочным кредитам в растениеводстве составил 254,2 млрд. рублей (в 2016 году – 286,8 млрд. рублей), в животноводстве – 156,1 млрд. рублей (170,6 млрд. рублей).

В 2017 году наиболее активную политику в области краткосрочного кре-

Таблица 2

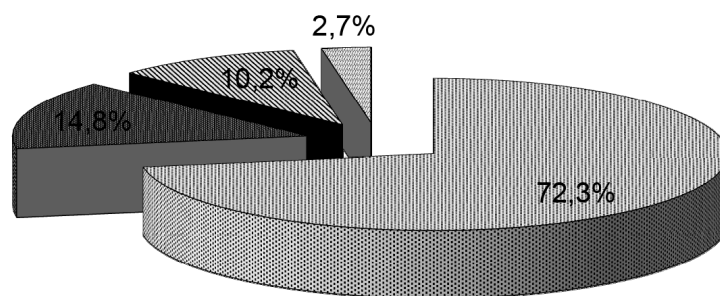
Расходы федерального бюджета на реализацию мероприятий, направленных на стимулирование инвестиционной деятельности в АПК

Наименование подпрограммы, основных мероприятий	Ресурсное обеспечение, млн. руб.				Исполнение, %
	2016 год		2017 год		
	план	факт	план	факт	
Всего	75923,8	74102,2	95795,3	87972,8	91,8
в том числе:					
подпрограмма «Стимулирование инвестиционной деятельности в АПК»	67923,8	66108,2	90795,3	82972,8	91,4
в том числе					
основное мероприятие «Поддержка инвестиционного кредитования в АПК»	56199,5	55284,3	59550,1	58420,3	98,1
Основное мероприятие «Компенсация прямых понесенных затрат на строительство и модернизацию объектов АПК»	11724,3	10823,9	16713,4	15447,9	92,4
Основное мероприятие «Поддержка льготного кредитования организаций АПК»	-	-	14531,8	9104,6	62,7
подпрограмма «Развитие финансово-кредитной системы АПК»	8000,0	8000,0	5000,0	5000,0	100
основное мероприятие «Докапитализация АО «Россельхозбанк»	8000,0	8000,0	5000,0	5000,0	100

Составлено автором.

По данным АО «Россельхозбанк», ПАО Сбербанк, Банк ГПБ (АО), АО «Альфа-Банк» и ГК «Внешэкономбанк», в 2017 году объем выданных краткосрочных кредитов в растениеводстве составил 417,1 млрд.рублей (в 2016 году –

кредитования агропромышленного комплекса занимал АО «Россельхозбанк», его доля составила 72,3 %, доля ПАО Сбербанк – 14,8 %, Банка ГПБ (АО) – 10,2 %, АО «Альфа-Банк» – 2,7 % (рис. 11).



■ АО "Россельхозбанк" ■ ПАО Сбербанк ■ Банк ГПБ (АО) ■ АО "Альфабанк"

Рис. 11. Доля кредитных организаций в общем объеме краткосрочного кредитования агропромышленного комплекса

По итогам 2017 года Минсельхозом России просубсидировано 20106 инвестиционных кредитов, остаток ссудной задолженности по которым составил 690,6 млрд. рублей по состоянию на 1 января 2018 г. Наибольший объем инвестиционного кредитования в 2017 году

отмечен в Центральном (51% общего объема остатка ссудной задолженности), Приволжском (20%) и Южном (8%) федеральных округах. Это связано с тем, что именно в этих округах производится и перерабатывается основной объем сельскохозяйственной продукции (табл. 3).

Таблица 3

Структура субсидируемых инвестиционных кредитов (займов) по федеральным округам

Федеральный округ	Кол-во кредитов	Сумма по договору, млн.руб.	Остаток ссудной задолженности на 1 января 2018 г., млн.руб.	Доля, %
Всего	20106	1352299,19	690569,29	100
Центральный ФО	5639	679449,46	349851,17	51
Приволжский ФО	6517	245266,61	137266,46	20
Южный ФО	1891	98666,03	52827,46	8
Северо-Западный ФО	696	88044,11	45308,31	7
Северо-Кавказский ФО	480	66608,78	37279,4	5
Сибирский ФО	3045	67592,99	26857,63	4
Уральский ФО	1223	60649,58	27613,66	4
Дальневосточный ФО	615	46021,63	13565,2	2

Составлено автором.

Наиболее активное участие в реализации нового механизма льготного кредитования принимал АО «Россельхозбанк», сумма льготных кредитов по заключенным им договорам составила 210,48 млрд. рублей (табл. 4).

Стремительный переход экономики страны на рыночные принципы функционирования сопровождался некоторыми неблагоприятными процессами, что обусловило существенное ограничение доступа сельскохозяйственных

Таблица 4

Перечень кредитных организаций с наибольшим объемом кредитов, выданных по льготной ставке

Кредитная организация	Сумма кредита по заключенным договорам, млрд. руб.
АО «Россельхозбанк»	210,48
ПАО Сбербанк	174,66
Банк ГПБ (АО)	107,88
Банк ВТБ (ПАО)	53,41
АО «Альфа-Банк»	50,45

Составлено автором.

В Государственную программу были включены следующие показатели, характеризующие результативность мероприятия «Поддержка льготного кредитования организаций агропромышленного комплекса»: объем льготных краткосрочных, выданных на развитие агропромышленного комплекса, из расчета на 1 рубль предоставленного размера субсидий; объем льготных инвестиционных, выданных на развитие агропромышленного комплекса, из расчета на 1 рубль предоставленного размера субсидий; доля субсидий по льготным кредитам, выданным малым формам хозяйствования.

Фактические значения целевых показателей за отчетный период представлены в табл. 5.

предприятий к внешним источникам формирования финансовых ресурсов и снижение уровня их обеспеченности финансовыми ресурсами за счет собственных источников.

Государственная финансовая поддержка сельскохозяйственных предприятий требует решения следующих проблем: недостаточность объемов финансирования; разбросанность (много направлений финансирования); нестабильность (каждый год меняются объемы и направления) непрозрачный механизм и громоздкие процедуры; неравномерное распределение по регионам; неритмичность предоставления (главным образом в конце года); неэффективность; слабый контроль за распределением и использованием, недоступность

Таблица 5

Выполнение в 2017 году плановых значений целевых показателей результативности мероприятия «Поддержка льготного кредитования организаций агропромышленного комплекса»

Наименование показателя	План	Факт	Выполнение
Объем льготных краткосрочных кредитов, выданных на развитие АПК, из расчета на 1 рубль предоставленного размера субсидий, ед.	10	26,29	в 2,6 раза
Объем льготных инвестиционных кредитов, выданных на развитие АПК, из расчета на 1 рубль предоставленного размера субсидий, ед.	10	44,28	в 4,4 раза
Доля субсидий по льготным кредитам, выданным малым формам хозяйствования, %	20	11	55 %

Составлено автором.

для большинства сельскохозяйственных предприятий [6].

Современные преобразования в аграрном секторе являются определяющими, именно они обуславливают формирование основных принципов функционирования сельскохозяйственных предприятий на длительную перспективу. От того насколько правильно будут определены принципы государственной финансовой поддержки в отношении сельскохозяйственных предприятий, а также инструменты, методы, формы реализации этой поддержки, будет зависеть эффективность функционирования сельскохозяйственных предприятий, их стабильность и достаточный уровень обеспечения финансовыми ресурсами.

Государственная финансовая поддержка должна быть взвешенной, объективной, реальной, обоснованной, гибкой, а все ее элементы должны взаимодействовать скоординировано, сбалансировано, синхронизировано между собой и во временном измерении и целенаправленно способствовать решению общих задач.

Если до сих пор главной задачей фактически было смягчение последствий кризиса и выхода из него, то отныне доминантой государственной финансовой поддержки должно стать содействие экономическому росту и стабильности за счет надежного обеспечения финансовыми ресурсами сельскохозяйственных предприятий. Также каждая государственная программа должна способствовать привлечению частных средств на ее цели и должна быть экономически эффективной через мультипликацию, что в подавляющем большинстве случаев возможно тогда, когда государственные средства позволяют привлечь значительные частные средства, как это происходит при удешевлении кредитов.

Таким образом, государственная финансовая поддержка сельскохозяйственных предприятий должна изменить свою направленность, и благодаря этому повысить эффективность функционирования сельскохозяйственных предприятий.

Необходимо разработать и внедрить в практику такую систему налогообложения сельскохозяйственных предприятий, которая предусматривала эволю-

ционный способ ее реформирования через постепенное снижение налогового бремени, максимально учитывала специфику функционирования отрасли.

В процессе внедрения налоговых механизмов следует учитывать показатель достаточности прибыли, необходимый для дальнейшего развития сельскохозяйственных предприятий.

Параллельно с трансформацией механизма льготного налогообложения необходимо разработать систему мер, направленных на активизацию сельскохозяйственного предпринимательства.

К ним можно отнести:

- дифференциацию ставок НДС в зависимости от вида деятельности и размеров полученной прибыли;

- пересмотр системы налогообложения в сторону увеличения доли прямых налогов и постепенного снижения доли косвенных налогов в затратах производства;

- максимальная унификация налогового учета и отчетности по бухгалтерским учетом по международным стандартам.

Выводы и предложения

Мировой опыт свидетельствует, что государственная финансовая поддержка по деятельности сельскохозяйственных предприятий в первую очередь должна направляться на стабилизацию их функционирования, обеспечения их определенного уровня прибыльной деятельности. Такие страны как Австрия, Канада, Польша, Франция, Чехия имеют особые специализированные государственные учреждения, которые осуществляют, отслеживают и контролируют эффективность финансовой поддержки сельскохозяйственных предприятий.

Наряду с этим, при обеспечении финансовыми ресурсами сельскохозяйственные предприятия не должны ориентироваться только на государственную финансовую поддержку. Перспективными следует признать развитие кредитной кооперации, других финансовых институтов которые будут способствовать привлечению частных средств в сельскохозяйственное производство, разрабатывая и применяя различные финансовые стратегии.

Сейчас одной из проблем является отсутствие комплексной, научно обоснованной программы обеспечения финансовыми ресурсами сельскохозяйственных предприятий в контексте глобализации и информатизации общества и на основе стратегического развития отрасли. При этом внедрение рыночных отношений в аграрной сфере без надлежащей государственной финансовой поддержки, как составляющей указанной комплексной программы, не представляется оправданным [7–9].

Проблемы государственной финансовой поддержки по формированию финансовых ресурсов сельскохозяйственных предприятий невозможно решить за один – два года, как и невозможно их решить раз и навсегда, на каждом этапе будут появляться новые, как правило, более сложные задачи, но усовершенствование этой поддержки по очерченным направлениям позволит существенно улучшить ситуацию с оптимизацией формирования финансовых ресурсов сельскохозяйственных предприятий.

Сельскохозяйственные предприятия могут ускорить привлечение из вну-

тренних источников денежных средств с помощью следующих мер:

- использование частичной предоплаты за будущую продажу сельскохозяйственной продукции, которая пользуется повышенным спросом;
- сокращение кредитных сроков за проданную продукцию;
- применение ценовых скидок за предоплату или немедленные наличные расчеты по реализованной продукции;
- разработка мероприятий по ускорению инкассации дебиторской задолженности;
- формирование сети собственных или на кооперативных началах фирменных магазинов;
- ускорения инкассации платежных документов (время нахождения продукции в дороге, зачисление на расчетный счет денежных средств, процесс регистрации).

Сельскохозяйственные предприятия могут ускорить финансирование из внешних источников привлечения денежных средств за счет оптимизации структуры финансовых ресурсов, в том числе более широким использованием краткосрочных банковских кредитов.

Библиографический список

1. Болдырева И.А., Андрияшченко О.Г., Митрофанова И.А. Финансовый механизм функционирования апк: структурно-уровневый аспект // Экономика: вчера, сегодня, завтра. – 2017. Т. 7. – № 2В. – С. 250–264.
2. Брыжко В.Г., Бейлин М.М. Концепция совершенствования механизма государственного регулирования сельского хозяйства региона // Аграрный вестник Урала. – 2012. – № 3 (95). – С. 58–60.
3. Ермоленко О.М. Совершенствование инструментов финансовой поддержки малых форм бизнеса в сельском хозяйстве // Вестник Академии знаний. – 2018. – № 3 (26). – С. 140–144.
4. Нехайчук Д.В., Нехайчук Ю.С. Об инвестиционной деятельности банков на рынке ценных бумаг // Научный вестник: финансы, банки, инвестиции. – 2014. – № 4 (29). – С. 83–88.
5. Петрова-Шатохина Т.Р. Инновационно-инвестиционный потенциал аграрного сектора: сущность и специфика формирования // Экономика сельского хозяйства России. 2017. – № 12. – С. 27–34.
6. Рубаева О.Д., Панкратова Д.Ю. Алгоритм корректировки направлений государственной поддержки развития сельскохозяйственной кредитной потребительской кооперации // Аграрный вестник Урала. – 2014. № 11 (129). – С. 90–94.
7. Телегина Ж.А. Методические аспекты освоения инвестиций в сельском хозяйстве в условиях импортозамещения // Международный технико-экономический журнал. – 2016. – № 6. – С. 7–12.
8. Трофимова В.В., Тарасов В.И., Нехайчук Д.В. Крымский вектор в управлении развитием территориями: от теории к практике: Монография. – Симферополь: Крымский институт бизнеса. – 2016. – 320 с.
9. Klimchuk S.V., Nekhaychuk Y.S., Nekhaychuk D.V., Nekhaychuk E.V. Theoretical and methodological fundamentals of associated forms of agricultural business // European Research Studies Journal. – 2017. – Т. 20; № 3В. – Р. 130–137.

