

Подписной индекс в каталоге «Пресса России» — 91825

Перечень отраслей наук, по которым ведется прием статей в журнал
«Вестник УГНТУ. Наука, образование, экономика. Серия экономика»:
08.00.00 – Экономические науки; 13.00.00 – Педагогические науки;
22.00.00 – Социологические науки.

ВЕСТНИК



УФИМСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ НЕФТЯНОЙ ТЕХНИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ УГНТУ

BULLETIN • UFA STATE PETROLEUM TECHNOLOGICAL UNIVERSITY • USPTU

№3 (25)/2018

ISSN 2541-8904



ISSN 2541-8904



9 772541 890006 >

НАУКА / SCIENCE
ОБРАЗОВАНИЕ / EDUCATION
ЭКОНОМИКА / ECONOMY

ВЕСТНИК

УФИМСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ НЕФТЯНОЙ ТЕХНИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ



УГНТУ

Наука, образование, экономика

Серия экономика

№ 3 (25) 2018

Журнал основан в 2012 году. Выходит 4 раза в год.

Учредитель

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Уфимский государственный нефтяной технический университет» (УГНТУ)

Журнал включен 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».

Редакционный совет:

А.Н. Дегтярев — д-р экон. наук, профессор, председатель редакционного совета, академик РАЕН, член-корреспондент АН РБ, Институт экономики и сервиса ФГБОУ ВО «Уфимский государственный нефтяной технический университет» (г. Уфа, Российская Федерация)



А.Ф. Расулев — д-р экон. наук, профессор, заведующий кафедрой «Экономическая теория», Ташкентский государственный экономический университет (г. Ташкент, Узбекистан)



Б.Д. Хусаинов — д-р экон. наук, профессор, заведующий Отделом исследований глобализации и региональной интеграции Института экономики МОНРК (г. Алма-Ата, Казахстан)



А.Г. Шеломенцев — д-р экон. наук, профессор, заведующий Отделом развития региональных социально-экономических систем, институт экономики Уральского отделения РАН (г. Екатеринбург, Российская Федерация)



Т.П. Данько — д-р экон. наук, профессор, ФГБОУ ВО «Российский экономический университет им. Г.В. Плеханова» (г. Москва, Российская Федерация)



Ю.Л. Пустовгаров — управляющий директор АО «Кумертауское авиационное производственное предприятие», депутат Государственного Собрания — Курултая РБ (г. Уфа, Российская Федерация)



Л.М. Мазитова — заместитель министра экономического развития РБ, канд. экон. наук (г. Уфа, Российская Федерация)



Редакционная коллегия:

Н.З. Солодилова — д-р экон. наук, профессор, главный редактор, директор Института экономики и сервиса ФГБОУ ВО «Уфимский государственный нефтяной технический университет» (г. Уфа, Российская Федерация)



Ш.З. Валиев — д-р экон. наук, профессор, заместитель главного редактора, начальник Отдела научных изданий ИЭС, заведующий кафедрой «Региональная экономика и управление», Институт экономики и сервиса ФГБОУ ВО «Уфимский государственный нефтяной технический университет» (г. Уфа, Российская Федерация)



А.И. Кузьмин — д-р социол. наук, профессор, ведущий научный сотрудник Института экономики Уральского отделения Российской академии наук, член-корреспондент РАЕН (г. Екатеринбург, Российская Федерация)



Г.Т. Галиев — д-р социол. наук, профессор, начальник отдела дополнительного образования, Институт экономики и сервиса ФГБОУ ВО «Уфимский государственный нефтяной технический университет» (г. Уфа, Российская Федерация)



Т.В. Черкасова — д-р социол. наук, профессор, Институт экономики и сервиса ФГБОУ ВО «Уфимский государственный нефтяной технический университет» (г. Уфа, Российская Федерация)



Р.И. Маликов — д-р экон. наук, профессор, заведующий кафедрой «Экономика и менеджмент», Институт экономики и сервиса ФГБОУ ВО «Уфимский государственный нефтяной технический университет» (г. Уфа, Российская Федерация)



И.У. Зулькарнай — д-р экон. наук, профессор, заведующий лабораторией исследования социально-экономических проблем регионов, ФГБОУ ВО «Башкирский государственный университет» (г. Уфа, Российская Федерация)



Н.М. Блаженкова — д-р экон. наук, профессор, заведующий кафедрой «Финансы и банковское дело», Институт экономики и сервиса ФГБОУ ВО «Уфимский государственный нефтяной технический университет» (г. Уфа, Российская Федерация)



Р.М. Сафуанов — д-р экон. наук, профессор, директор Уфимского филиала ФГБОУ ВО «Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации» (г. Уфа, Российская Федерация)



В.И. Сухочев — д-р экон. наук, профессор, ректор НОУ ВПО «Кумертауский институт экономики и права» (г. Кумертау, Российская Федерация)



И.Р. Зарипова — д-р экон. наук, профессор, Институт экономики и сервиса ФГБОУ ВО «Уфимский государственный нефтяной технический университет» (г. Уфа, Российская Федерация)



У.Г. Зиннуров — д-р экон. наук, профессор, заведующий кафедрой «Менеджмент и маркетинг» ФГБОУ ВО «Уфимский государственный авиационный технический университет» (г. Уфа, Российская Федерация)



В.В. Жилин — д-р экон. наук, д-р с.-х. наук, профессор, ГБОУ ВО «Башкирская академия государственной службы и управления при Главе Республики Башкортостан» (г. Уфа, Российская Федерация)



О.В. Мишулина — д-р экон. наук, профессор, заведующий кафедрой «Менеджмент и маркетинг» Костанайского государственного университета им. А. Байтурсынова (г. Костанай, Казахстан)



Л.А. Амирова — д-р пед. наук, профессор, проректор по научной работе, ФГБОУ ВО «Башкирский государственный педагогический университет им. М. Акмуллы» (г. Уфа, Российская Федерация)



Р.Г. Аслаева — д-р пед. наук, профессор, ФГБОУ ВО «Башкирский государственный педагогический университет им. М. Акмуллы» (г. Уфа, Российская Федерация)



Т.Н. Третьякова — д-р пед. наук, профессор, заведующая кафедрой «Туризм и социально-культурный сервис», Институт спорта, туризма и сервиса ФГБОУ ВО «Южно-Уральский государственный университет» (г. Челябинск, Российская Федерация)



А.И. Сорокина — д-р психол. наук, профессор, Институт экономики и сервиса ФГБОУ ВО «Уфимский государственный нефтяной технический университет» (г. Уфа, Российская Федерация)



Ответственный секретарь - Д.А. Седаков

Журнал включен в Российский индекс научного цитирования (РИНЦ). Доступ и подписка на электронную версию журнала — www.elibrary.ru

Свидетельство о регистрации средства массовой информации ПИ № ФС 77 — 67386 от 05.10.2016 г., выдано Федеральной службой по надзору в сфере связи, информационных технологий и массовых коммуникаций.

© Уфимский государственный нефтяной технический университет, 2018.

Адрес редакции и издательства: 450062, Республика Башкортостан, г. Уфа, ул. Космонавтов, 1
Тел. (347) 243-16-19, ies.rusoil.net

Цена свободная. **12+**

Подписано в печать 21.09.2018. Формат 60x84/8. Печать офсетная. Усл. печ. л. 20.

Тираж 1000 экз. Заказ № 238.

Адрес типографии: 450062, Республика Башкортостан, г. Уфа, ул. Космонавтов, д.1

Перепечатка материалов, опубликованных в журнале «Вестник УГНТУ. Наука, образование, экономика. Серия экономика», допускается только с письменного разрешения редакции.

Материалы приводятся в авторской редакции.

Точка зрения редакции не всегда совпадает с точкой зрения авторов публикуемых статей.

Отпечатано в типографии издательства УГНТУ с готовых электронных файлов.

BULLETIN

UFA STATE PETROLEUM TECHNOLOGICAL UNIVERSITY



USPTU

Science, education, economy

Series economy

№ 3 (25) 2018

Founded in 2012. Issued 4 times a year.

Founder

Federal state budgetary educational institution of higher education
«Ufa state petroleum technological university» (USPTU)

The journal is included in the «List of peer-reviewed scientific publications, which should be published basic scientific results of theses on competition of a scientific degree of candidate of Sciences, on competition of a scientific degree of the doctor of Sciences».