УДК 338.02.03.36

Нуретдинова Ю.В., Ометова Д.А., Морозова М.Ю.

ФГБОУ ВО «Ульяновский государственный университет», Ульяновск,
e-mail: nur000001@rambler.ru; daria.ometova@mail.ru;

ПЕРЕХОД РОССИЙСКИХ ПРЕДПРИЯТИЙ К ЦИФРОВОЙ ЭКОНОМИКЕ: ПРОБЛЕМЫ И ПУТИ ИХ РЕШЕНИЯ

В работе рассмотрены проблемы формирования и развития цифровой экономики России. Выделены основные трудности перехода российского бизнеса на цифровую экономику. Несмотря на существование препятствий на пути к цифровизации российского бизнеса, их можно преодолеть с помощью решений, предложенных выше. Особое внимание следует уделить повышению «цифровой грамотности» российских предпринимателей, а также созданию нормативной базы, отвечающей условиям цифровой экономики. Центральной идеей в цифровизации бизнеса является ценность информации, поступающей от потребителя. Также планируется законодательно закрепить относительно не новые явления в российском бизнесе, такие как краудфандинговая деятельность и деятельность бизнес-ангелов. Исследования по уровню готовности к переходу на цифровую экономику проводятся и в России. Агентством НАФИ (агентство, занимающееся маркетинговыми исследованиями) было проведено исследование под названием «Цифровая экономика и российские компании. Уровень использования и готовность к переходу на цифровые технологии». Цель проекта – оценить готовность российских компаний к цифровой экономике.

Ключевые слова: законодательство о цифровых технологиях, создание НПА, модернизацию цифровой инфраструктуры, развитие системы российских центров обработки данных, внедрение цифровых платформ работы с данными для обеспечения потребностей граждан, бизнеса и власти, внедрение цифровой практики в ключевых сферах экономики и госуправлении, совершенствование системы образования, цифровая экономика

Nuretdinova Y.V., Ometova D.A., Morozova M.Y.

Ulyanovsk State University, Ulyanovsk, e-mail: nur000001@rambler.ru;
daria.ometova@mail.ru

TRANSFER OF RUSSIAN ENTERPRISES TO DIGITAL ECONOMY: PROBLEMS AND WAYS OF THEIR SOLUTION

The paper deals with the formation and development of the digital economy of Russia. The main difficulties of the transition of the Russian business to the digital economy are highlighted. Despite the existence of obstacles to the digitalization of Russian business, they can be overcome by using the solutions proposed above. Particular attention should be paid to improving the «digital integrity» of Russian entrepreneurs, as well as creating a regulatory framework that meets the conditions of the digital economy. The central idea in the digitalization of business is the value of information from the consumer. It is also planned to legislate relatively non-new phenomena in the Russian business, such as crowdfunding activities and the activities of business angels. Studies on the level of readiness for the transition to the digital economy are also conducted in Russia. Agency NAFI (an agency engaged in marketing research) conducted a study called «Digital Economy and Russian Companies. The level of use and readiness for the transition to digital technology». The goal of the project is to assess the readiness of Russian companies for the digital economy.

Keywords: legislation on digital technologies, the creation of regulatory legal acts, the modernization of digital infrastructure, the development of Russian data centers, the introduction of digital data platforms to meet the needs of citizens, business and government, the introduction of digital practice in key sectors of the economy and public administration, the improvement of the education system, the digital economy

Введение

На сегодняшний день основной тенденцией развития экономики любой страны является перевод ее в цифровое русло, т.е. создание так называемой «цифровой экономики». Под цифровой экономикой понимается система экономических, социальных и культурных

отношений, основанных на использовании цифровых информационно-коммуникационных технологий.

Государства обозначают создание цифровой экономики приоритетной задачей, достижение которой означает не только следование прогрессивным технологиям, но и обеспечение долж-

ного уровня национальной безопасности страны.

Приоритетность развития цифровой экономики признается и в России. Так, в 2017 Правительством РФ была утверждена Программа «Цифровая экономика РФ», основной идеей которого является «интеграция отечественной виртуальной среды с цифровой экономикой Евразийского союза» [1].

Данная Программа предполагает:

1. Разработку законодательства о цифровых технологиях: создание НПА, которые создадут благоприятную среду для возникновения и развития современных технологий, а также для осуществления экономической деятельности, связанной с их использованием;

2. Модернизацию цифровой инфраструктуры: развитие системы российских центров обработки данных, внедрение цифровых платформ работы с данными для обеспечения потребностей граждан, бизнеса и власти;

3. Внедрение цифровой практики в ключевых сферах экономики и государственном управлении;

4. Подготовку кадров для переходного периода: совершенствование системы образования, которая должна обеспечивать цифровую экономику компетентными кадрами.

Цель исследования – рассмотрение проблем формирования и развития цифровой экономики России.

Методы исследования: метод сравнения данных, анализ статистических данных, эмперативный метод.

Результаты исследования и их обсуждение

Особую роль в формировании и развитии цифровой экономики России играет цифровая трансформация бизнеса.

Центральной идеей в цифровизации бизнеса является ценность информации, поступающей от потребителя. Например, производители транспортных средств (самолеты, автомобили и т.д.) для получения такой информации оснащают свои изделия датчиками с определенными параметрами, позволяющими узнать все о текущем техническом состоянии изделия, динамике и профиле его эксплуатации пользователем. Примером может послужить российская

компания-авиапроизводитель «Сухой»: «техническое обслуживание самолетов ее производства проводится с помощью интегрированной системы встроенного контроля и индикации» [2].

Организации, предоставляющие услуги или занимающиеся продажей товаров, в которые невозможно установить датчики, получают обратную связь от покупателей другим способом. Они устанавливают в месте предоставления услуг или в торговом зале софт камеры, позволяющие наблюдать за клиентами.

Стоит покупателю зайти в магазин, как его лицо захватывает через чувствительную камеру для распознавания лица. Если клиент был замечен за опасными действиями, охрана немедленно получает предупреждение об угрозе. Или, например, можно определить, что в торговом зале сейчас больше молодых людей, чем других покупателей, и опубликовать для них на экранах наиболее подходящие предложения и акции.

Кроме того, по данным софт камер можно отследить, на каких товарах и предложениях останавливает свое внимание отдельно взятый покупатель. Затем полученные данные систематизируются и анализируются для того, чтобы оценить маркетинговую привлекательность акции и работу мерчендайзеров.

Сеть магазинов парфюмерии и косметики «Рив Гош», например, официально заявила, что успешно использует обучаемую систему предсказания поведения покупателей на основе данных камер, касс и машинного обучения. Уже на первоначальном этапе ее работы точность персональных товарных рекомендаций по конкретным артикулам составила 33 %.

Вдобавок, необходима информационная поддержка покупателей товаров/услуг, возможность быстрого реагирования на их вопросы или жалобы, например, через соответствующее мобильное приложение.

Помимо онлайн-помощи, покупателей также интересуют онлайн-продажи товаров и услуг. По данным международной рекламной платформы Criteo [3], «во II квартале 2018 года доля продаж с мобильных устройств в России увеличилась до 30 %. Самое большое количество покупок совершается со смартфонов – годовой прирост продаж с этих устройств составил 79 %»³³ (рис. 1).



Рис. 1. Динамика продаж с мобильных устройств в России 2016–2018 г.

Для хранения и обработки такого количества информации (баз данных) бизнесу необходимы современные цифровые технологии.

Приоритетной целью к 2030 году является достижение перевода в цифровой формат и обновления в реальном времени следующих данных:

- данные о загрузке большинства производственных мощностей;
- текущий объем производства и потребления 99% всех товаров;
- цифровые социальные портфолио и занятость большинства работающих;
- финансовые профили большей части потребителей.

Для того, чтобы понять, насколько успешно Россия продвигается на пути к цифровизации бизнеса, обратимся к статистике.

Для анализа уровня цифровизации бизнеса можно использовать разные индексы, наиболее известным из которых является международный индекс I-DESI, опубликованный Европейской комиссией в 2016 году.

«Индекс I-DESI, разработанный на основе индекса DESI для стран – членов Европейского союза, оценивает эффективность как отдельных стран Евро-

пейского союза, так и Европейский союз в целом по сравнению с Австралией, Бразилией, Канадой, Китаем, Исландией, Израилем, Японией, Южной Кореей, Мексикой, Новой Зеландией, Норвегией, Россией, Швейцарией, Турцией и Соединенными Штатами Америки» [4].

Основными компонентами индекса I-DESI являются связь, человеческий капитал, использование сети «Интернет», внедрение цифровых технологий в бизнесе и цифровые услуги для населения.

Согласно исследованию, в области внедрения цифровых технологий предприятиями Россия значительно отстала от Европейского союза и остальных стран, немного опередив Турцию, Китай и Мексику.

Исследования по уровню готовности к переходу на цифровую экономику проводятся и в России. Агентством НАФИ (агентство, занимающееся маркетинговыми исследованиями) было проведено исследование под названием «Цифровая экономика и российские компании. Уровень использования и готовность к переходу на цифровые технологии».

Цель проекта – оценить готовность российских компаний к цифровой экономике.

Методы исследования:

- Всероссийский репрезентативный опрос руководителей предприятий микро-, малого и среднего бизнеса, отвечающие за выбор и взаимодействие с финансовым партнером (генеральные директора, их заместители, финансовые директора, главные бухгалтера, бухгалтера). Выборка 600 предприятий (опрос проведен в ноябре 2017).

- Онлайн-опрос руководителей высокотехнологичных стартапов.

“Подход исследования базируется на индексе International Digital Economy and Society Index (I-DESI), применяемом Европейской Комиссией для анализа уровня развития цифровой экономики по странам Европейского союза и 15 государств, включающих Австралию, Бразилию, Канаду, Китай, Исландию, Израиль, Японию, Республику Корея, Мексику, Новую Зеландию, Норвегию, Россию, Швейцарию, Турцию и США”⁵.

По подсчетам агентства НАФИ, индекс готовности к переходу на цифровые технологии для высокотехнологичных компаний составил 49 п.п. из 100 возможных, для прочих компаний – 36 п.п. из 100 возможных.

Основные результаты:

- Основная проблема обеих групп компаний – низкий уровень развития человеческого капитала (20 % у высокотехнологичных стартапов и 7 % у традиционных компаний).

- Более 70 % опрошенных традиционных компаний и 90 % высокотехнологичных компаний пользуются широкополосным доступом в Интернет. Однако другие услуги по хранению и обработке данных остаются менее востребованными: мобильным интернетом пользуются 52 % традиционных и 85 % высокотехнологичных компаний, серверами и дата-центрами – 33 % и 63 %, а облачными хранилищами – 25 % и 66 % соответственно.

- За последние полгода 8 % традиционных компаний проводили централизованные программы по повышению квалификации сотрудников или оплачивали тренинги и мероприятия по их выбору. Высокотехнологичные стартапы показали более высокий уровень активности: образовательные программы в области цифровых технологий внедрены у 33 % респондентов.

- Большинство компаний-респондентов представлены в сети интернет, однако лишь половина из них имеет сайты с детальной информацией о компании, ее продуктах и услугах (43 % среди традиционных и 58 % среди высокотехнологичных компаний).

- 28 % компаний традиционного бизнеса и 47 % высокотехнологичных стартапов имеют собственные страницы в социальных сетях или используют цифровые каналы общения в мессенджерах.

- 64 % среди традиционных и 68 % среди высокотехнологичных компаний частично внедрили электронный документооборот; более 17 % традиционных и 10 % высокотехнологичных участников опроса ведут документооборот полностью в бумажном виде.

- Для автоматизации бизнес-процессов компании в основном используют различные неспециализированные решения, доля комплексных ИТ решений не превышает 20–30 %.

По мнению опрошенных, основные барьеры, препятствующие переходу российского бизнеса на цифровое воплощение:

Одной из важных проблем является низкий уровень осведомленности о соответствующей государственной программе (61 % респондентов из традиционного сектора и 24 % среди высокотехнологичных стартапов не осведомлены о ней).

Суть и индекса I-DESI, и исследования агентства НАФИ сводится к тому, что российские компании не достаточно готовы к переходу на цифровую экономику.

Выводы и заключение

Обобщая вышесказанное, можно выделить основные трудности перехода российского бизнеса на цифровую экономику:

Низкое качество информации в общедоступных и закрытых базах (в т.ч. информационных базах гос органов)

Информацию в общедоступных и закрытых базах следует рассматривать как элемент инфраструктуры, необходимый для успешной цифровизации бизнеса.

В связи с этим со стороны государства должна обеспечиваться точность,

полнота и качество информации, обозначенной в базах данных.

***Инновации и открытия в сфере
искусственного интеллекта
(финансирование)***

Для того чтобы товары и услуги российских производителей в условиях цифровой экономики могли составить конкуренцию зарубежным, необходимы новейшие научные разработки в области IT-технологий.

Существует несколько источников возможного финансирования таких разработок:

- инвесторы
- бизнес-ангелы и т.д.

Необходима государственная поддержка самих разработок, а также популяризация идеи о том, что сфера цифровых технологий -перспективная и прибыльная. Это необходимо для привлечения средств негосударственного финансирования.

Недостатки законодательной базы

Восполнением пробелов в законодательной базе с целью обеспечения функционирования цифровой экономики в РФ занимается рабочая группа «Нормативное регулирование».

Также планируется законодательно закрепить относительно не новые явления в российском бизнесе, такие как краудфандинговая деятельность и деятельность бизнес-ангелов.

Принятие всех этих законов, по мнению авторов статьи, действительно будет стимулировать развитие российского бизнеса в цифровом «варианте». Особое внимание нужно уделить налоговым льготам и другим видам поддержки государства для тех представителей бизнеса, которые будут активно переходить на «цифру».

Слабое использование каналов передачи и хранения информации для продвижения бизнеса.Особенно низкие показатели по данному пункту у представителей традиционного бизнеса. Причина кроется в нежелании предпринимателей тратить на услуги хранения и передачи данных(облачные хранилища, дата-центры), а также в скептическом отношении традиционных предпринимателей к полезности таких сервисов.

Для того, чтобы сопоставить затраты и экономические выгоды от пользования такими сервисами, необходимо пробовать их в тестовом (бесплатном) режиме. Если результаты от их использования в течение испытательного срока превосходят затраты на них, значит, такие программные продукты просто необходимо использовать для успешного ведения бизнеса.

Слабое развитие человеческого капитала

Российские компании объективно мало уделяют внимания повышению квалификации своих сотрудников в сфере цифровых технологий.

Для решения этой проблемы рабочей группой «Кадры для цифровой экономики» предложено решение – увеличить количество выпускников высших и средних профессиональных учреждений по направлениям подготовки, связанным с информационно-телекоммуникационными технологиями.

По мнению авторов, помимо вышесказанного необходимо обратить внимание и на руководителей традиционных компаний: провести для них обязательные тренинги, объясняющие: что такое цифровая экономика; как цифровая экономика касается конкретно представителей российского бизнеса, почему важно как можно быстрее переквалифицировать своих сотрудников для работы «в цифре» и как от этого зависит конкурентоспособность предприятия.

***Трудности приобретения
высокотехнологичного оборудования***

Высокотехнологичное оборудование, необходимое для успешного ведения бизнеса в цифровой экономике, к сожалению, по карману далеко не всем российским предпринимателям. Возможным решением этой проблемы является:

- предоставление выгодных условий от производителя для приобретения предпринимателями необходимого оборудования
- помощь государства в приобретении оборудования

Несмотря на существование препятствий на пути к цифровизации российского бизнеса, их можно преодолеть с помощью решений, предложенных выше. Особое внимание следует уделить

повышению «цифровой грамотности» российских предпринимателей, а также созданию нормативной базы, отвечающей условиям цифровой экономики.

Библиографический список

1. Решение Высшего Евразийского экономического совета от 11 октября 2017 г. №12 «Об Основных направлениях реализации цифровой повестки Евразийского экономического союза до 2025 года» (принято Высшим Евразийским экономическим советом от 11 октября 2017 г. №12) [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.garant.ru/products/ipo/prime/doc/71708158/>.
2. Сухой. Официальный сайт [Электронный ресурс]. – Режим доступа: www.sukhoi.org.
3. Criteo: продажи со смартфонов в России выросли на 79%. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.sostav.ru/publication/criteo-prodazhi-so-smartfonov-v-rossii-vyrosli-na-79-33556.html>.
4. International Digital Economy and Society Index 2018–Digital Single.[Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://ec.europa.eu/digital-single-market/en/news/international-digital-economy-and-society-index-2018>
5. Большинство российских компаний не готовы к цифровой экономике. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://nafi.ru/en/analytics/-bolshinstvo-rossiyskikh-kompaniy-ne-gotovy-k-tsifrovoy-ekonomike/>
6. План мероприятий по направлению «Нормативное регулирование» программы «Цифровая экономика Российской Федерации» (утвержден Правительственной комиссией по использованию информационных технологий для улучшения качества жизни и условий ведения предпринимательской деятельности от 18.12.2017 г. №2) [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://static.government.ru/media/files/P7L0vHUjwVJPINcHrMZQqEEeVqXACwXR.pdf>.
7. Цифровая экономика Россия 2024. Официальный сайт [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://data-economy.ru/#rec38557658>.
8. Цифровая экономика, часть 2 [Электронный ресурс]. – Режим доступа <http://upr.ru/article/kontseptsii-i-metody-upravleniya/novie-biznes-modeli.html>.
9. Как превратить клиента в данные: меняем видеонаблюдение и видеоаналитику для ритейла. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://habr.com/ru/company/ivideon/blog/432268/>
10. Заерко А.А. Формирование цифровой экономики в России / А.А. Заерко, Д.В. Гагарина // Приоритетные научные направления: от теории к практике: Сборник материалов XLI Международной научно-практической конференции, 2017. – С. 206–211.

УДК 338

Пономарев В.М.

Чайковский технологический институт, филиал ФГБОУ ВО «Ижевский государственный технический университет им. М.Т. Калашникова», Чайковский, e-mail: chti@chti.ru

Пономарева С.В., Жигит А.А.

ФГБОУ ВО «Пермский национальный исследовательский политехнический университет», Пермь, e-mail: psvpon@mail.ru; laqlol1996@mail.ru

ВНЕДРЕНИЕ И СТРАТЕГИЧЕСКОЕ ПЛАНИРОВАНИЕ ИННОВАЦИЙ В МАШИНОСТРОИТЕЛЬНЫХ ПРОМЫШЛЕННЫХ ПРЕДПРИЯТИЯХ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

В научной статье рассмотрены проблемы внедрения и стратегического планирования инноваций в машиностроительных промышленных предприятиях Российской Федерации. Объект исследования – среднетехнологичные и высокотехнологичные компании России, которые занимаются производством машин военного и гражданского назначения. Предмет исследования – инновации, которые активно внедряются в производственный процесс машиностроительных предприятий. Цель исследования – на основе проведенного системного анализа материала построить модель внедрения инноваций в деятельность машиностроительных компаний. Авторами в течение многих лет, на базе Чайковского технологического института (филиал) «Ижевского технического университета имени М.Т. Калашникова», проводились исследования по созданию научных основ расчета, проектирования и конструирования гибридных энергосиловых установок транспортных машин. При создании экспериментальных гибридных легковых автомобилей в качестве основных составляющих были взяты уже разработанные серийно выпускаемые агрегаты, не требующие дополнительных материальных и временных затрат на их проектирование, изготовление, испытание и т.д. В статье были рассмотрены данные о машиностроительном производстве в разрезе трех составляющих: производство машин и оборудования; производство автотранспортных средств, прицепов и полуприцепов; производство прочих транспортных средств и оборудования. Дана оценка инновационной активности наукоёмких, высокотехнологичных и среднетехнологичных видов экономической деятельности.

Ключевые слова: стратегическое планирование, инновации, машиностроительные предприятия, промышленные предприятия

Ponomarev V.M.

Tchaikovsky Institute of Technology, branch of Izhevsk State Technical University named after M.T. Kalashnikov, Tchaikovsky, e-mail: chti@chti.ru

Ponomareva S.V., Zhigit A.A.

Perm National Research Polytechnic University, Perm, e-mail: psvpon@mail.ru; laqlol1996@mail.ru

IMPLEMENTATION AND STRATEGIC PLANNING OF INNOVATIONS IN MACHINE-BUILDING INDUSTRIAL ENTERPRISES OF THE RUSSIAN FEDERATION

The scientific article discusses the problems of implementation and strategic planning of innovations in the machine-building industrial enterprises of the Russian Federation. The object of research is medium-tech and high-tech companies in Russia, which are engaged in the production of military and civilian vehicles. The subject of the research is innovations that are actively being introduced into the production process of machine-building enterprises. The purpose of the study is to build a model for introducing innovations into the activities of engineering companies on the basis of the system analysis of the material. For many years, by the authors based on the Tchaikovsky Technological Institute (branch) of Izhevsk Technical University named after M.T. Kalashnikov, research was conducted to create a scientific basis for the calculation, design and construction of hybrid energy-power plants of transport vehicles. When creating experimental hybrid passenger cars, already developed mass-produced units, which do not require additional material and time costs for their design, manufacturing, testing, etc., were taken as the main components. The article reviewed data on engineering production in the context of three components: the production of machinery and equipment; production of motor vehicles, trailers and semi-trailers; manufacture of other vehicles and equipment. The estimation of innovative activity of high-tech, high-tech and medium-tech types of economic activity is given.

Keywords: Strategic planning, innovation, engineering enterprises, industrial enterprises

Введение

Актуальность темы исследования связана с внедрением и активным планированием инновационного производства в машиностроительных предприятиях Российской Федерации. Инновации, внедряемые в деятельность (основные и вспомогательные бизнес-процессы) машиностроительные компании Российской Федерации должны отвечать требованиям мировых стандартов качества. Авторами был выбран следующий объект исследования – среднетехнологичные и высокотехнологичные компании России, которые занимаются производством машин военного и гражданского назначения. Предмет исследования – инновации, которые активно внедряются в производственный процесс машиностроительных предприятий. Цель исследования – на основе проведённого системного анализа материала построить модель внедрения инноваций в деятельность машиностроительных компаний.

Материал и методы исследования

Для оценки инновационной деятельности машиностроительных предприятий целесообразно рассматривать следующие показатели:

1. Рост инновационных технологических линий.
2. Рост уровня прогрессивного оборудования и станков.
3. Использование робототехнических комплексов.
4. Внедрение роботов и искусственного интеллекта.
5. Применение нейросетевых технологий.
6. Наличие гибких технологических и автоматических линий.
7. Применение многопрофильных станков.

В научной статье были применены следующие методы научного познания материалов исследования: анализ, синтез, дедукция и др.

Степень изученности материалов исследования и обзор литературы. Тема исследования пользуется неизменным научным интересом у отечественных исследователей. Среди зарубежных и отечественных учёных занимающихся проблемами внедрения инноваций в де-

ятельность промышленных предприятий следует выделить работы: А.А. Хачатурян представил научно-техническое обоснование развития высокотехнологичных компаний [1, с. 1–6]; Н. Крюх анализировал внедрение стратегии инноваций в деятельность промышленных компаний [2, с. 62–68]; В. Савченко и О. Козляниченко представили инновации в машиностроительных предприятиях Украины [3, с. 108–116]; Г.А. Абсаямова рассматривала организационные формы инновационных процессов в машиностроении и система управления ими на основе ситуационного подхода [4, с. 20–23]; У.В. Афтахова У.В., Е.С. Лобова построили многофакторную модель внутрифирменного планирования высокотехнологических отечественных компаний в индустриальных регионах [5, с. 213–222]; К.А. Воронова изучила технологические инновации в машиностроении [6, с. 21–22]; Б.С. Воскобойников, М.И. Гречиков, В.А. Грушников, А.М. Петрина обозначили наиболее значимые мировые инновации в машиностроении [7, с. 34–44]; Р.А. Иманов, И.А. Стафеева занимались стратегическим планированием и контроллингом инноваций промышленного предприятия [8]; Д.И. Серебрянский исследовал развитие цифровой экономики: искусственный интеллект в отечественном промышленном производстве [9, с. 5–11]; С.Н. Николаев рассматривал повышение качества предприятий путём внедрения инноваций [10, с. 3–15]; И.В. Железнова И.В. дала научное обоснование системы многокритериального подхода к внутрифирменному стратегическому планированию собственного капитала промышленных предприятий [13, с. 431–441]; представила развитие внутрифирменного планирования собственного капитала промышленного предприятия [14, с. 7–15]; авторы научной статьи ранее изучили перспективы применения быстро реагирующего и безотходного производства в деятельности промышленных предприятий [15, с. 111–117]; Е.П. Дубровина провела внутрифирменное планирование фундаментальной и справедливой стоимости активов промышленного предприятия [16, с. 89–96]; А.А. Павлович отразил стратегическое планирование произ-

водства готовой продукции и технологий двойного назначения высокотехнологичными предприятиями оборонно-промышленного комплекса России [17, с. 213–219]; А.А. Павлович анализировал специальный инвестиционный контракт (СИК) – инструмент импортозамещения, стратегического планирования и развития промышленных предприятий Российской Федерации [18, с. 208–212]; одним из авторов был проведён анализ и выбор эффективного распределителя мощности в трансмиссии легкового автомобиля и квадрицикла [19, с. 5–193]; Г.С. Празднов рассмотрел инновации в машиностроении [21, с. 1389–1398]; Т.Н. Тополева посвятила свой труд устойчивому развитию машиностроительного комплекса в конкурентной среде [22, с. 78–85]; Э.А. Швагерик изучил развитие инноваций в машиностроении [23, с. 135–137]; И.Р. Шегельман, Д.Б. Одлис, А.С. Васильев писал об организационных решениях к технологическим инновациям в машиностроении [24, с. 326–327] и др.

Результаты исследования и их обсуждение

Перспективное направление развития силового привода транспортных машин к настоящему времени формируется на создании двухдвигательных схем. Особенно возрос интерес к таким передачам в связи с проблемами создания гибридных автомобилей, решением которых сегодня занимаются практически все ведущие автомобильные компании мира. В научной статье приведены результаты краткого обзора по проблемам создания гибридных автомобилей,

выполненных в последние годы. Обзор выполнен, в основном, по материалам, размещенным в разделе «Авто» на сайте [11]. Также авторы анализировали данные Федеральной службы государственной статистики Российской Федерации [12]. Рассмотрим инновационную активность среднетехнологичных, высокотехнологичных промышленных предприятий Российской Федерации, а также наукоёмких видов экономической деятельности в таблице.