Editorial board:

Prof. Alexander N. Degtyarev - Doctor of Economic Sciences, Chairman of the Editorial Board, Member of Russian Academy of Natural Sciences, Active Member of Academy of Sciences in Bashkortostan, Ufa State Petroleum Technological University (Ufa, Russian Federation)



Prof. Alisher F. Rasulev - Doctor of Economic Sciences, Head of the Department «Economic Theory» of Tashkent State Economic University (Uzbekistan, Tashkent)



Prof. Bulat D. Khusainov - Doctor of Economic Sciences, head of department «Globalization and Integration Studies», Institute of Economy, MES of RK (Kazakhstan, Alma-Ata)



Prof. Andrey G. Shelomentsev - Doctor of Economic Sciences, Head of the Department of Regional Development of Social and Economic Systems, Institute of Economics, Ural branch of the Russian Academy of Science (Ekaterinburg, Russian Federation)



Prof. Tamara P. Danko - Doctor of Economic Sciences, Russian Academy of Economics by G.V. Plekhanov (Moscow, Russian Federation)



Yuriy L. Pustovgarov - Managing Director of AO «Kumertau Aviation Production Enterprise», delegate of the State Assembly (Ufa, Russian Federation)



Lilia M. Mazitova - candidate of economic sciences, deputy minister of economic development of the Republic of Bashkortostan (Ufa, Russian Federation)



Editorial board:

Prof. Natalia Z. Solodilova - doctor of economic sciences, editor in chief, Director of the Institute of Economics and service, Ufa State Petroleum Technological University (Ufa, Russian Federation)



Prof. Shamil Z. Valiev - doctor of economic sciences, deputy chief editor, head of the department of scientific publications of IES, head of the department «Regional economy and management», Institute of Economics and Service, Ufa State Petroleum Technological University» (Ufa, Russian Federation)



Prof. Alexander I. Kuzmin - doctor of sociology sciences, active member of Russian Academy of Natural Sciences, leading researcher at Institute of Economics at Urals branch of Russian Academy of Sciences (Ufa, Russian Federation)



Prof. Gali T. Galiev - doctor of sociology sciences, the chief of department of additional education, Institute of Economics and Service, Ufa State Petroleum Technological University (Ufa, Russian Federation)



Prof. Tatjana V. Cherkasova - doctor of sociology sciences, Institute of Economics and Service, Ufa State Petroleum Technological University (Ufa, Russian Federation)



Prof. Rustam I. Malikov - doctor of economic sciences, head of the department of Economics an Management, Institute of Economics and Service, Ufa State Petroleum Technological University (Ufa, Russian Federation)



Prof. Ildar U. Zulkarnai - Doctor of Economic Sciences, Head of Laboratory of Socio-Economic Problems in the Regions Research, Bashkir State University (Ufa, Russian Federation)



Prof. Natalia M. Blazhenkova - Doctor of Economic Sciences, Head of the Department of Finance and Credit, Institute of Economics and Service, Ufa State Petroleum Technological University (Ufa, Russian Federation)



Prof. Rafael M. Safuanov - Doctor of Economic Sciences, Director of Ufa Branch of Financial University under the Government of the Russian Federation (Ufa, Russian Federation)



Prof. Victor I. Sukhochev - Doctor of Economic Sciences, Rector of Kumertau Institute of Economics and Law (Kumertau, Russian Federation)



Prof. Ilsiyyar R. Zariyova - Doctor of Economic Sciences, Institute of Economics and Service, Ufa State Petroleum Technological University (Ufa, Russian Federation)



Prof. Ulfat G. Zinnurov - Doctor of Economic Sciences, Head of Management and Marketing Chair, Ufa State Aviation Technical University (Ufa, Russian Federation)



Prof. Valery V. Zhilin - Doctor of Economic Sciences, Doctor of Agricultural Sciences, Bashkir Academy of State Service and Management Board under the President of Bashkortostan Republic (Ufa, Russian Federation)



Prof. Olga V. Mishulina - Doctor of Economic Sciences, Head of Management and Marketing Chair at Kostanai State University named for A. Baitursynov (Kostanai, Kazakhstan)



Prof. Lyudmila A. Amirova - Doctor of Pedagogical Sciences, Vice-Rector of Scientific Work, Bashkir State Pedagogical University named for M. Akmulla (Ufa, Russian Federation)



Prof. Rahima G. Aslaeva - Doctor of Pedagogical Sciences, Bashkir State Pedagogical University named for M. Akmulla (Ufa, Russian Federation)



Prof. Tatjana N. Tretjakova - Doctor of Pedagogical Sciences, Head of Department «Tourism and Socio-Cultural Service» of the Institute of Sport, Tourism and Service, South Ural State University (Chelyabinsk, Russian Federation)



Prof. Anna I. Sorokina - Doctore of Psychnological Sciences, Institute of Economics and Service, Ufa State Petroleum Technological University (Ufa, Russian Federation)



Executiva editor - Dmitry A. Sedakov

The magazine is included in hte Russian index of scientific citation (RISC).

Access and subscription to the electronic version of the magazine - www.elibrary.ru.

Mass media registration certificate ПИ № ФС 77-67386 dd. 05.10.2016 is issued by the Federal Department of Mass Media Supervision.

© Ufa State Petroleum Technological University, 2018.

Address of Editors office and Founder: 450062, Republic of Bashkortostan, Ufa, Kosmonavtov str., 1.

Tel. (347) 243-16-19, ics.rusoil.net

Price is free. **12+**

Publishing authorized on 21.09.2018. Paper format 60x84/8. Offset printing. 20 publication base sheets.

Volume 1000 copies. Order № 238.

Address of Publishing Office: 450062, Republic of Bashkortostan, Ufa, Kosmonavtov str., 1.

All rights reserved. No part of this publication may be reproduced eithout prior written consent of the Editors office of the «Bulletin USPTU. Science, education, economy. Series economy».

The items of this publication preserve original edition by their authors.

The Editors office do not always share an opinion of the articles published.

СОДЕРЖАНИЕ

ЭКОНОМИЧЕСКИЕ НАУКИ **РЕГИОНАЛЬНОЕ РАЗВИТИЕ**

| | |
|---|----|
| <i>Пыткин А.Н., Мишарин Ю.В.</i> Особенности оценки эффективности управления промышленным комплексом в условиях инновационного развития экономики региона | 7 |
| <i>Дегтярева И.В., Шалина О.И., Токарева Г.Ф., Неучева М.Ю.</i> Особенности и проблемы территорий опережающего социально-экономического развития в России | 15 |
| <i>Клименков Г.В.</i> Синхронизация механизма взаимосвязи предприятий промышленного региона | 24 |
| <i>Баландин Д.А.</i> Управление развитием инфраструктуры сельских территорий на инновационной основе | 33 |

ЭКОНОМИКА И УПРАВЛЕНИЕ В ОТРАСЛЯХ И СФЕРАХ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

| | |
|---|-----|
| <i>Валиев Ш.З., Седаков Д.А., Зайнашева З.Г.</i> Государственное регулирование реформированием сферы услуг: региональные аспекты роста тарифов и задолженности населения за ЖКУ | 41 |
| <i>Галиуллина С.Д., Сулейманов А.Р., Бреслер М.Г., Галиуллина В.В.</i> Исламские финансовые институты и исторические особенности их зарождения | 50 |
| <i>Костин К.Б., Хакимов Р.М.</i> Формирование рынка банковских услуг в условиях усиления конкуренции | 58 |
| <i>Шершинева Е.Г., Кондюкова Е.С., Дубровина С.А., Земляничкина Н.В.</i> «Зеленые» проекты – сегмент внимания банков | 71 |
| <i>Бикметов Р.Ш.</i> Стратегия преобразования российских «постсоветских» градообразующих предприятий в инновационные организации | 81 |
| <i>Ромадановская Н.Б.</i> Оптимизация управления кинокомпаниями с помощью маркетинговых антикризисных стратегий | 88 |
| <i>Хамматдинова Г.И.</i> Нефтяная промышленность РФ: особенности развития и основные проблемы | 99 |
| <i>Каримова В.В.</i> Позиционирование бренда/продукции организации как инструмент повышения эффективности её деятельности | 105 |

ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВО

| | |
|---|-----|
| <i>Маликов Р.И., Гришин К.Е.</i> Методологические подходы к исследованию региональной экосистемы предпринимательства | 113 |
| <i>Гайсина Р.Р., Ишмухаметов Э.М., Хисаева А.И., Салихова С.Ф.</i> Организационно-экономический механизм развития предпринимательства в электронной среде | 125 |
| <i>Каюмова Р.Ф., Гирфанова Л.Р., Андрианова О.Р., Иванова К.Д.</i> Инновационные подходы к работе с клиентами на малых предприятиях индустрии красоты | 134 |
| <i>Шестакович А.Г.</i> Методология исследования рентоориентированного поведения | 140 |

ПЕДАГОГИЧЕСКИЕ НАУКИ

РАЗВИТИЕ ОБРАЗОВАНИЯ

| | |
|--|-----|
| <i>Сафуанов Р.М., Фархтдинов Р.Т., Колганов Е.А.</i> Взаимодействие высшего и общего образования | 147 |
| <i>Каримов М.Ф.</i> Учебное и научное информационное моделирование действительности в системе непрерывного образования | 152 |

СОЦИОЛОГИЧЕСКИЕ НАУКИ

СОЦИАЛЬНОЕ РАЗВИТИЕ

| | |
|--|-----|
| <i>Стасюк Е.В.</i> Формирование региональной идентичности молодежи как условие ее сохранения на Дальнем Востоке России | 159 |
| Об авторах | 165 |

CONTENT

ECONOMIC SCIENCE

REGIONAL DEVELOPMENT

- Pytkin A.N., Misharin Y.V.* Features of an efficiency evaluation of managing an industry complex in the conditions of innovative development of a region economy 7
- Degtyareva I.V., Shalina O.I., Tokareva G.F., Neucheva M.Y.* Peculiarities and problems of territories of a leading socio-economic development in Russia 15
- Klimenkov G.V.* Synchronization of the mechanism of interaction of the enterprises of industrial region 24
- Balandin D.A.* Development of infrastructure development of rural territories on the innovative basis 33

ECONOMY AND MANAGEMENT IN BRANCHES AND FIELDS OF ACTIVITY

- Valiev S.Z., Sedakov D.A., Zainasheva Z.G.* Governmental regulation by reforming the sphere of services: regional aspects of growth of tariffs and population arrears for housing and utility services 41
- Galiullina S.D., Suleimanov A.R., Bresler M.G., Galiullina V.V.* Islamic financial institutions and historical features of their origin 50
- Kostin K.B., Hakimov R.M.* Formation of the market of banking services in the context of increasing competition 58
- Shershneva E.G., Kondyukova E.S., Dubrovina S.A., Zemlyanicina N.V.* «Green» projects as segment bank's consideration 71
- Bikmetov R.S.* Strategy of transformation of Russian «post-soviet» gradow-forming enterprises in innovative organizations 81
- Romadanovskaya N.B.* Film companies management's optimization with marketing anti-crisis strategies 88
- Hammatdinova G.I.* Russian oil industry: development peculiarities and main problems 99
- Karamova V.V.* Positioning of the brand/products of the organization as a tool to improve the efficiency of its activities 105

ENTREPRENEURSHIP

- Malikov R.I., Grishin K.E.* Methodological approaches to the research of the regional ecosystem of entrepreneurship 113
- Gajsina R.R., Ishmuhametov E.M., Hisaeva A.I., Salihova S.F.* Organization and economic mechanism of enterprise development in the electronic environment 125
- Kayumova R.F., Girfanova L.R., Andrianova O.R., Ivanova K.D.* Innovative approaches to work with customers at small enterprises of the beauty industry 134
- Shestakovich A.G.* The methodology for studying rent-seeking behavior 140

PEDAGOGICAL SCIENCE

DEVELOPMENT OF EDUCATION

- Safuanov R.M., Farkhtdinov R.T., Kolganov E.A.* Interaction of higher and general education 147
- Karimov M.F.* Educational and scientific information modeling of reality in the system of continuous education 152

SOCIAL SCIENCE

SOCIAL DEVELOPMENT

- Stasyuk E.V.* The creation of a regional identity among young people as a requirement to maintain the youth population in the Far East of Russian Federation 159
- About authors** 168



Пыткин А.Н.
Pytkin A.N.

*доктор экономических наук, профессор,
директор Пермского филиала ФГБУН
Института экономики Уральского
отделения Российской академии наук,
г. Пермь, Российская Федерация*



Мишарин Ю.В.
Misharin Y.V.

*научный сотрудник,
Пермский филиал ФГБУН
Института экономики Уральского
отделения Российской академии наук,
г. Пермь, Российская Федерация*

УДК 330.101.8

ОСОБЕННОСТИ ОЦЕНКИ ЭФФЕКТИВНОСТИ УПРАВЛЕНИЯ ПРОМЫШЛЕННЫМ КОМПЛЕКСОМ В УСЛОВИЯХ ИННОВАЦИОННОГО РАЗВИТИЯ ЭКОНОМИКИ РЕГИОНА

Оценка эффективности управления промышленным комплексом в условиях инновационного развития экономики региона имеет многоаспектный характер. В статье выделены семь ключевых аспектов, характерных для современных условий управления региональным промышленным комплексом. Представлена структура параметров, применимых для оценки эффективности управления промышленным комплексом в условиях инновационного развития экономики региона, которая раскрывает возможности обеспечения устойчивого развития региона силами и средствами регионального промышленного комплекса. На основе системного подхода обозначены организационный, мотивационный и информатизационный аспекты оценки эффективности управления региональным промышленным комплексом (РПК). Выделены параметры оценки эффективности на основе классификации типов управленческих инноваций РПК и их трансформация в конкурентные преимущества РПК. Определены направления повышения эффективности управления РПК и ее оценки, а также параметры рыночной эффективности управления региональным промышленным комплексом.

Ключевые слова: экономика региона, региональный промышленные комплекс, инновационное развитие, оценка эффективности управления.

FEATURES OF AN EFFICIENCY EVALUATION OF MANAGING AN INDUSTRY COMPLEX IN THE CONDITIONS OF INNOVATIVE DEVELOPMENT OF A REGION ECONOMY

An efficiency evaluation of management of an industry complex in the conditions of innovative development of a region economy has multidimensional character. In the article seven key aspects characteristic of modern conditions of management of a regional industrial complex are marked out. The structure of the parameters applicable for efficiency evaluation of management of an industry complex in the conditions of innovative development of a region economy, which opens possibilities of ensuring sustainable development of a region with forces and means of regional industry complex, is provided. On system approach base the organizational, motivational and informatizational aspects of efficiency evaluation of managing a regional industry complex (RIC) are designated. Efficiency

evaluation parameters on the base of type classification of managerial innovations of RIC and their transformation into competitive advantages of RIC are allocated. The directions of increasing management efficiency of RIC and its assessment and parameters of market management efficiency of a regional industry complex are defined.

Keywords: region economy, regional industry complex, innovative development, efficiency evaluation of management.

Инновационный характер развития экономики конца XX века и начала XXI века формулирует свои требования в части эффективности управления как в целом в экономике, так и в региональном промышленном комплексе (РПК), на что указывает следующий ряд ключевых аспектов.

1. Следует принимать во внимание значимость самого регионального промышленного комплекса в условиях инновационного развития экономики региона, когда именно РПК обеспечивает требуемую инновационность в данных конкретных условиях. Для XX века и начала XXI века характерны существенные изменения политической ситуации и конкурентного противостояния на межстрановом уровне (либо в рамках концепции устойчивого развития, либо переходящего в санкционные войны и т.п.), на региональном и корпоративном уровнях, что определяло появление специфических требований по эффективности управления региональным промышленным комплексом также в части инновационной конкурентоспособности промышленной продукции, дающей возможность импортозамещения, обеспечиваемости промышленной продукцией внутренних потребностей региона, доходности регионального консолидированного бюджета и т.д.