Из таблицы следует, что наиболее высокая инновационная активность отмечается у высокотехнологичных компаний Российской Федерации. Рассматривая высокотехнологичные виды экономической деятельности, всплеск инновационной деятельности наблюдается в 2014 г. – 32%, а минимальное значение в 2013 г. – 30,4%. По среднетехнологичным видам экономической деятельности высокая инновационная активность отмечена в 2012–2013 гг. – 19,3%, а в 2015–2016 гг. снижение данного показателя до 17,2%. В наукоёмких видах экономической деятельности высокая инновационная активность была в 2012 г. – 8,9%, а к 2016 г. наблюдается инновационная активность до 7,3%. На современном этапе развития национальной экономики наблюдаем следующие данные в машиностроительном производстве в 2017 г. [12].

- производство машин и оборудования – 22%;
- производство автотранспортных средств, прицепов и полуприцепов – 20,3%;
- производство прочих транспортных средств и оборудования – 16,7%.

Данные об инновационной активности наукоёмких, высокотехнологичных, среднетехнологичных видов экономической деятельности, % [Источник: составлено авторами по [12]]

№ п.п.	Виды экономической деятельности	2012 г.	2013 г.	2014 г.	2015 г.	2016 г.
1	Высокотехнологичные виды экономической деятельности	31,3	30,4	32	31,7	30,8
2	Среднетехнологичные виды экономической деятельности	19,3	19,3	18,9	17,2	17,2
3	Наукоёмкие виды экономической деятельности	8,9	8,8	8,6	7,8	7,3

По данным федеральной службы государственной статистики Российской Федерации наибольшее значение приходится на производство машин и оборудования – 22 % [12].

Целесообразно отметить, что мировой лидер по производству гибридных автомобилей, крупнейший японский автопроизводитель Toyota, готовит новое семейство автомобилей на базе модели Prius. Дебют нового гибридного автомобиля состоялся в начале 2009 г. Ожидается, что гибридная силовая установка нового Prius будет включать в себя 1,6-литровый бензиновый двигатель (вместо прежнего 1,5-литрового) и модернизированные никель-металлогидридные аккумуляторы, которые в 2010 г. заменены на литий-ионные аналоги. Также ожидается появление на этом автомобиле солнечных батарей, питающих бортовую электронику. В городском режиме расход топлива Toyota Prius составит около 4,9 литра на 100 км пути, а на шоссе – 5,2 литра [11, 19].

Президент компании Toyota Томоаки Ниситани сообщил о намерении продавать Prius нового поколения в России. В настоящее время изучается влияние российского климата и дорог на гибридные автомобили. Следует отметить, что Toyota уже продает на нашем рынке гибридные машины марки Lexus – это седаны GS 450h и LS 600h, а также кроссовер RX 400h. [11, 19].

Дебют новой гибридной модели Lexus в 2009 г. в рамках автосалона в Детройте создан на базе методологии Toyota Prius следующего поколения, но получил более мощную силовую установку [20].

В 2010 г. батареи заменили на более высокоэффективные литий-ионные аккумуляторы. Этот автомобиль был разработан специально для рынка США. В декабре 2008 г. компания Honda представила серийную версию гибридного автомобиля Insight, который, по заявлению японского автопроизводителя, должен стать самой дешевой машиной подобного типа в мире. Пятиместный Honda Insight будет оснащаться гибридной силовой установкой, сочетающей в себе 1,4-литровый бензиновый мотор от модели Jazz и ЭД, получающий энергию от комплекта аккумуляторов, расположенных

под полом багажника. Трансмиссия автомобиля вариаторная. Максимальная скорость Insight при передвижении только на электротяге – 50 км/ч. Уровень выбросов CO₂ будет равен 100 граммам на километр пройденного пути. Компания Honda планирует выпускать 200 тысяч таких машин ежегодно. Стоимость гибридного автомобиля Insight в Японии составит около 18,5 тысяч долларов США. В настоящее время Honda выпускает и продает только один гибридный автомобиль – Civic. В 2006 г. было свернуто производство двухместного гибрида Insight, а в 2007 г. – гибридной версии автомобиля Accord. Отметим, что Toyota, которая выпускает основного конкурента для Honda Insight – гибридный автомобиль Prius, также намерена снизить цены на новое поколение этой модели, и планирует продавать около миллиона своих гибридов [11, 19].

Во время проведения летних Олимпийских игр в Пекине китайская компания Chery представила свои первые гибридные автомобили, созданные на базе седана A5. Гибридная силовая установка седана Chery A5 представляет собой 1,3-литровый бензиновый мотор, объединенный с ЭД 12 кВт, получающим энергию от установленного в багажном отсеке блока аккумуляторных батарей. По словам представителей компании Ricardo, разработавшей эту силовую установку, данная гибридная система обеспечивает такую же мощность и максимальный крутящий момент, как и обычный 1,6-литровый мотор, обладая при этом на 15 % лучшей топливной экономичностью [11, 19].

Американская компания Aptera Motors заканчивает создание трехколесного двухместного автомобиля, который будет выпускаться в двух версиях – полностью на электротяге и с подзаряжаемой гибридной силовой установкой [20]. Электромобиль Aptera сможет проехать на одной зарядке до 160 км, а его гибридная версия будет расходовать меньше литра топлива на 100 км пробега. С нуля до 96 километров в час экологически чистая машина сможет разогнаться за 10 секунд, а ее максимальная скорость составит около 140 км/ч. Представители Aptera Motors заявили, что массовые продажи электромобилей

по цене в 30 тысяч долларов в 2012 г. [11, 19].

Компания Peugeot представила свою вторую мировую премьеру на Парижском автосалоне 2008 года – это гибридный концепт Prologue. Автомобиль оснащен гибридной силовой установкой, суммарная мощность моторов составляет 200 л.с. [20]. Наличие ЭД позволяет снизить уровень вредных выбросов до 109 грамм на километр в смешанном режиме движения. Второй новинкой 2008 года от компании Peugeot стал прототип четырехдверного купе RC, оснащенный гибридной силовой установкой мощностью 313 л.с. с выбросами вредных веществ на уровне концепта Prologue [11, 19].

В сентябре 2008 г. команда Peugeot Sport представила гибридную версию гоночного болида 908 HDi FAP, получившего в названии дополнительный индекс HY. Одними из основных элементов гибридной силовой установки является тяговый ЭД мощностью 60 кВт, используемый также вместо обычного стартера, десять литий-ионных аккумуляторов и силовой электронный преобразователь, контролирующий поток энергии между батареями и ЭД [20]. Болид может ехать как на электротяге или только за счет дизельного мотора, а также могут использоваться в процессе движения оба двигателя одновременно. В гибридной установке реализована рекуперация энергии торможения и замедления. Гибридная версия болида по сравнению с полностью дизельным вариантом позволяет экономить от 3 до 5 % топлива [11, 19].

Компания Lotus также планирует создать спорткар с гибридной силовой установкой, в которой будут сочетаться технологии Lotus и Toyota [20].

Большинство современных серийных гибридных автомобилей до сих пор использует уже устаревшие никель-металлгидридные аккумуляторы (Ni-MH). Электротехническая промышленность мира выполняет большое количество исследований, направленных на создание более эффективных накопителей электрической энергии. Это важный вопрос, как для гибридных автомобилей, так и для электромобилей. В сентябре 2008 г. компания Continental открыла первый в мире завод по производству

литий-ионных (Li-ion) аккумуляторов для электрокаров. На заводе в немецком г. Нюрнберге начали выпускаться батареи весом 25 килограммов и мощностью 18 кВт. В первую очередь эти аккумуляторы будут использоваться в автомобилях Mercedes S400 Bluetec Hybrid, производство которых запланировано в середине 2009 г. В современных серийных электрических и гибридных автомобилях литий-ионная технология пока применяется редко из-за дороговизны и слишком сложного механизма контроля заряда таких батарей [19, 20].

Над созданием высокоэффективных литий-ионных батарей, которые станут безопаснее современных аккумуляторов и будут обладать большей емкостью, в настоящее время работает американская компания ActaCell [20].

Одной из основных причин применения гибридных энергосиловых установок в автомобилях является ужесточение требований экологической безопасности. В сентябре 2008 г. Комитет по экологии Европарламента отказался перенести дату ужесточения уровня выбросов CO₂ с 2012 на 2015 г. Согласно ныне действующей норме автомобили должны выбрасывать в атмосферу не более 158 граммов углекислого газа на 1 км, а новый стандарт предполагает сокращение уровня CO₂ до 120 граммов. За перенос сроков введения нового уровня CO₂ выступали представители автомобильной промышленности, считающие, что ужесточение экологических норм приведет к сокращению производства, к резкому сокращению прибыли и безработице. Ожидается, что борьба за смягчение экологических требований будет продолжена. Помимо решения не переносить вступление в силу новых экологических норм, Европарламент проголосовал за еще большее ужесточение требований к 2020 г. К этому времени автопроизводители должны будут выпускать машины с уровнем выбросов CO₂ на уровне 95 граммов на километр, а за каждый грамм, превышающий данную отметку, компаниям придется платить штраф до 95 евро за лишний грамм CO₂. Следовательно, интерес к гибридным автомобилям различных автомобильных фирм будет возрастать, т.к. такого типа автомобили позволяют, наряду с существен-

ным повышением топливной экономичности, обеспечивать высокие показатели экологических свойств. Отметим, что уровень выбросов у гибрида Toyota Prius на немного выше требований, планируемых к введению в Европе к 2020 г. [19].

Другой причиной, влияющей на необходимость расширения производства гибридных автомобилей, является существенная экономия топлива в процессе их эксплуатации. Американская организация J.D. Power and Associates подсчитала, что летом в 2008 г. новый гибридный автомобиль Toyota Prius в США находился в салоне дилера всего пять дней, прежде чем его купит клиент. Как утверждают аналитики, такая ситуация сложилась в США из-за роста цен на топливо. Автомобиль Toyota Prius считается в Северной Америке одним из самых экономичных. Эта машина, выпускаемая в настоящее время, оснащена 1,5-литровым бензиновым двигателем и ЭД суммарной мощностью 110 л.с, что позволяет гибриднему седану расходовать в городском цикле движения менее четырех литров топлива на 100 км пробега [20].

Проведенный анализ показывает, что проблемы создания гибридных автомобилей в настоящее время являются одними из приоритетных для мирового автомобилестроения. Этими проблемами занимаются практически все ведущие автомобильные компании мира, выпускающие легковые автомобили [20].

В течение ряда лет в ФГБОУ ВО «Ижевский государственный технический университет имени М.Т. Калашникова» проводились исследования по созданию научных основ расчета, проектирования и конструирования гибридных энергосиловых установок транспортных машин. При создании экспериментальных гибридных легковых автомобилей в качестве основных составляющих были взяты уже разработанные серийно выпускаемые агрегаты, не требующие дополнительных материальных и временных затрат на их проектирование, изготовление, испытание

и т.д. В качестве теплового двигателя выбран ДВС ВАЗ-1111 (номинальная мощность 22 кВт, максимальный крутящий момент 44,1 Н·м), ЭД – электродвигатель постоянного тока ПТ-125-12 (напряжение питания якоря 120 В при токе якоря не более 120 А, крутящий момент 49 Н·м) [11]; [19]. Применение гибридной энергосиловой установки на автомобиле ИЖ-2126 позволило улучшить следующие эксплуатационные свойства, в сравнении с автомобилем аналогом, оборудованным штатным двигателем: топливная экономичность в зависимости от режимов движения повысилась на 25–32%, выбросы токсичных веществ с отработавшими газами уменьшились более чем на 40% [20].

Заключение

В результате проведенного анализа статистической и научной информации авторы научной статьи пришли к следующим выводам:

во-первых, производство машин и оборудования в машиностроительном производстве снижается;

во-вторых, инновационная активность в наукоёмких, высокотехнологичных и среднетехнологичных видах деятельности испытывает кризис;

в-третьих, машиностроительным компаниям целесообразно изготавливать готовую продукцию и технологии двойного назначения, в целях получения положительных финансовых результатов;

в-четвертых, машиностроительным компаниям необходимо заключать специальные инвестиционные контракты – инструменты импортозамещения, стратегического планирования и развития промышленных предприятий Российской Федерации, которые позволят привлечь дополнительные инвестиции в отрасль.

В результате проведенного исследования авторы пришли к следующему умозаключению – необходимо расширять производство гибридных автомобилей, так как наблюдается существенная экономия топлива в процессе их эксплуатации.

Библиографический список

1. Khachatryan A., Ponomareva S. Scientific and technical development of a high-tech company and the digital economy development // SHS Web of Conferences. – 2018. – Vol. 55. – 01020. – Pp. 1–6. <https://doi.org/10.1051/shsconf/20185501020> ICPSE 2018. (дата обращения: 03.03.2019).