2. Региональный промышленный комплекс может выступать как фактор инновационного развития экономики региона, как минимум, на трех уровнях:

- макроуровень, где решаются стратегические, наиболее крупные задачи, связанные с размещением производительных сил, с определением приоритетов выбора по базовым отраслям промышленности, по расходованию имеющихся национальных ресурсов и т.д.;

- мезоуровень, включающий региональные территориально-производственные комплексы, кластеры с масштабами федерального

округа и субъекта Российской Федерации, где решаются задачи, связанные с выравниванием развития отдельно взятых территорий; при этом задействованы крупные национальные сетевые корпорации, холдинги, финансово-промышленные группы и иные интегрированные объединения, отечественные государственные корпорации, транснациональные корпорации, в том числе с отечественным участием;

- микроуровень – совокупность конкретных промышленных предприятий региона, которые осуществляют эффективную и конкурентоспособную хозяйственную деятельность, где непосредственно решаются социальные, экологические, институциональные задачи и задачи технологического развития промышленного производства.

3. Особые требования к эффективности управления региональным промышленным комплексом формулируются для различных периодов хозяйственной деятельности – мирное время, переходный период (мобилизация) и военное время, что закрепляется в законодательстве.

4. Эффективность управления региональным промышленным комплексом определяется характером и содержанием научно-технического прогресса, которые наиболее проявляются в результате промышленных революций со сменой технологических укладов. За последние 50 лет значительное ускорение НТП привело к тому, что смена технологических укладов в отраслях промышленности происходит не одновременно, что нарушает синхронность и технологическую согласованность модернизационных процессов на предприятиях промышленности.

5. Происходят изменения и в методологической основе управления производственным процессом. Особенно критичным для предприятий регионального промышленного ком-

плекса стал переход в 90-е гг. XX века от единой формы государственной собственности к частной, государственной и смешанной формам, в результате чего произошла перестройка механизмов управления.

В методологическом плане эффективность управления определяется целями хозяйственной деятельности. Например, в годы Великой Отечественной войны эффективность управления оценивалась, прежде всего, по выполнению поставок фронту (в том числе, «любой ценой»). В послевоенный период, кроме плановых поставок, равное место стала занимать экономическая эффективность управления РПК. В последние полтора десятилетия не передний план выходят сбалансированные между собой социальная, экологическая и институциональная эффективность. При этом всегда особое значение имеет эффективность управления технологическим развитием. Чем более современными технологиями обладает региональный промышленный комплекс, тем более эффективно обеспечивается регион современной промышленной продукцией для нужд экономики региона, а экспорт инновационной промышленной продукции РПК и на этой основе кооперация РПК с промышленными предприятиями других регионов дает приток денежных средств в регион, в том числе в виде доходов консолидированного регионального бюджета.

6. Наибольшее воздействие на технологическое развитие промышленности и эффективность управления промышленным комплексом в конце XX – начале XXI вв. оказывают процессы информатизации. В зависимости от проходящей автоматизации и роботизации технологических процессов и независимо от этого информатизацией охватываются все стадии управленческих процессов. Наиболее эффективным и универсальным управленческим процессом в условиях информатизации является программирование. Оно позволяет учитывать взаимное влияние друг на друга отдельных блоков программирования машин, станков и механизмов, технологических и управленческих процессов. При программировании управленческих процессов производится формулирование целей

и задач, процедур и мероприятий, определение средств решения и способов достижения целей, планирование и контроль исполнения программы с ее корректировкой по обратной связи.

7. При все возрастающем ускорении научно-технического прогресса эффективность управления РПК зависит от быстроты реакции предприятий на изменения во внешней и внутренней среде (конкуренция на рынке промышленной продукции, потребность страны в новых, инновационных видах промышленной продукции для безусловного обеспечения конкурентоспособности региона и страны в целом, внедрение для этого новых высоких технологий, производство высокотехнологичной промышленной продукции при наиболее полной загрузке производственных мощностей), в связи с чем на современном этапе следует выделить два аспекта:

а) сочетание программирования управленческих процессов с проектным методом управления позволяет быстрее и эффективнее реагировать на изменения на рынке конкурентоспособной продукции и обеспечивать тем самым необходимую инновационную конкурентоспособность региона и страны в целом;

б) программируемое прохождение этапов от разработки проектно-конструкторской документации до серийного производства того или иного вида продукции в рамках конкретного проекта дает сокращение времени в освоении новой и выпуска серийной продукции, что реализуется посредством синергетически эффективной комбинации опытного и серийного производства, комбинирование которых программируется на технологическом и управленческом уровнях.

Инновационность развития экономики региона имеет своей стратегической целью обеспечение устойчивого развития региона. Согласно Градостроительному кодексу РФ устойчивое развитие понимается как баланс социальной, экономической и экологической составляющих развития.

Региональный промышленный комплекс является неотъемлемой частью экономики региона, его развитие вносит соответствующий вклад в развитие экономики региона, как это

схематично представлено в статье [1; С. 31]. Согласно этой схеме на рисунке 1 в разрезе «цели – средства – результаты» определяется и структура параметров, применяемых для

оценки эффективности управления промышленным комплексом в условиях устойчивого инновационного развития экономики региона.

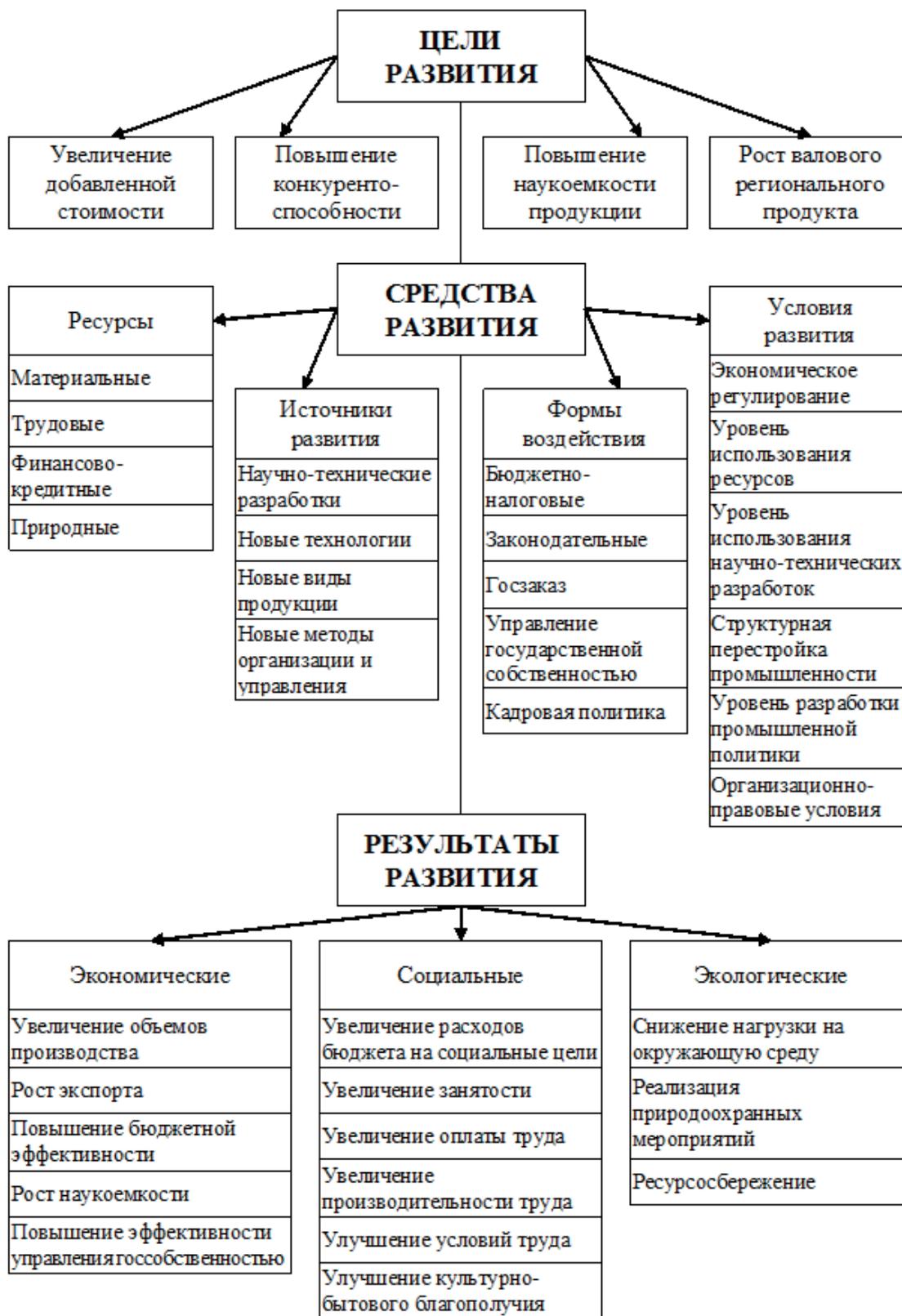


Рисунок 1. Структура параметров, применяемых для оценки эффективности управления промышленным комплексом в условиях инновационного развития экономики региона

Под параметрами понимаются величины, количественно и качественно характеризующие свойства системы. В данном случае как системы рассматриваются региональный промышленный комплекс и экономика региона. Согласно Толковому словарю С.И. Ожегова [2], понятие «система» можно рассматривать:

- как определенный порядок, который определяет расположение и связность действий;
- как организационную форму чего-либо;
- как единое целое, объединяющее закономерно расположенные и находящиеся во взаимосвязи части.

То есть, при оценке эффективности управления промышленным комплексом в условиях инновационного развития экономики региона следует выделять аспекты, связанные с оценкой эффективности РПК как системы в экономике региона, и как системы в управленческом плане. В этом случае целесообразно рассматривать эффективность системы управления региональным промышленным комплексом в разрезе ее организации, мотивации и информатизации (инновативности) самой системы управления РПК.

Таблица 1. Классификация типов управленческих инноваций РПК и их трансформация в конкурентные преимущества РПК, определяющие направления повышения эффективности управления РПК и ее оценки

| Инновации устойчивого развития (sustainable development) | Инновации системы управления РПК, воздействующие на повышение инновативности | Типы управленческих инноваций системы управления РПК в разрезе инноваций устойчивого развития | Типы конкурентных преимуществ РПК, определяющие эффективность системы управления РПК |
|--|--|---|--|
| 1. Социальные | Организация | Социально-организационные | Организационно-социальные |
| | Мотивация | Социально-мотивационные | Мотивационно-социальные |
| | Информатизация | Социально-информатизационные | Информатизационно-социальные |
| 2. Экономические | Организация | Экономико-организационные | Организационно-экономические |
| | Мотивация | Экономико-мотивационные | Мотивационно-экономические |
| | Информатизация | Экономико-информатизационные | Информатизационно-экономические |
| 3. Экологические | Организация | Эколого-организационные | Организационно-экологические |
| | Мотивация | Эколого-мотивационные | Мотивационно-экологические |
| | Информатизация | Эколого-информатизационные | Информатизационно-экологические |
| 4. Институциональные | Организация | Институционально-организационные | Организационно-институциональные |
| | Мотивация | Институционально-мотивационные | Мотивационно-институциональные |
| | Информатизация | Институционально-информатизационные | Информатизационно-институциональные |
| 5. Технологические | Организация | Технологико-организационные | Организационно-технологические |
| | Мотивация | Технологико-мотивационные | Мотивационно-технологические |
| | Информатизация | Технологико-информатизационные | Информатизационно-технологические |

Чтобы наиболее полно оценивать картину эффективности системы управления региональным промышленным комплексом, следует видеть, как инновации, определяемые принципом устойчивого развития, через структуру управленческих инноваций в сфере организации, мотивации и информатизации определяют типы управленческих инноваций в системе управления РПК и конвертируются впоследствии в конкурентные преимущества системы управления региональным промышленным комплексом и РПК в целом. Именно в этом наиболее четко будет проявляться эффективность управления промышленным комплексом в условиях инновационного развития экономики региона.

В таблице 1 представлена классификация типов управленческих инноваций РПК и их трансформация в конкурентные преимущества РПК, определяющие направления повышения инновативности предприятий и организаций регионального промышленного комплекса, на основе которой производится выбор параметров оценки эффективности

управления РПК.

Оценка эффективности управления промышленным комплексом в условиях инновационного развития экономики региона будет достаточно полной, если учитывается сбалансированность совокупности социальных, экономических, экологических и институциональных факторов, оказывающих воздействие на реализацию инноваций.

В этом случае должен учитываться баланс интересов ключевых субъектов, заинтересованных в эффективности управления РПК. Укрупнено мы рассматриваем три группы стейкхолдеров: государство, бизнес и население.

В условиях инновационного развития экономики региона наиболее общей оценкой эффективности управления РПК служит изменение (повышение) рыночной стоимости предприятия, то есть рост капитализации предприятия на основе прироста инновационного капитала, прямо или косвенно влияющего на изменение других типов капитала (примерно показано на рисунке 2).



Рисунок 2. Влияние капитализации инноваций на рыночную стоимость предприятия как основа рыночной оценки эффективности управления РПК в условиях инновационного развития экономики региона

Основой методического обеспечения сбалансированного подхода, обеспечивающего эффективность управления РПК в условиях инновационного развития экономики региона

и ее оценки, может служить технология стратегических карт BSC/ССП, реализация которой схематично показана на рисунке 3.



Рисунок 3. Схема реализации технологии стратегических карт BSC/ССП [3; С. 109]

Что касается показателей деятельности, Н. Ольве указывает [3], что исходя из практики зарубежных компаний, их количество на корпоративном уровне и уровне подразделений – порядка 15-25 показателей, для уровня функционального отдела – 10-15 показателей, по отдельным работникам – 5-10 показателей [3; С. 122].

Для каждого показателя определена конкретная стратегическая цель. Ежегодно задаются прогнозные значения для всех показателей и методика расчета показателей, по которым также производится оценка эффективности управления РПК по совокупности промышленных предприятий и организаций региона.

Выводы

Моделирование эффективного механизма управления промышленным комплексом в условиях инновационного развития экономики региона предполагает, прежде всего, выявление параметров эффективности управле-

ния, по которым определяются возможные и эффективные управленческие воздействия, позволяющие добиваться требуемых результатов хозяйственной деятельности. По этим параметрам производится оценка планируемой и результирующей эффективности управления РПК с текущей оценкой эффективности управления РПК в качестве контроля осуществления хозяйственной деятельности.

Выявленные в ходе исследования и представленные в статье особенности оценки эффективности управления промышленным комплексом в условиях инновационного развития экономики региона задают основу для разработки методического обеспечения оценки эффективности управления региональным промышленным комплексом.

Статья подготовлена в соответствии с государственным заданием ФАНО России для ФГБУН Институт экономики УрО РАН на 2018 год.

Список литературы

1. Глезман Л.В., Урасова А.А. Особенности управления инновационным развитием регионального промышленного комплекса //

Индустриальная цивилизация: прошлое или будущее России?: Материалы III Пермского конгресса ученых-экономистов; ПГНИУ, 17 фев. 2017 г. Пермь, 2017. – Т. 1. – С. 30-34.

2. Ожегов С.И. Толковый словарь русского языка. М.: Мир и Образование, 2014. – 1376 с.

3. Ольве Н., Рой Ж., Веттер М. Оценка эффективности деятельности компании: практическое руководство по использованию сбалансированной системы показателей / пер. с англ. М.: Вильямс, 2004. – 304 с.

4. Романова О.А. Приоритеты промышленной политики России в контексте вызовов четвертой промышленной революции. Ч. 1 // Экономика региона. – 2018. – Т. 14. – № 2. – С. 420-432.

5. Шохин А., Прокопов Ф., Феоктистова Е. Базовые индикаторы результативности (рекомендации по использованию в практике управления и корпоративной нефинансовой отчетности). - М.: РСПП, 2008. – 68 с.

References

1. Glezman L.V., Urasova A.A. Features of the management of innovative development

of the regional industrial complex // Industrial civilization: the past or the future of Russia?: Materials of the III Perm Congress of Economic Scientists. – Perm, 2017. – V. 1. – P. 30-34.

2. Ozhegov S.I. Explanatory dictionary of the Russian language. M.: Peace and Education, 2014. – 1376 p.

3. Olve N., Roy J., Wetter M. Evaluation of the effectiveness of the company: a practical guide to the use of a balanced scorecard / Per. from English. – M.: Williams, 2004. – 304 p.