2. Krush N. Analysis of strategy of innovative activity of corporate engineering enterprises depending on the direction of impact factors on their activities // Технологический аудит и резервы производства. – 2016. – Т. 2; № 5 (28). – С. 62–68.
3. Savchenko V., Kozlianchenko O. Innovative development of agricultural machine building in Ukraine // Проблемы и перспективы экономики и управления. – 2016. – № 1 (5). – С. 108–116.
4. Абсалямова Г.А. Организационные формы инновационных процессов в машиностроении и система управления ими на основе ситуационного подхода // Актуальные проблемы в машиностроении. – 2018. – Т. 5; № 3–4. – С. 20–23.
5. Афтахова У.В., Пономарева С.В., Лобова Е.С. Многофакторная модель внутрифирменного планирования высокотехнологических отечественных компаний в индустриальных регионах // Научно-технические ведомости Санкт-Петербургского государственного политехнического университета. Экономические науки. – 2018. – Т.11; № 3. – С. 213–222.
6. Воронова К.А. Технологичные инновации в машиностроении // Вестник магистратуры. 2018. № 1–3 (76). – С. 21–22.
7. Воскобойников Б.С., Гречиков М.И., Грушников В.А., Петрина А.М. Наиболее значимые мировые инновации в машиностроении // Компетентность. – 2018. – № 2 (153). – С. 34–44.
8. Иманов Р.А., Пономарева С.В., Стафеева И.А. Стратегическое планирование и контроллинг инноваций промышленного предприятия // Вестник ЦЭМИ РАН. 2018. Выпуск 1 [Электронный ресурс]. Доступ для зарегистрированных пользователей. – URL.: <http://cemi.jes.su/s11111110000060-9-1> (дата обращения: 15.11.2018).
9. Иманов Р.А., Пономарева С.В., Серебрянский Д.И. Развитие цифровой экономики: искусственный интеллект в отечественном промышленном производстве // Региональные проблемы преобразования экономики. – 2018. – № 6 (92). – С. 5–11.
10. Николаев С.Н. Повышение качества предприятий путём инноваций – основа развития российского машиностроения // Строительные и дорожные машины. – 2016. – № 9. – С. 3–15.
11. Официальный сайт «Авто» [Электронный ресурс]. – URL: <http://www.lenta.ru/> (дата обращения: 03.03.2019).
12. Официальный сайт Федеральной службы государственной статистики РФ // [Электронный ресурс]. – URL: http://www.gks.ru/wps/wcm/connect/rosstat_main/rosstat/ru/statistics/economydevelopment/# (дата обращения: 03.03.2019).
13. Пономарева С.В., Железнова И.В. Научное обоснование системы многокритериального подхода к внутрифирменному стратегическому планированию собственного капитала промышленных предприятий // Вестник Воронежского государственного университета инженерных технологий. – 2018. Т.80. – № 2 (76). – С.431–441.
14. Пономарева С.В., Железнова И.В. Развитие внутрифирменного планирования собственного капитала промышленного предприятия // Вестник Нижегородского университета им. Н.И. Лобачевского. Серия: Социальные науки. – 2018. – № 2 (50). – С.7–15.
15. Пономарева С.В., Жигит А.А. Перспективы применения быстро реагирующего и безотходного производства в деятельности промышленных предприятий // European Social Science Journal. – 2018. – № 7 (1). – С. 111–117. (<http://mii-info.ru/data/documents/EZhSN-2018-7-1-v-pechat.pdf>).
16. Пономарева С.В., Дубровина Е.П. Внутрифирменное планирование фундаментальной и справедливой стоимости активов промышленного предприятия // Экономика и управление: проблемы, решения. – 2018. – Т.1; № 6. – С.89–96.
17. Пономарева С.В., Павлович А.А., Жигит А.А. Стратегическое планирование производства готовой продукции и технологий двойного назначения высокотехнологичными предприятиями оборонно-промышленного комплекса России // Вестник Алтайской академии экономики и права. – 2018. – № 8. – С.213–219.
18. Пономарева С.В., Павлович А.А., Жигит А.А. Специальный инвестиционный контракт (SIC) – инструмент импортозамещения, стратегического планирования и развития промышленных предприятий Российской Федерации // Вестник Алтайской академии экономики и права. – 2018. – № 8. – С. 208–212.
19. Пономарев В.М. Анализ и выбор эффективного распределителя мощности в трансмиссии легкового автомобиля и квадрицикла // специальность: 05.05.03 – «Колесные и гусеничные машины»: дисс. ... канд. техн. наук. – Ижевск, 2012. – 193 с.
20. Пономарев В.М. Анализ и выбор эффективного распределителя мощности в трансмиссии легкового автомобиля и квадрицикла // специальность: 05.05.03 – «Колесные и гусеничные машины». Автореферат диссертации на соискание ученой степени кандидата технических наук. Ижевск. 2012. – <http://do.gendocs.ru/docs/index-377723.html> (дата обращения: 03.03.2019).
21. Празднов Г.С. Инновации в машиностроении: цель, проблемы, эффективность // Креативная экономика. – 2017. – Т. 11. № 12. – С. 1389–1398.
22. Тополева Т.Н. Устойчивое развитие машиностроительного комплекса в конкурентной среде // Экономические исследования и разработки. – 2018. – № 2. – С. 78–85.
23. Швагерик Э.А. Развитие инноваций в машиностроении // Современные тенденции развития науки и технологий. – 2016. – № 5–3. – С. 135–137.
24. Шегельман И.Р., Одлис Д.Б., Васильев А.С. Об организационных решениях к технологическим инновациям в машиностроении // Новое слово в науке: перспективы развития. – 2016. – № 1–2 (7). – С. 326–327.

УДК 338.24

Самаева Е.В., Эрдниева Э.В., Манджиев З.Д., Идатов Н.Б., Самаева А.Д.
ФГБОУ ВО «Калмыцкий государственный университет им. Б.Б. Городовикова»,
Элиста, e-mail: samaeva@mail.ru; erdnieva.el@yandex.ru; zurgan2014@yandex.ru;
narniha ida@mail.ru; arina52000@mail.ru

ФОРМИРОВАНИЕ ИМИДЖА ОРГАНИЗАЦИИ КАК ЭЛЕМЕНТА МАРКЕТИНГОВОЙ СТРАТЕГИИ

В данной статье исследуется понятие «имидж» в различных трактовках зарубежных и отечественных ученых, обосновывается необходимость формирования имиджа организации. На основе обобщения теоретических подходов к понятию «имидж» представлен анализ и уточнение сущности данного понятия, дано обоснование маркетингового подхода. В рамках выделенных подходов представлены особенности и функции формирования положительного имиджа организации. Кроме того, изучены вопросы экономической действительности имиджа предприятия с использованием маркетинговой стратегии и инновационных средств мониторинга потребительских предпочтений.

Ключевые слова: имидж, имидж организации, культура организации, маркетинговая стратегия

Samaeva E.V., Erdniev E.V., Mandzhiev Z.D., Idatiev N.B., Samaeva A.D.
Kalmyk state University n.a. B.B. Gorodovikov, Elista, e-mail: samaeva@mail.ru;
erdnieva.el@yandex.ru; zurgan2014@yandex.ru; narniha ida@mail.ru; arina52000@mail.ru

FORMATION OF THE IMAGE OF THE ORGANIZATION AS AN ELEMENT OF MARKETING STRATEGY

This article explores the concept of «image» in various interpretations of foreign and domestic scientists, substantiates the need for the formation of the image of the organization. On the basis of generalization of theoretical approaches to the concept of «image» the analysis and clarification of the essence of this concept is presented, the substantiation of the marketing approach is given. Within the framework of the selected approaches, the features and functions of forming a positive image of the organization are presented. In addition, the issues of economic reality of the company's image using marketing strategy and innovative means of monitoring consumer preferences are studied.

Keywords: image, image of the organization, culture of the organization, marketing strategy

Введение

В настоящее время перед любой организацией или компанией стоит нелегкая задача – закрепление своих позиций на рынке. Успешное решение этой задачи складывается из различных факторов, одним из которых является имидж. Именно этот фактор способен во многом определить будущее той или иной организации. В современных условиях самопрезентаций – это способ для организации быть узнаваемой на рынке, а значит устоять на плаву. Каждая организация имеет свой образ в сознании других участников рынка, независимо от того, осознает она это или нет. Создание корпоративного имиджа – сложный, длительный процесс, в ходе которого формируется образ данной организации, от которого во многом зависит ее будущая жизнь.

Целью исследования является анализ существующих методов к формированию имиджа организации с целью разработки нового подхода как элемента маркетинговой стратегии.

Материалы и методы исследования

Методологическую основу исследования составили: основные положения имиджологии и маркетинга. Методической основой исследования является общенаучные приемы и методы исследования: диалектического и сравнительного анализа, системного подхода

Результаты исследования и их обсуждение

Развитие современного рынка, насыщенного схожими по качеству и назначению товарами и услугами, характеризуется постоянно нарастающей конкуренцией.

цией. В такой ситуации, главным конкурентным преимуществом организации становится то, насколько хорошо она себя зарекомендовала. Мнение, сформированное деятельностью организации крайне важно для ее взаимодействия с внешним окружением организации, в частности с клиентами, партнерами, финансово-кредитными учреждениями, органами власти и даже конкурентами. В совокупности, впечатление, созданное организацией, называется имиджем организации [8].

Прежде чем рассмотреть понятие «имидж организации» необходимо определить, что представляет собой имидж. Имидж – это некий синтетический образ, который складывается в сознании людей в отношении конкретного лица, организации или иного социального объекта; содержит в себе значительный объем эмоционально окрашенной информации об объекте восприятия и побуждает к определенному социальному поведению.

В настоящее время существует множество подходов к определению имиджа организации. Рассмотрим некоторые из них.

В широком смысле понятие «имидж организации» рассматривают такие авторы как О.С. Виханский, Ф. Котлер, А.Б. Зверинцев. Данные авторы в своих научных работах определяют понятие «имидж организации» с точки зрения совокупности общественных мнений о каком-либо объекте.

Согласно определению О.С. Виханского, имидж организации – множество распространенных представлений об особенностях, специфических качествах и чертах, присущих организации.

Ф. Котлер трактует имидж организации как общественное мнение о компании, производимых ею товарах или предоставляемых услугах [7].

А.Б. Зверинцев рассматривает имидж организации как сложившийся в общественном сознании образ, который стереотипизирован и эмоционально окрашен.

В узком смысле определение «имидж организации» дают такие ученые, как: И.В. Алешина, В.М. Шепель, О.А. Феофанов. В своих научных трудах эти ученые определяют имидж организации

с точки зрения образа или облика, оказывающего воздействие на различные группы общественности.

И.В. Алешина рассматривает имидж организации как образ компании, существующий в представлении различных групп общества [1].

В.М. Шепель трактует понятие имидж организации как индивидуальный облик, который создается при помощи средств массовой информации, различных социальных групп или собственных усилий с целью повышения привлекательности и узнаваемости в обществе [11].

Понятие имидж организации О.А. Феофанов раскрывает с точки зрения влияния психологического воздействия рекламных агентов на потенциальных потребителей.

В работах российских авторов рассмотрены основные определения имиджа, виды, стратегии и методы создания положительного имиджа, факторы, влияющие на его формирование. Например, Косолапов Н.А. предлагает следующее определение имиджа – «это искусственно созданный в глазах широкой публики образ, не имеющий ничего общего с истинной натурой» [6]. С точки зрения Горчаковой Р.Р., «имидж – это образ, который формирует и развивает организация, он должен соответствовать ценностям, нормам и требованиям, предъявляемым к организации» [4].

Исходя из изложенных определений, имиджем организации является общественное или индивидуальное мнение, оформленное в виде некоторого образа о престиже организации, качестве ее товаров или услуг, формирующиеся при помощи средств массовой коммуникации и инструментов психологического воздействия.

Целью формирования имиджа организации является создание положительного впечатления о компании, привлекательного для всех участников ее деятельности, способствующего повышению лояльности, уровня доверия, привлекательности продукта или услуги.

Сравнение различных трактовок термина «имидж» демонстрирует многоаспектность сущности данного явления. На основе представленных дефиниций можно сформулировать одно общее

определение. Имидж – это целенаправленно созданный образ объекта (в данном случае организации), основанный на особенностях, свойствах, ценностных характеристиках объекта и призванный оказывать эмоционально-психологическое воздействие на общественное или индивидуальное сознание, с целью получения моральных и материальных преимуществ, достижения успеха. При формировании корпоративного имиджа организация может столкнуться с рядом трудностей, факторов, препятствующих созданию положительного образа. Целью данной работы является выявление особенностей корпоративного имиджа и способов его создания. Правильно организованный имидж фирмы играет важную роль в ее деятельности, и эта роль может быть рассмотрена через его функции. Имидж, выполняя гарантирующую функцию, является так называемой гарантией качества товаров, работ и услуг для клиента, а для поставщиков и инвесторов – гарантией выгодных деловых контактов. Поддерживающая функция выражается в поддержке новых выпускаемых на рынок продуктов организации. Положительный имидж, осуществляя аттрактивную функцию, привлекает работников, инвесторов, клиентов на выгодных условиях. Психологическая функция заключается в снижении риска морального разочарования в продуктах, работах, услугах потребителями, в увеличении удовлетворения сотрудниками организации от выполняемой ими работы. Имидж может выступать так называемым предупреждающим сигналом для возможных конкурентов, которые рассчитывают потеснить организацию с занимаемой рыночной доли. Дифференцирующая функция выделяет предприятие среди прочих, например, с помощью фирменного стиля [5].