4. Romanov O.A. Priorities of Russia's industrial policy in the context of the challenges of the fourth industrial revolution. Part 1 // Economy of the region. – 2018. – Т. 14. – № 2. – P. 420-432.

5. Shokhin A., Prokopov F., Feoktistova E. Basic performance indicators (recommendations for use in management practice and corporate non-financial reporting). – M.: RSPP, 2008. – 68 p.



Дегтярева И.В.
Degtyareva I.V.

*доктор экономических наук, профессор,
зав. кафедрой «Экономическая теория»,
ФГБОУ ВО «Уфимский государственный
авиационный технический университет»,
г. Уфа, Российская Федерация*



Шалина О.И.
Shalina O.I.

*кандидат экономических наук, доцент
кафедры «Экономическая теория»,
ФГБОУ ВО «Уфимский государственный
авиационный технический университет»,
г. Уфа, Российская Федерация*



Токарева Г.Ф.
Tokareva G.F.

*кандидат социологических наук, доцент
кафедры «Экономическая теория»,
ФГБОУ ВО «Уфимский государственный
авиационный технический университет»,
г. Уфа, Российская Федерация*



Неучева М.Ю.
Neucheva M.Y.

*кандидат экономических наук, доцент
кафедры «Экономическая теория и
социально-экономическая политика»,
ГБОУ ВО «Башкирская академия
государственной службы и управления при
Главе Республики Башкортостан»,
г. Уфа, Российская Федерация*

УДК 339.5

ОСОБЕННОСТИ И ПРОБЛЕМЫ ТЕРРИТОРИЙ ОПЕРЕЖАЮЩЕГО СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКОГО РАЗВИТИЯ В РОССИИ

В статье рассматриваются территории опережающего социально-экономического развития (ТОР) в России, начавшие свое функционирование в Дальневосточном федеральном округе с 2015 года, а в моногородах – с 2016 года. Законодательной основой для появления ТОР в России стали Федеральный закон № 473 от 29.12.2014 «О территориях опережающего социально-экономического развития в Российской Федерации» и Постановление Правительства РФ № 614 от 22.06.2015 года «Об особенностях создания территорий социально-экономического развития на территориях монопрофильных муниципальных образований Российской Федерации». Целью появления данного правового режима ведения бизнеса в России стало ускорение развития отдельных регионов и городов путем формирования благоприятной среды для привлечения инвестиций и создания новых рабочих мест. Территории опережающего социально-экономического развития обладают рядом конкурентных преимуществ, в числе которых налоговые льготы, режим свободной таможенной зоны, предоставление особых услуг государ-

ства и сокращенные сроки их получения, исключительные права привлекать к деятельности персонал из других стран, особый порядок пользования землей, финансирование государством объектов инфраструктуры, льготный режим при подключении к объектам инфраструктуры. В работе проведен анализ динамики числа территорий опережающего развития, количества их резидентов, объема привлеченных в них инвестиций и созданных рабочих мест за период с 2015 по 2017 годы. Приведены недостатки развития ТОР в России, к числу которых, в первую очередь, относятся чрезмерная централизация власти в руках управляющих компаний, отсутствие единых информационных баз, пробелы в законодательстве, допускающие возможность реализации мошеннических схем, возможность неконтролируемой миграции. В настоящий момент также отсутствует единая методика оценки результатов эффективности функционирования территорий опережающего развития в России, в то время как затраты бюджетов всех уровней на их создание достаточно велики.

Ключевые слова: Территория опережающего социально-экономического развития, развитие, инвестиции, налоговые преференции, эффективность, резиденты, моногорода, Дальний Восток.

PECULIARITIES AND PROBLEMS OF TERRITORIES OF A LEADING SOCIO-ECONOMIC DEVELOPMENT IN RUSSIA

The article deals with the territory of advanced socio - economic development (TASED) in Russia, which began its operation in the far Eastern Federal district in 2015, and in single-industry towns-in 2016. The legislative basis for the emergence of the TASED in Russia was Federal law № 473 of 29.12.2014 «Territories of advanced social and economic development in the Russian Federation» and Decree of the Government of the Russian Federation № 614 of 22.06.2015 «The features of the creation of territories of socio-economic development in the territories of single-industry municipalities of the Russian Federation». The purpose of the emergence of this legal regime of doing business in Russia was to accelerate the development of individual regions and cities by creating a favorable environment for attracting investment and creating new jobs. The territories of advanced social and economic development have a number of competitive advantages, including tax benefits, the regime of free customs zone, the provision of special services of the state and reduced terms of their receipt, exclusive rights to engage personnel from other countries, a special procedure for land use, state financing of infrastructure facilities, preferential treatment when connecting to infrastructure facilities. The analysis of the dynamics of the number of territories of advanced development, the number of their residents, the volume of investments attracted to them and jobs created for the period from 2015 to 2017 was conducted. The article presents the shortcomings of the development of TASED in Russia, including, first of all, excessive centralization of power in the hands of management companies, the lack of unified information bases, gaps in the legislation, allowing the possibility of fraudulent schemes, the possibility of uncontrolled migration. At the moment, there is no method of assessing the results of the territories of advanced development effectiveness in Russia, while the costs of all levels budgets for their creation are quite large.

Keywords: The territory of advanced socio-economic development, development, investment, tax preferences, efficiency, residents, single-industry towns, the Far East Region.

Территории опережающего социально-экономического развития (ТОСЭР), или, как их сокращенно называют, территории опережающего развития (ТОР), являются новым типом зон особого развития, которые появились в Российской Федерации в 2015 году на основании Федерального закона № 473 от 29.12.2014 «О территориях опережающего социально-экономического развития в Российской Федерации» (далее - ФЗ № 473) [1]. Данный правовой режим ведения бизнеса

создан в целях ускорения развития отдельных регионов путем формирования благоприятной среды для привлечения инвестиций и создания новых рабочих мест. Существенной предпосылкой создания нового типа зон особого развития на тот момент стал ряд неудач в части функционирования особых экономических зон, недостижение ими плановых показателей развития, особенно это касалось ОЭЗ на Дальнем Востоке [2; С. 6].

ТОР – это часть территории субъекта РФ,

которая включает в себя административно-территориальное образование закрытого типа, на которой установлен специальный правовой режим ведения предпринимательской деятельности, предусматривающий ряд налоговых льгот и административных преференций для резидентов данной территории.

Границы ТОР не могут совпадать с границами особых экономических или территориальных зон субъектов РФ, а для каждой отдельно взятой ТОР устанавливается свой перечень разрешенных видов экономической деятельности, для которых установлен индивидуальный правовой режим и регламентирована сумма минимальных капитальных вложений резидентов.

Функции управления ТОР полностью возложены на управляющую компанию (далее - УК ТОР), которая, во-первых, является собственником всех государственных и муниципальных земель и строений, во-вторых, создает необходимую инфраструктуру и обеспечивает предоставление резидентам таможенных, юридических и пр. услуг (в том числе регистрация и перевод земель, выдача разрешений на строительство), в третьих, ей переданы все функции местного самоуправления. Компанию назначает правительство РФ, этот статус может получить акционерное общество (или его дочернее предприятие), сто процентов акций которого находится в собственности государства.

Все налоговые льготы и преференции распространяются только на резидентов ТОР, к которым относятся предприниматели и/или коммерческие юридические лица, которые прошли государственную регистрацию и составили соглашения в соответствии с нормами законов об осуществлении строго регламентированной деятельности на созданной территории опережающего развития. Резиденты ТОР заключают с управляющей компанией соглашения, предмет и ключевые условия которых регулируются ст. 14 ФЗ № 473.

В отличие от особых экономических зон, ТОРы в России создаются на срок до 70 лет, а далее, при определенных условиях, Правительство РФ может продлить срок их функционирования. Кроме того, на их территории можно заниматься добычей и переработкой полезных ископаемых и производством по-

дакционных товаров, что практически запрещено в ОЭЗ.

В общем случае конкурентоспособность территорий опережающего развития определяется комплексом следующих преимуществ:

- спецификой и льготами налогообложения, в том числе ставкой налога на прибыль от 0 до 5 %, нулевой ставкой налога на имущество в течение первых пяти лет и пр.;

- ограниченными ценами на покупку имущества резидентами у управляющей компании (цена не может превышать его кадастровую стоимость) и льготными ставками по арендной плате [3];

- предоставлением особых услуг от государства и их сокращенными сроками (время получения разрешения на строительство не может превышать 40 дней, экологическая экспертиза 45 дней);

- таможенными процедурами, применяющимися как в свободной таможенной зоне;

- исключительными правами привлекать к деятельности персонал из других стран (без специального разрешения и учета квот);

- особой процедурой проведения муниципального надзора и государственного контроля (для резидентов предусмотрено ограничение по количеству и продолжительности проверок их деятельности);

- особым порядком пользования землей;

- использованием технических и санитарных регламентов по примеру стран ОЭСР, в которых успешно действуют подобные зоны;

- финансированием со стороны государства объектов строительства и поддержания инфраструктуры и льготным режимом при подключении к объектам инфраструктуры ТОР;

- возможностью в границах ТОР создавать индустриальные (промышленные) парки.

Поскольку налоговые льготы являются, по мнению экспертов, наиболее важной составляющей конкурентной привлекательности ТОР, то остановимся на них более подробно.

По налогу на добавленную стоимость для резидентов ТОР предусмотрен упрощенный (заявительный) механизм возмещения суммы уплаченного налога (ст. 176.1 НК РФ). Для реализации этого права резиденты совместно с декларацией по НДС должны предоставить поручительство УК ТОР.

По налогу на прибыль в течение пяти лет для резидентов ТОР предусмотрена нулевая ставка в части уплаты налога в федеральный бюджет, ставка не более 5 % в региональные бюджеты (отсчет начинается с первого прибыльного периода – ст. 284.4 НК РФ). В следующие пять лет функционирования резидента на территории опережающего развития размер ставки не может превышать 10 %.

Резиденты ТОР могут использовать понижающий коэффициент при расчете НДПИ в зоне добычи полезных ископаемых в течение 10 лет.

Для резидентов ТОР на 10 лет установлены пониженные тарифы на социальные взносы - 7,6 %, в том числе в Пенсионный фонд (6 %), в Фонд социального страхования (1,5 %), в Фонд обязательного медицинского страхования федерального уровня (0,1 %). Выпадающие доходы государственных внебюджетных фондов при этом компенсируются за счет межбюджетных трансфертов из федерального бюджета.

Резиденты ТОР полностью освобождены от уплаты налога на имущество и землю.

Определенные преференции имеются также в режиме контроля за резидентами. На основании Постановления Правительства РФ № 1132 от 22 октября 2015 года для ТОР специально разработаны правила, регулирующие проверки. Так, длительность плановой проверки не может превышать 15 дней, а внеплановые проверки осуществляются только по согласованию с Минэкономразвития РФ.

Изначально территории опережающего развития создавались как инструмент развития Дальневосточного федерального округа, ориентированный на подъем его конкурентоспособности и сближение в развитии со странами АТР. Поэтому в первые три года со дня принятия ФЗ № 473 ТОР могли создаваться только на территории Дальнего Востока. Управляющей компанией ТОР в Дальневосточном федеральном округе в настоящее время является ОАО «Корпорация развития Дальнего Востока» и ее дочерние общества, функционирующие непосредственно на территориях опережающего развития.

География расположения ТОР на Дальнем Востоке показана на рисунке 1.



Рисунок 1. Территории опережающего развития на Дальнем Востоке

По состоянию на апрель 2018 года на Дальнем Востоке создано 18 ТОР с общим количеством резидентов 251. На сайте Министерства РФ по развитию Дальнего Востока указано, что благодаря реализации механизма ТОР планируется создать около 43 тысяч рабочих мест и привлечь в регион более 2,2 трлн руб.

инвестиций [4].

Динамика развития ТОР в этом регионе является положительной, за 2017 год количество резидентов практически удвоилось, в 4,5 раза возрос объем привлеченных инвестиций (табл. 1).

Таблица 1. Показатели развития ТОР в ДФО

| Год | Количество ТОР | Число резидентов | Количество созданных рабочих мест | Объем инвестиций (млрд руб.) |
|------|----------------|------------------|-----------------------------------|------------------------------|
| 2015 | 9 | 21 | 7666 | 187 |
| 2016 | 14 | 111 | 22259 | 450 |
| 2017 | 18 | 204 | 39772 | 2175 |

С 2015 по 2017 годы на получение «резидентства» в ТОР в ДФО было подано 390 заявок с заявленным общим объемом инвестиций на сумму более 2,4 трлн руб., из них 204 получили статус резидентов. На сегодняшний момент уже запущен целый ряд новых производств, в том числе трубный завод и завод по выпуску теплоизоляции в Хабаровском крае, цементный и маслоэкстракционный заводы в Амурской области, тепличные комплексы по производству овощей по японским технологиям на Сахалине и в Якутии, логистические центры, спортивно-туристический парк, центр по производству бриллиантов в Приморье, животноводческий комплекс и аквапарк на Камчатке.

В то же время необходимо отметить, что многие проекты резидентов ТОР в ДФО относятся к сфере добывающей и перерабатывающей промышленности и подразумевают разработку и добычу полезных ископаемых зарубежными компаниями и последующий их экспорт. Так, австралийская компания Tigers Realm Coal Ltd. осваивает крупное месторождение каменного угля «Фандюшкинское поле» на Чукотке, а индийская компания Tata Power - Крутогоровское месторождение на Камчатке. Годовая добыча угля на каждом месторождении составит в перспективе 10-12 млн тонн. В связи с этим ряд экспертов высказывают опасения относительно управленческих рисков передачи полномочий по управлению территориями от ОАО «Корпорация развития Дальнего Востока» частным иностранным компаниям [5].

С 2016 года на основании Постановления Правительства РФ № 614 от 22.06.2015 года «Об особенностях создания территорий социально-экономического развития на территориях монопрофильных муниципальных образований Российской Федерации» появилась возможность создавать ТОР в моногородах [6]. В отличие от обычных ТОР территории опережающего развития в моногородах создаются на срок 10 лет, с возможностью продления на 5 лет, и исключают производство подакцизных товаров (за исключением легковых автомобилей и мотоциклов), а также занятия такими видами деятельности, как добыча, переработка, транспортировка нефти и газа, лесозаготовка, оптовая и розничная торговля.

Постановление Правительства РФ № 614 от 22.06.2015 года «Об особенностях создания территорий социально-экономического развития на территориях монопрофильных муниципальных образований Российской Федерации» закрепляет правила (порядок) создания подобных ТОР, дополнительные требования к инвестиционным проектам и резидентам (в том числе минимальные суммы инвестиций и количество созданных рабочих мест), а также критерии создания ТОР. Данное постановление также обязывает Минэкономразвития России и органы исполнительной власти субъекта РФ и моногорода в соглашении о создании ТОР прописать показатели эффективности функционирования территории опережающего развития и их значения, а также порядок и формы отчетности о деятельности ТОР (ст. 13 Правил).

Таблица 2. Резиденты TOP моногородов

| № | Наименование TOP | Местонахождение | Число резидентов |
|----|------------------|-------------------------|------------------|
| 1 | Абаза | Республика Хакасия | 1 |
| 2 | Анжеро-Судженск | Кемеровская область | 7 |
| 3 | Бакал | Челябинская область | 5 |
| 4 | Белебей | Республика Башкортостан | 6 |
| 5 | Верхний Уфалей | Челябинская область | 3 |
| 6 | Вятские Поляны | Кировская область | 3 |
| 7 | Гуково | Ростовская область | 10 |
| 8 | Димитровград | Ульяновская область | 3 |
| 9 | Дорогобуж | Смоленская область | 2 |
| 10 | Емва | Республика Коми | 2 |
| 11 | Каспийск | Республика Дагестан | 3 |
| 12 | Кировск | Мурманская область | 7 |
| 13 | Кондопога | Республика Карелия | 2 |
| 14 | Краснокаменск | Забайкальский край | 5 |
| 15 | Краснотурьинск | Свердловская область | 5 |
| 16 | Кумертау | Республика Башкортостан | 11 |
| 17 | Набережные Челны | Республика Татарстан | 22 |
| 18 | Наволоки | Ивановская область | 1 |
| 19 | Надвоицы | Республика Карелия | 1 |
| 20 | Невинномысск | Ставропольский край | 2 |
| 21 | Нижнекамск | Республика Татарстан | 1 |
| 22 | Новоалтайск | Алтайский край | 1 |
| 23 | Новокузнецк | Кемеровская область | 2 |
| 24 | Новотроицк | Оренбургская область | 2 |
| 25 | Петровск | Саратовская область | 3 |
| 26 | Рузаевка | Республика Мордовия | 2 |
| 27 | Сарапул | Удмуртская Республика | 2 |
| 28 | Селенгинск | Республика Бурятия | 1 |
| 29 | Тольятти | Самарская область | 30 |
| 30 | Усолье-Сибирское | Иркутская область | 4 |
| 31 | Череповец | Вологодская область | 5 |
| 32 | Чусовой | Пермский край | 4 |
| 33 | Юрга | Кемеровская область | 3 |