Среди современных методов формирования имиджа предприятия ученые выделяют в основном средства маркетинговых коммуникаций, среди которых можно назвать [3]:

- фирменный стиль – основа имиджа, главное средство его создания;
- визуальные средства – дизайнерские приемы формирования имиджа, включающие стиль упаковки, оформление и т.д.;

- вербальные (словесные) средства – специально подобранная стилистика, которая ориентирована на нужды клиента;

- рекламные средства – используются в каждом конкретном случае и способствуют формированию положительного отношения;

- PR-мероприятия – спланированные постоянные действия по установлению и закреплению взаимопонимания между компанией и окружением. Это презентации, выставки, спонсорские мероприятия, пресс-конференции;

- фирменный стиль – это совокупность художественно-текстовых и технических составляющих, обеспечивающие зрительное и смысловое единство продукции и деятельности компании, исходящей от нее информации, внутреннего и внешнего оформления.

Наиболее современным и популярным средством формирования имиджа организации является Интернет [2]. Составная часть процесса создания благоприятного имиджа – косвенная реклама в СМИ. Наиболее популярный способ использования СМИ – это прессклиппинг – подборка положительных статей из газет и журналов о компании.

Успешная деятельность по формированию корпоративного имиджа требует выполнения пяти главных функций менеджмента: управления, планирования, контроля, организации, мотивации и координации. Процесс формирования имиджа оценивается по качественным и количественным показателям. К качественным показателям относятся цели, содержание, технологии, структура и исполнители. К количественным – сроки, экономическая эффективность, затраты, результаты.

У имиджа существует своя структура, он описывается параметрически и моделируется также как и процесс его формирования. У имиджа есть свои характеристики, это: длительность существования и устойчивость имиджа, набор воспринимаемых и измеримых свойств организации, уровень позитивности/негативности, группа восприятия, оптимальность, направления деятельности и затраты по созданию и поддержанию имиджа, веса и значения оценок свойств. Имидж представляет собой нематериальный (неявный) актив, от-

ражается в соответствующей статье (Intangibles: goodwill, (patent), trademark) активной части балансового отчета Североамериканских и Западноевропейских компаний в стоимостном выражении. Структура корпоративного имиджа, формирующаяся на представлениях различных групп общественности, которые каким-либо образом относятся к компании, состоит из восьми пунктов, которые предложила М.В. Томилова [10].

1. Имидж товара (услуги) составляют представления людей относительно уникальных характеристик, которыми, по их мнению, обладает товар. К данному параметру относятся функциональная ценность товара (отличительная выгода, черта, которую обеспечивает товар или услуга) и то, что обеспечивает товару особые свойства – дополнительные атрибуты. Дополнительные атрибуты можно разделить на две группы: необходимые (набор свойств, название, качество, упаковка, дизайн) и подкрепляющие (доставка, послепродажное обслуживание, установка, условия платежей, гарантия).

2. Имидж потребителей товара. Стиль жизни – одна из составляющих образа жизни. К нему относятся индивидуальные психологические и социальные характеристики человека и его поведения в обществе. Эксперты в социальной психологии определяют три главных фактора стиля жизни образа жизни: отдельные личностные ценности или ориентации; установки и интересы личности, отражающие ее систему жизненных ориентиров, интересы и мнения человека; активность личности.

Ценностные ориентации – какие-либо установки, убеждения человека о том, что жизненные стратегические цели являются правильными и достойными.

Личностные интересы – значимые для личности потребности, познавательные процессы.

Активность личности – особенности поведения отдельного человека и его образ проведения времени.

Общественный статус потребителя – показатель положения потребителей товара в обществе, который основан на существовании таких социальных позиций, как пол, возраст, образование, профессия, жизненный цикл семьи и т.д.,

а также оценке значимости указанных позиций, выражаемых в понятиях «престиж», «авторитет» и др.

Особенности потребителя, которые выходят из таких черт человека, как открытость, либерализм, жизнелюбие, активная жизненная позиция, скромность, любовь к экстриму.

3. Внутренний имидж организации – это представления сотрудников о своей организации. Сотрудники организации в данном случае выступают как важный источник информации о компании для внешних стейкхолдеров. Основными определителями внутреннего имиджа являются культура организации и социально-психологический климат.

Культура организации. Управление персоналом включает в себя многоуровневый характер. Все уровни включают в себя целый ряд систем. Первый уровень включает степень социальной адаптации, в который входит система подбора и обучения персонала, которые способствуют скорейшему освоению культуры компании и ее форме предметной деятельности. Если в ходе успешной адаптации новые работники станут носителями культуры компании и в следствии передадут её новому поколению. Вторым уровнем может быть назван «уровень отношений», потому что его составляют следующие системы: система внутренних коммуникаций, составляют система власти, или отношений руководства и подчинения, которые опосредуют отношения руководителя и подчиненного и между работниками и так же система взаимоотношений с внутренней средой. И наконец, третий уровень (уровень мотивации), которая включает в себя систему аттестаций, то есть систему социальных трансферов, систему вознаграждений и идентификации. Третьему уровню присуща особая значимость из-за того, что идентификация персонала с его организацией означает то, что все его цели, как личные, так и цели в роли персонала совпадают с целями компании. Человек, который разделяет ценности и цели компании в ходе выполнения работы опирается в первую очередь его собственной мотивацией, которая не требует долговременной стимуляции. Этот результат возможно достичь в основном только за счет культу-

вированию внешних признаков принадлежности к компании, и благодаря ряду иных символов компании, например, таких как корпоративная легенда, гимн, основатель компании и т.д.

Культура представляет собой нормы и ценности, принятые в организации, наполняя всю систему четким содержанием, отличительные особенности которого формируют коммуникативные интересы. Системы, которые являются культурными продуктами организации, так же воспроизводят и оказывают ей поддержку, поэтому могут носить название организационной культуры.

Социально-психологическое состояние коллектива, является результатом общей деятельности коллектива, их отношений внутри коллектива и между собой, обусловленные не столько объективными условиями, сколько субъективной потребностью людей в коммуникации, и ее удовлетворением. Так социально-психологический климат компании рассматривается как удовлетворенность/неудовлетворенность членов организации межличностными отношениями, проявляющимися по мнению Бойко В.В. в следующих эффектах группы: настрой и настроение, коллективное мнение, личное самочувствие и оценка условий жизни и работы личности в коллективе.

Представлены основополагающие факторы, определяющие характер (положительность, индифферентность, конфликтность и т.д.) межличностных контактов работников организации.

Факторы, определяющие социально-психологический климат коллектива:

Разница и общие положения в социально – демографических характеристиках, система ценностей и социальных установок (имеющих для субъектов взаимодействия принципиальное значение), так же особо важные психологические черты взаимодействующих индивидов.

Экологические переменные, или ситуативные факторы: температура окружающей среды, скученность в помещении, освещенность и т.д. Культурный контекст, или субкультура группы, в которую включены общающиеся индивиды.

4. Имидж основателя и основных руководителей организации включает

представления о намерениях, мотивах, способностях, установках, ценностных ориентациях и психологических характеристиках основателя компании или руководителя на основе восприятия открытых для наблюдения характеристик, таких как внешность, социально-демографическая принадлежность, особенности вербального и невербального поведения, поступки и параметры непрофессиональной деятельности.

Внешность – первая характеристика человека, по которой его будут опознавать и составлять определенные выводы. Внешность является одним из компонентов невербальных данных о человеке.

Тембр голоса, громкость, тон, акцент, произношение, улыбка, мимика, взгляд, жестикуляция – все это особенности невербального и вербального поведения.

Социально-демографическая принадлежность – это семейный статус, уровень образования, возраст, пол, уровень финансовой обеспеченности.

Поступок – это то, каким образом поведет себя человек в той или иной ситуации.

Параметры и поступки непрофессиональной деятельности – это поведение человека вне работы и без применения профессиональных качеств. К ним относятся: хобби, семейное окружение, социальное происхождение и т.д.

5. Имидж персонала. Совокупный образ сотрудников компании, который проявляется в форме общения с клиентами, едином стиле одежды, в униформе.

6. Визуальный имидж организации – это представления об организации, созданные на основе зрительного восприятия и фиксирующие информацию о ее фирменном стиле. Один из самых важных структурных элементов имиджа организации. К нему относится фирменный стиль, который создает визуальное единообразие компании. Фирменный стиль достигается при помощи дизайна, который создается специально для конкретной организации.

7. Социальный имидж организации – это представления широкой общественности о социальных целях и роли организации в экономической, социальной и культурной жизни общества [9].

Философия компании, миссия, экологическая и социальная ответствен-

ность – компоненты социального имиджа.

8. Бизнес-имидж организации – представления об организации как субъекте определенной деятельности. Составляющие бизнес-имиджа организации – это деловая активность (доля рынка, использование инновационных технологий, объемы продаж, разнообразие товаров или услуг, ценовая политика) и добросовестность предпринимательской деятельности.

Заключение

Таким образом, для организации крайне важно самостоятельно сформировать и создать все вышеперечисленные структурные элементы корпоративного имиджа. Если организации проигнорирует хотя бы что-то одно, то такие пробелы будут формиро-

ваться стихийно, при этом, возможно не в лучшую сторону для компании. А еще сложнее будет исправлять ошибки, при этом стараясь менять мнение людей, которые уже сформировались, а это занимает большое количество времени и средств.

Подходы к разработке имиджа компании, как важному звену маркетинговой стратегии, могут быть самыми разными. Но при этом существуют основные, ключевые параметры, которые формируют структуру имиджа и должны быть исследованы в первую очередь. Именно упор на проработку и развитие этих факторов имиджа предприятия станет основой для стратегического и тактического планирования маркетинговой деятельности, что в итоге положительно повлияет на эффективность организации и в целом.

Библиографический список

1. Алешина И.В. Корпоративный имидж: стратегический аспект // Маркетинг в России и за рубежом. – 1998. – №1.
2. Астанин Р.В. Современные методы формирования имиджа организации как элемента маркетинговой стратегии. – <https://elibrary.ru/item.asp?id=30490707>.
3. Ахтямов Т.М., Шкардун В.Д. Оценка и формирование корпоративного имиджа предприятия // Маркетинг в России и за рубежом. – 2011. – № 3.
4. Горчакова Р.Р. Основные тенденции, сдерживающие формирование и развитие имиджа организаций // Актуальные вопросы экономических наук: материалы II междунар. науч. конф. (г. Уфа, апрель 2013 г.). – Уфа: Лето, 2013. – С. 87–90.
5. Дручевская И.А. Особенности формирования имиджа организации. – <http://sjes.esrae.ru/pdf/2013/2/92.pdf>.
6. Косолапов Н.А. Политико-психологический анализ социально-территориальных систем. – М.: Аспект Пресс, 1994.
7. Котлер Ф. Маркетинг от А до Я: 80 концепций, которые должен знать каждый менеджер / Филипп Котлер; пер. с англ. – 7-е изд. – М.: Альпина Паблишер, 2015. – 211 с.
8. Леонова Е.В. Имидж организации как фактор повышения ее конкурентоспособности // Проблемы и перспективы экономики и управления: материалы IV Междунар. науч. конф. (г. Санкт-Петербург, декабрь 2015 г.). – СПб.: Свое издательство, 2015. – С. 120–122. – URL <https://moluch.ru/conf/econ/archive/171/9266/> (дата обращения: 17.03.2019).
9. Опокин В. Социальный имидж в структуре имиджа организации. https://www.marketing.spb.ru/lib-comm/pr/social_image.htm.
10. Томилова М.В. Модель имиджа организации // Маркетинг в России и за рубежом. – 1998. – № 1.
11. Шепель В.М. Имидж как научное понятие семантика понятия «имидж». – https://www.psyoffice.ru/8/psychology/book_o603_page_21.html.

УДК 343.9.018.3

Гаджиева А.А.

Дагестанский государственный университет народного хозяйства, Махачкала

Караева З.Ш.

Дагестанский государственный университет, Махачкала

ЛАТЕНТНОСТЬ ПРЕСТУПЛЕНИЙ В СФЕРЕ ОКАЗАНИЯ МЕДИЦИНСКИХ УСЛУГ

В рамках проведенного авторами исследования на обсуждение научной общественности выносятся вопросы, связанные с преступлениями в сфере оказания медицинских услуг. В нем на основе предыдущих исследований по данной проблеме, констатируются отличительные особенности данного вида преступности, отмечаются их высокая латентность, вскрываются причины, детерминирующие ее, обозначены методики выявления преступлений в сфере оказания медицинских услуг и предлагаются меры, направленные на снижение их латентности. В качестве основных источников латентности данных преступлений авторы указывают на корпоративную солидарность врачей и медицинского персонала, а также слабые знания в области медицины среди сотрудников правоохранительных структур. Поэтому оценкой нарушений в сфере оказания медицинских услуг должны заниматься имеющие соответствующее медицинское и юридическое образование профессионалы. В данном русле предлагается создать при управлениях следственного комитета РФ специализированные отделы экспертизы, которые и будут заниматься оценкой допущенных нарушений при оказании медицинских услуг.

Ключевые слова: оказание некачественных медицинских услуг, латентность преступлений в сфере оказания медицинских услуг, преступления медицинского персонала, корпоративная солидарность врачей

Gadzhieva A.A.

Dagestan State University of National Economy, Makhachkala

Karaeva Z.S.

Dagestan state University, Makhachkala

LATENCY OF CRIMES IN THE PROVISION OF MEDICAL SERVICES

Within the framework of the study conducted by the authors, issues related to crimes in the provision of medical services are brought to the discussion of the scientific community. On the basis of previous studies on this problem, it States the distinctive features of this type of crime, notes their high latency, reveals the causes determining it, identifies methods for detecting crimes in the provision of medical services and proposes measures aimed at reducing their latency. As the main sources of latency of these crimes, the authors point to the corporate solidarity of doctors and medical personnel, as well as weak knowledge in the field of medicine among law enforcement officers. Therefore, the assessment of violations in the provision of medical services should be carried out by professionals with appropriate medical and legal education. In this way, it is proposed to create specialized examination departments at the offices of the investigative Committee of the Russian Federation, which will be engaged in the assessment of violations in the provision of medical services.

Keywords: provision of low-quality medical services, latency of crimes in the provision of medical services, crimes of medical personnel, corporate solidarity of doctors

Введение

В последние годы в современной России все более актуализируются вопросы, связанные с оказанием медицинских услуг, их качеством, доступностью и безопасностью. Как показывают мно-

гочисленные исследования, в именно этой сфере встречаются многочисленные нарушения, среди которых наиболее опасными являются преступные нарушения в сфере оказания медицинских услуг.

Картина преступлений в сфере оказания медицинских услуг характеризуется неблагоприятными качественными и количественными тенденциями. Так, по имеющимся официальным сведениям в 2015 году вследствие врачебных ошибок и ненадлежащего оказания медицинской помощи погибло 712 человек, в том числе 317 детей. В 2016 году из 352 человек, погибших в результате врачебных ошибок и ненадлежащего оказания медицинской помощи – 142 ребенка» [2]. По данным приведенным из выступления А. Бастрыкина в 2017 г. в Следственный комитет Российской Федерации (далее СК РФ) с заявлениями о привлечении медицинских работников к уголовной ответственности обратились 6050 человек (в основном обращались родственники пациентов). Общее число таких обращений выросло в три раза по отношению к 2012 году. Вместе с тем следователями СК РФ только в 10% обращений были установлены основания для возбуждения уголовных дел, всего в 2017 году было возбуждено 197 уголовных дел, из них 175 было направлено в суд [7]. Большинство осужденных в 2017 году врачей (74,7%) обвинялись в причинении смерти по неосторожности (ст. 109 УК). В оказании услуг, не отвечающим требованиям безопасности (ст. 238 УК), – 10,9%. Еще 6,3% подозревались в причинении тяжкого вреда по неосторожности (ст. 118 УК). Оставшиеся проходили по статьям о халатности и неоказании помощи больному [7].

Анализ вышеприведенных данных обнаруживает тенденцию сокращения числа уголовных дел, направляемых в суды. Параллельно наблюдается рост уровня прекращаемости возбужденных уголовных дел в сфере оказания медицинских услуг по реабилитирующим основаниям, в среднем он составляет 77% в год, а если учесть еще практику оправдательных приговоров составляет – 15%, выходит, что только 1 из 12 медицинских сотрудников реально привлекается к уголовной ответственности и наказанию [8].

Безусловно, приведенные статистические данные из разных источников не в полной мере отражают состояние преступлений в сфере оказания медицинских услуг, и не могут дать полно-

ценного представления об их распространенности. В этой связи целью настоящего исследования является изучение латентной части преступлений в сфере оказания медицинских услуг, анализ их причин и выработка предложений, направленных предупреждение их латентности.

При этом для изучения их латентности авторами использован целый комплекс методов: сравнительный анализ взаимосвязанных показателей уголовной статистики; сопоставление сведений официальной статистики с данными медицинских учреждений об оказанной помощи, с количеством поданных жалоб, заявлений граждан в правоохранительные и другие государственные органы; опросы граждан, специалистов, медицинского персонала и осужденных за преступления в сфере оказания медицинских услуг; мониторинг информации, имеющейся в материалах прессы и ее сравнение с официальной отчетностью медицинских учреждений.

В юридической литературе исследуемые преступления считаются наиболее латентными. Предполагаемая реальная картина преступности в сфере оказания медицинских услуг по оценкам специалистов серьезно отличается от данных официальной статистики, а число исследуемой категории преступлений в 8-9 раз превышает ее данные. Приводимые в разных источниках данные об исследуемой преступности характеризуют только «верхушку айсберга». Общеизвестно, что в статистику попадает лишь та часть преступлений в сфере оказания медицинских услуг, которую правоохранительные органы смогли доказать в установленном УПК РФ порядке. Следовательно, представления о преступлениях в сфере оказания медицинских услуг по имеющимся цифрам не позволяют судить об их состоянии и динамике [5]. По этому поводу М.П. Клеймёновым обращается внимание на факт «своеобразной фильтрации преступности в процессе рассмотрения соответствующих материалов и направления части информационного потока о ней в латентный блок» [4, с. 28].

Наиболее опасными проявлениями преступлений в сфере медицинских

услуг являются преступления против жизни и здоровья человека (ятрогенные преступления). Так, по данным неофициальной статистики, число умерших из-за врачебных ошибок пациентов в России достигает 100 тысяч человек в год. При этом менее одного процента из данных случаев доходит до следователей [1, с. 1-14].

По результатам авторских исследований чаще всего ненадлежащее качество медицинской помощи при ее оказании и, влекущее за собой наступление уголовно-наказуемых вредных последствий в виде смерти и причинений вреда здоровью пациентов обусловлено халатным, невнимательным, недобросовестным отношением медицинского персонала к выполнению своих профессиональных обязанностей, а также злоупотреблений ими своими должностными полномочиями. Встречаются также, хотя и нечасто, в сфере оказания медицинских услуг факты осуществления биомедицинских экспериментов на людях без их согласия.

Низкая репрезентативность официальных сведений о преступлениях в сфере оказания медицинских услуг связывается с рядом причин: корпоративность медицинского сообщества, слабая профессиональная подготовка сотрудников правоохранительных органов к раскрытию, расследованию и доказыванию преступлений медицинского персонала высшего и среднего уровня [8, с.13].

В научной литературе высокий уровень латентности преступлений, в сфере оказания медицинских услуг объясняется наличием разноплановых факторов: правовые, социальные, организационные, специальные (обусловленные сферой осуществления услуг).

Ярко выраженным детерминирующим фактором латентности исследуемой категории преступлений является сам процесс формирования статистической информации по преступлениям, в сфере оказания медицинских услуг. Многочисленными исследованиями отмечаются недостатки в формировании статистической отчетности правоохранительных органов, среди которых: неполнота, возможность манипуляций на стадии первичной оценки информа-

ции об этих преступлениях, трудновываемость данных фактов, возможности специалистов (врачей и медицинского персонала) легко скрыть преступления в сфере оказания медицинских услуг и др. [9, с. 113].

Среди специальных факторов латентности преступлений в сфере оказания медицинских услуг необходимо отметить: отсутствие должного контроля за результатами лечения, элементы круговой поруки врачей и медицинского персонала, наличие узковедомственного подхода к проблемам охраны здоровья, сокрытие недостатков в оказании медицинской помощи путем постановки ложных или невалифицированных диагнозов, не привлечение в отдельных случаях медицинских работников к ответственности ввиду определенной сложности установления степени вины и др.

Изучение материалов уголовных дел показывают, что даже при наличии факта смертельного исхода пациента медицинский персонал высшего и среднего уровня сравнительно редко привлекается к уголовной ответственности, а если даже дело доходит до суда, чаще всего к ним применяются наказания, не связанные с лишением свободы. Чрезмерная снисходительность к противоправным деяниям врачей и медицинского персонала приводит к увеличению доли тяжких преступлений в отношении пациентов.

В рамках настоящего исследования также установлено, что и сами пациенты не проявляют особую активность в защите своих нарушенных прав. Результаты опросов установлен ничтожно маленький процент пациентов, которые готовы заявить в суд и правоохранительные органы по факту оказания им некачественной медицинской помощи в медучреждениях. Многие из респондентов уверены в безуспешности результатов обращения. Ответы опрошенных распределились следующим образом: 47,2 % пациентов в случаях оказания некачественных медицинских услуг будут обращаться к руководству медицинского учреждения, 29,2 – в прокуратуру, 12,4 – в юридическую консультацию за квалифицированной помощью. Только 8,1 % пациент сказали, что будут обращаться

ся в суд за возмещением вреда, и всего 3,1% будут писать заявление в правоохранительные органы о нарушении их конституционного права на качественную медицинскую помощь.

Безусловно, оценить реальные масштабы распространенности преступлений в сфере оказания медицинских услуг сравнительно сложная (скорее даже невыполнимая) задача, однако существующие методики вскрытия латентности преступлений в сфере оказания медицинских услуг позволяют установить их примерную картину.

В частности, опросы населения (или как они обозначаются в науке виктимологии обзоры виктимизации) позволяют получить косвенные данные о степени распространенности преступлений в сфере оказания медицинских услуг. По результатам обзоров виктимизации возможно установить соотношение между выявленной и латентной преступностью на региональном или общегосударственном уровнях, выявить мотивы сокрытия преступлений от правоохранительных органов, определить детерминанты латентности данных видов преступлений [6, с. 64].

Сравнительные методики исследования латентной преступности позволяют с большей или меньшей достоверностью определить процент латентности преступлений в сфере оказания медицинских услуг. Высоким информативным потенциалом обладает метод сопоставления данных официальной уголовной статистики с результатами проведенных проверок различными надзорными органами. К примеру, если официальные статистические данные о количестве преступлений в сфере оказания медицинских услуг снижаются, а по данным проверок Федеральной службой по надзору в сфере здравоохранения и социального развития, их количество наоборот возрастает, то есть основания полагать, что растет латентная часть преступлений в сфере оказания медицинских услуг.

Среди социологических методик выявления латентной преступности большое внимание уделяется исследованию различного рода документов. Действительно изучение медицинской документации позволяет определить

характер оказанной помощи медицинской помощи, выяснить его соответствие диагностике заболеваний. В частности, изучив такие медицинские документы как: история болезни, операционные журналы, протоколы операции, карты анестезиологического пособия, анестезиологические журналы можно получить информацию о проведенной операции и ее качестве, а также о ее последствиях. Представляется, что осмотр и изучение медицинской документации должны проводить незаинтересованные врачи-специалисты, владеющие юридическими познаниями.

Информативными средствами вскрытия латентности исследуемых видов преступности являются также опросы больных, находившихся одновременно с потерпевшим в лечебно-профилактическом учреждении. По их результатам можно получить информацию о визуально наблюдавшихся симптомах протекания заболевания у потерпевшего, о его высказываниях по поводу состояния здоровья и отношения к проводившемуся лечению, о его физических и психических страданиях, о медицинских мероприятиях, выполнявшихся потерпевшему, очевидцами которых были данные свидетели, об отношении медицинского персонала к потерпевшему.

Условием достижения наиболее достоверной картины преступлений в сфере оказания медицинских услуг является использование комплекса методов для выявления ее латентной части. В этой связи очень важно обратить особое внимание на такой метод как сравнительный анализ заявлений, жалоб, сообщений о преступлениях, которые поступили в правоохранительные и иные государственные органы, а также данных опубликованных в средствах массовой информации, с количеством возбужденных уголовных дел. В частности, от граждан поступило много жалоб на неудовлетворительное плохое медицинское обслуживание, а в официальной статистике число преступлений в сфере оказания медицинских услуг невелико, либо снижается, следует констатировать нарастающий рост латентности данных видов посягательств.

Исследование латентности преступлений в сфере оказания медицинских услуг осуществляется и с помощью локальных (точечных) методов. В частности, можно сравнить количество жалоб и обращений граждан в специализированные учреждения и правозащитные центры по поводу оказания некачественных медицинских услуг с количеством возбужденных уголовных дел в отношении сотрудников медицинских учреждений.

Сравнительный анализ числа обращений с жалобами на оказание медицинских услуг и количества возбужденных уголовных дел позволяет констатировать, что преступления в сфере медицинского обслуживания обладают исключительно высокой степенью латентности. Так, количество жалоб на медицинскую помощь в 2017 году составило 6050, что на 1100 больше, чем в 2016 г., и в три раза больше чем в 2012 (2100 жалобы). Как уже отмечалось выше, в суд было направлено в 2017 г. всего 175 уголовных дел, связанных с врачебными ошибками.

В 2016 году в Республике Дагестан были созданы: специализированный орган – Контакт-центр в структуре ТФОМС (куда можно обратиться с жалобами по поводу оказания медицинских услуг), а также первый в России правозащитная организация «Монитор пациента», которая занимается защитой прав граждан в сфере здравоохранения. По данным Контакт-центра с 2016 года в этот орган поступило примерно 14 тысяч обращений граждан с жалобами на медицинское обслуживание. А по информации руководителя «Монитор пациента» в день к ним обращаются примерно 15-20 человек. Только с начала 2018 года в судах удовлетворены более 30 исков, поданных

юристами организации «Монитор пациента».

Высокий уровень латентности преступлений в сфере оказания медицинских услуг во многом связан с корпоративной солидарностью в медицинской сфере, позволяющей прикрывать преступления и другие врачебные правонарушения. Этот вывод подтверждается и результатами проведенного авторами опросам, на вопрос «Будете ли Вы свидетельствовать против своего коллеги, если его пациент обратился в суд в связи с оказанием ему некачественных медицинских услуг, что повлекло причинение вреда здоровью?» большинство опрошиваемых отказались дать ответ: 52,7% врачей и 65,0% медицинских работников среднего звена. 41,1% врачей и 27,3% средних медицинских работников ответили, что постараются уклониться от показаний, или показания будут нейтральными, то есть по факту против своего коллеги они не пойдут. И только 4,4% врачей и 7,1% медсестер ответили, что готовы дать показания против своих коллег.

Вывод

Авторы работы предлагают создать при управлениях следственного комитета РФ специализированные отделы экспертизы, которые будут заниматься оценкой допущенных нарушений при оказании медицинских услуг. В штат таких органов следует включить сотрудников, имеющих медицинское и юридическое образование. Практическая реализация данного предложения станет эффективным средством выявления латентной части преступлений в сфере оказания медицинских услуг, поможет преодолеть проблему корпоративной солидарности врачей, выявить скрытую часть преступлений в сфере медицинских услуг.

Библиографический список

1. Гришин С.М. Преступления, совершенные медицинскими работниками вследствие ненадлежащего исполнения своих профессиональных обязанностей (по материалам судебной практики Европейской части России 2015-2017 гг.) // Медицина. – 2018. – № 1. – С. 1-14.
2. Данные о погибших из-за ошибок врачей – лишь верхушка айсберга // Взгляд: Деловая газета. [Электронный ресурс] // <https://vz.ru/society/2016/9/29/835276.html> (Дата обращения 10.03.2019).
3. Замалева С.В. Ятрогенные преступления: понятие, система и вопросы криминализации: автореф. дис. ... к. ю. н. – Екатеринбург, 2016. – 26 с.

4. Клейменов М.П., Клейменов И.М. Нераскрытая преступность. – М.: Инфра-М, 2015. – 208 с.
5. Патологоанатом: «Один из 10 умерших не имел того заболевания, от которого его лечили». [Электронный ресурс]. – <http://focusgoroda.ru/materials/2016-09-30/5202.html>. [Дата обращения 10.03.2019].
6. Теоретические основы исследования и анализа латентной преступности: монография / под ред. С.М. Иншакова, – М.: ЮНИТИ-ДАНА: Закон и право, 2012. – 839 с.
7. СК РФ поставил диагноз врачам // Коммерсантъ. [Электронный ресурс]. – <https://www.kommersant.ru/?from=logo> [Дата обращения 10.03.2019].
8. Тузлукова М.В. Использование специальных знаний при расследовании ятрогенных преступлений. – Казань, 2017. – 199 с.
9. Червонных Е.В. Преступления, совершаемые в сфере здравоохранения, и их предупреждение: дис. ... к. ю. н. – Саратов, 2009. – С. 68, 101, 113.

УДК 342

Замотаева О.Н.

Саранский кооперативный институт, филиал Российского университета кооперации, Саранск, e-mail: zamot.78@mail.ru

К ВОПРОСУ О СОЦИАЛЬНО-ПРАВОВОЙ ПРИРОДЕ СТАНДАРТНЫХ НАЛОГОВЫХ ВЫЧЕТОВ НА СОДЕРЖАНИЕ ДЕТЕЙ

Статья анализирует социально-правовое значение законодательной нормы, обеспечивающей действие стандартных налоговых вычетов на содержание детей в современных условиях в соответствии со ст. 218 п.1. пп 4 Налогового кодекса РФ; выделяются направления, по которым наиболее часто возникают судебные споры при реализации указанных правоотношений; определяются перспективные задачи развития законодательства в современных условиях. Субъектами данных правоотношений выступают налоговые агенты по налогу на доходы физических лиц, налогоплательщики по налогу на доходы физических лиц по ставке 13%, имеющие детей в возрасте до 18 лет или учащихся очной формы обучения, аспиранта, ординатора, интерна, студента до 24 лет, а также семьи, воспитывающие детей инвалидов I и II группы. Выделение социально-правовых направлений воздействия нормы Налогового кодекса РФ на общественные правоотношения позволяет проанализировать методологическое значение рассматриваемой нормы в ее правовом взаимодействии с различными правовыми институтами и сферами общественной жизни. Особое значение для развития права и выработки рекомендаций имеет анализ материалов судебной практики и ее обобщение по наиболее распространенным спорам.

Ключевые слова: стандартные налоговые вычеты на содержание детей, Налоговый кодекс Российской Федерации, субъекты налоговых правоотношений

Zamotaeva O.N.

Saransk Cooperative Institute, branch of Russian University of Cooperation, Saransk, e-mail: zamot.78@mail.ru

TO THE OF THE SOCIAL AND LEGAL NATURE OF STANDARD TAX DEDUCTIONS ON KEEPING OF CHILDREN

In article the social and legal value of the fourth subparagraph of Art. 218 (4) of the Tax Code of the Russian Federation providing action of standard tax deductions on keeping of children in modern conditions is considered; the directions in most of which often there are lawsuits at realization of the specified legal relationship are allocated; perspective problems of development of the legislation are defined. As subjects of these legal relationship tax agents on an income tax, the taxpayers on a tax on income of natural persons at the rate of 13% having children aged up to 18 years or pupils of full-time courses, the graduate student, the intern, the intern, the student up to 24 years and also the families raising children of disabled people of I and II group act. Allocation of the social and legal directions of impact of regulation of the Tax Code of the Russian Federation on public legal relationship allows analyzing methodological value of the considered regulation in its legal interaction with various legal institutions and spheres of public life. The special value for development of the right and development of recommendations has the analysis of materials of judicial practice and its generalization on the most widespread disputes.

Keywords: standard tax deductions on keeping of children, the Tax Code of the Russian Federation, subjects of tax legal relationship

Введение

Социально-правовая природа стандартных налоговых вычетов на содержание детей по налогу на доходы физических лиц является достаточно оформленной в правовом смысле темой, ввиду ее относительной распространенности в общественной практике. Но следует отметить, что методологическое обе-

спечение данной категории практически не развито. Отсутствует понятийный аппарат, комплексные исследования, посвященные правовой трансформации данных правоотношений в системе становления Российского права.

Цель – рассмотреть социально-правовое значение функционирования стандартных налоговых вычетов на содержание детей в современных условиях.

Материал и методы исследования

Материалами исследования послужило налоговое законодательство Российской Федерации, работы отечественных исследователей в области налогового права и также материалы судебной практики. Основными методами работы стали метод анализа информации, обобщения, метод юридического толкования.

Результаты исследования и их обсуждение

Сущность стандартного налогового вычета на содержание детей раскрывается в организационно-правовом порядке, обеспечивающем уменьшение налогооблагаемой базы по налогу на доходы физических лиц, на определенную законодательством сумму.

Предметом являются общественные отношения по поводу процесса взимания налога на доходы физических лиц при наличии законодательно закрепленных условий, обеспечивающих уменьшение налогооблагаемой базы.

Имеющаяся методологическая база рассматриваемых правоотношений и проведенный теоретико-правовой анализ позволяют выделить следующие направления социально-правового воздействия ст. 218 ч. 1 пп. 4 Налогового кодекса РФ:

Регулятивное. Устанавливает систему правовых отношений, в различных сферах общественного взаимодействия, которые регулируют социальные процессы, связанные с уплатой налога на доходы физических гражданам, имеющим детей.

Социально-правовое. Выражается в защите прав и законных интересов граждан имеющих детей, в том числе воспитывающих детей с ограниченными возможностями и создание для них более выгодных условий налогообложения.

Финансово-правовое. Раскрывается посредством реализации норм права, устанавливающих соразмерный порядок взимания, распределения и перераспределения денежных средств в виде налоговых платежей в доход государства.

Правовое регулирование рассматриваемых правоотношений опирается на ст. 218 Налогового кодекса Россий-

ской Федерации, которая определяет, налоговый вычет за каждый месяц налогового периода распространяется на родителя, супруга (супругу) родителя, усыновителя, на обеспечении которых находится ребенок, в размерах: 1 400 рублей – на первого и второго ребенка; 3 000 рублей – на третьего и каждого последующего ребенка; 12 000 рублей – на каждого ребенка в случае, если ребенок в возрасте до 18 лет является ребенком-инвалидом, или учащегося очной формы обучения, аспиранта, ординатора, интерна, студента в возрасте до 24 лет, если он является инвалидом I или II группы;

Налоговый вычет за каждый месяц налогового периода распространяется на опекуна, попечителя, приемного родителя, супруга (супругу) приемного родителя, на обеспечении которых находится ребенок, в тех же размерах, в случае если ребенок в возрасте до 18 лет является ребенком-инвалидом, или учащегося очной формы обучения, аспиранта, ординатора, интерна, студента в возрасте до 24 лет, если он является инвалидом I или II группы – в этой ситуации налоговый вычет составляет 6000 руб.

Налоговый вычет предоставляется в двойном размере единственному родителю, усыновителю, опекуну, попечителю. Предоставление указанного налогового вычета единственному родителю прекращается с месяца, следующего за месяцем вступления его в брак.

Указанный вычет предоставляется родителям на основании их письменных заявлений и документов, подтверждающих право на данный налоговый вычет.

Налоговый вычет может предоставляться в двойном размере одному из родителей по их выбору на основании заявления об отказе одного из родителей от получения налогового вычета.

Налоговый вычет действует до месяца, в котором доход налогоплательщика, исчисленный нарастающим итогом с начала налогового периода превысил 350 000 рублей.

Налоговый вычет предоставляется за период обучения ребенка в организации, осуществляющей образовательную деятельность, включая академический отпуск, оформленный в установленном

порядке в период обучения. Причем, согласно Приказу Минобрнауки России от 13.06.2013 г. № 455 «Об утверждении Порядка и оснований предоставления академического отпуска обучающимся», академический отпуск представляется обучающемуся неограниченное количество раз.

Данная норма Налогового Кодекса имеет существенное значение для реализации социально-правовых гарантий обучающихся и их родителей в организациях высшего и среднего профессионального образования. Так как очень часто, обучающиеся и их родители, находясь в ситуации выбора между уходом в академический отпуск и отчислением из образовательной организации с возможностью последующего восстановления, не видя особых преимуществ и не владея законодательной нормой, выбирают отчисление, лишая тем самым себя существенных преимуществ в системе налоговых платежей.

Стандартный налоговый вычет на содержание детей представляется гражданам независимо от того имеют ли они право на другой вид налогового вычета.

Анализ материалов судебной практики, в сфере рассматриваемых правоотношений дает основания выделить наиболее распространенные виды споров, связанные с реализацией ч.1 пп 4 ст. 218 Налогового кодекса РФ:

1. Споры, предметом которых является доказывание права применения двойного налогового вычета одним из родителей.

Отметим, что в этих ситуациях важное значение приобретает обстоятельство, которое подтверждает право одного из супругов в получении налогового вычета на содержание детей в двойном размере при условии, что второй является плательщиком налога на доходы в размере 13%. Примером подобного спора является обращение налогоплательщика в суд в связи с отказом налогового агента в праве применения стандартного налогового вычета на содержание детей налогоплательщику на себя и на супругу. В ходе судебного разбирательства было установлено, что второй супруг находится в отпуске по уходу за ребенком и не является плательщиком налога на доходы, следовательно, подоб-

ные отказы налоговых агентов является правомерными.

2. Споры, связанные с порядком представления соответствующих документов налоговым агентам, для исчисления суммы налога на доходы.

В этих спорах основным предметом спора является доказательство факта обращения к налоговому агенту о предоставлении налогового вычета и представление соответствующих документов, подтверждающих право (паспорт, свидетельство о рождении детей, справки о составе семьи), а также возможность последующего возврата из бюджета налогоплательщику средств, посредством его обращения в налоговые органы по окончании налогового периода.

3. Споры, вытекающие из природы трудовых отношений.

В данных ситуациях основные споры связаны с выплатой заработной платы за трудовую деятельность и достижением суммы предельного размера дохода за налоговый период нарастающим итогом, начислением и недоначислением материального вознаграждения за трудовую деятельность, техническими ошибками при расчете, невыплатой заработной платы в полном объеме при учете фактически начисленных сумм в расчетах применения стандартного налогового вычета на содержание детей.

Выводы

Анализируя материальное содержание данной нормы и ее выражение в современных экономико-правовых условиях отметим, что она нуждается в пересмотре сумм, исключаемых из налогооблагаемой базы по налогу на доходы физических лиц на содержание детей в сторону увеличения, так как последние изменения были установлены законодательством 1 января 2012 года. Предельный объем дохода, при котором возможно применение стандартного налогового вычета последний раз изменялся Федеральным законом № 317 –ФЗ 1 января 2016 года. Существенное обеспечение нормы с позиции ее социального значения было установлено этим же федеральным законом и связано с увеличением суммы исключаемых из налогооблагаемой базы для родите-

лей воспитывающих детей инвалидов первой и второй группы – 12 000 руб.

Очевидным является то обстоятельство, что действенность данной законодательной нормы позволяет обеспе-

чивать реализацию основных функций налогов и обеспечивает баланс между государственными и частными интересами в системе налоговых правоотношений.

Библиографический список

1. Налоговый кодекс Российской Федерации URL: <http://www.consultant.ru> (дата обращения: 17.03.2019).
2. Приказ Приказ Минобрнауки России от 13.06.2013 N 455 «Об утверждении Порядка и оснований предоставления академического отпуска обучающимся». – http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_148516 (дата обращения: 17.03.2019).
3. Эриашвили Н.Д., Григорьев А.И. Стандартные и социальные налоговые вычеты по НДФЛ: обзор судебной практики и разъяснение законодательства. – http://file:///C:/Users/111/Desktop/%D0%BC%D0%BE%D0%B8%20%D1%80%D0%B0%D0%B1%D0%BE%D1%82%D1%8B/Vestnik_MosU_2016_%E2%84%96_4.pdf (дата обращения: 17.03.2019).