К критериям создания TOP на территориях моногородов относятся:

- наличие потенциальных резидентов;
- наличие возможности обеспечить резидентов земельными участками, иным имуществом и ресурсами (в том числе кадровыми), которые возможно использовать для целей реализации инвестиционных проектов;
- наличие положительного сальдо объема дополнительных доходов, поступающих в бюджеты всех уровней по отношению к выпадающим доходам соответствующих бюджетов за период функционирования территории опережающего

развития;

- наличие сведений о создании TOP в документах стратегического планирования субъекта РФ;
- наличие успешного опыта реализации крупных инвестиционных проектов;
- отсутствие действующих льготных режимов на территории моногорода либо наличие обоснований целесообразности создания TOP на территории моногорода с учетом действующих льготных режимов;
- наличие в течение 3 лет, предшествующих дате подачи заявки о создании террито-

рии опережающего развития, среднесписочной численности работников градообразующей организации моногорода, достигшей 15 и более процентов среднесписочной численности работников всех организаций [7].

Первыми подобными ТОР стали «Гуково» в Ростовской области, «Набережные Челны» в Республике Татарстан и «Усолье-Сибирское» в Иркутской области, созданные в феврале 2016 года. По состоянию на июль 2018 года в РФ создано 33 ТОР на территории моногородов, с общим числом резидентов – 154. Лидирующее количество резидентов приходится на ТОР Тольятти, Набережные Челны, Кумертау и Гуково.

Реестр резидентов ТОР моногородов регулярно обновляется и публикуется на сайте Минэкономразвития России [8]. Проекты в рамках ТОР могут финансироваться Фондом

развития моногородов до 40 % от заявленной их суммы. Отраслевая направленность подобных ТОР достаточно широко диверсифицирована. Например, ТОР «Набережные Челны», учрежденная в целях создания рабочих мест вне градообразующего предприятия ПАО «КамАЗ», охватывает практически все виды деятельности: от рыболовства до фармацевтики. Учреждение ТОР моногородов инициируется региональными органами власти и закрепляется соответствующими постановлениями Правительства РФ, в которых определяются границы ТОР, перечень разрешенных на территории видов экономической деятельности и требования к резидентам в отношении минимальных сумм инвестиций и количества создаваемых рабочих мест (табл.3).

Таблица 3. Требования к некоторым ТОР на территориях моногородов

| Наименование ТОР | Число разрешенных видов деятельности (согласно ОКВЭД) | Минимальный объем инвестиций (млн руб.) | Минимальное число рабочих мест (ед.) | Постановление Правительства РФ о создании ТОР |
|------------------|---|---|--------------------------------------|---|
| Гуково | 17 | 5 | 20 | от 28.01.2016 № 45 |
| Набережные Челны | 24 | 50 | 30 | от 28.01.2016 № 44 |
| Рузавка | 25 | 2,5 | 10 | от 27.09. 2017 № 1165 |
| Белебей | 26 | 5 | 20 | от 29.12.2016 №1536 |
| Кумертау | 22 | 5 | 20 | от 29.12 2016 № 1550 |
| Бакал | 16 | 5 | 20 | от 06.03.2017 № 265 |
| Тольятти | 33 | 5 | 20 | от 28.09.2016 № 974 |

Источник: составлено авторами по [8].

Оценивая количество заявок на получение статуса резидента ТОР, выгоды функционирования предприятий на территории ТОР для бизнеса становятся очевидны. Однако, несмотря на в целом положительные трехлетние итоги функционирования ТОР в части оживления экономической ситуации в регионах и моногородах, в связи с появлением/строительством новых видов производств и объектов инфраструктуры, остается открытым вопрос об эффективности учреждения и функционирования ТОР в рамках государства в целом. На сегодняшний момент в создание инфраструктуры ТОР вложено более 5 млрд руб. федеральных средств, кроме того бюджеты всех уровней и ГВБФ недополучили доходы в форме выпадающих налогов и социальных отчислений. В то же время не ясно соотношение между объемом инвестируемых государственных ресурсов и средств, вложенных

частным бизнесом. Очевидна неэффективность вложения государством средств в ТОР с небольшим числом резидентов. Кроме того, при реализации точечной стратегии подъема отдельных территорий было бы целесообразно оценивать уровень их участия в цепочке формирования добавочной стоимости: отходить от рентной составляющей в пользу более высокотехнологичных и/или социально-значимых товаров и услуг.

В результате оценки действующего законодательства и трехлетней практики функционирования ТОР в России представляется возможным выделить ряд существенных их недостатков, в числе которых:

1. На управляющие компании ТОР возложена практически неограниченная и чрезмерно централизованная власть, но ФЗ № 473 не предусматривает ответственность управляю-

щих компаний за неверные действия/бездействие или злоупотребление своими полномочиями.

2. Функции управления и регулирования ТОР возложены исключительно на УК ТОР и наблюдательный совет, в то время как целесообразно было бы привлечь к решению ключевых вопросов, связанных с функционированием ТОР, основных заинтересованных лиц – резидентов.

3. Отсутствует единая методика оценки целесообразности открытия и эффективности деятельности ТОР, в то время как бюджетные затраты на их создание и поддержание функционирования велики.

4. Отсутствует единая сводная база данных, содержащая ключевую информацию по направлениям и результатам деятельности ТОР в России. Недостаточна информационная поддержка ТОР в средствах массовой информации.

5. Наличие широких возможностей для реализации через механизм ТОР мошеннических схем. Так, в связи с недоработкой ФЗ № 473 у резидентов ТОР имеется возможность, после получения от УК ТОР в собственности имущества, расторгнуть договор и утратить статус резидента, сохранив при этом имущество [9]. Этому, в частности, спо-

собствует ст. 16 ФЗ № 473: «Лицо, утратившее статус резидента, вправе распорядиться принадлежащим ему имуществом по своему усмотрению».

6. Возможность через механизм ТОР в ДФО увеличить и легализовать поток мигрантов, поскольку резиденты ТОР на основании ст. 351.5 ТК РФ имеют право привлекать иностранных работников без получения разрешений и вне рамок установленных квот.

7. Поскольку в рамках традиционных ТОР резиденты имеют право заниматься добычей полезных ископаемых, велик риск их использования иностранными компаниями в рентных целях.

Обозначенные проблемы требуют дальнейших теоретических и прикладных исследований с целью внесения корректировок в концепцию ТОСЭР и законодательных изменений в практику ее реализации.

Публикация подготовлена в рамках реализации гранта РФФИ «Импантация конкурентных технологий и финансово-экономических механизмов в ТОР как драйверы регионального развития (на примере Республики Башкортостан)» (проект № 18-410-020024)

Список литературы:

1. Федеральный закон № 473 от 29.12.2014 «О территориях опережающего социально-экономического развития в Российской Федерации». [Электронный ресурс]. Режим доступа: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_172962/

2. Валиев Ш.З., Неучева М.Ю. Оценка состояния и результатов функционирования особых экономических зон в России за 2014 год // Вестник УГНТУ. Наука, образование, экономика. Серия: Экономика. 2016. – № 1 (15). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/otsenka-sostoyaniya-i-rezultatov-funktsionirovaniya-osobyh-ekonomicheskikh-zon-v-rossii-za-2014-god> (дата обращения: 01.07.2018).

3. Приказ Минвостокразвития России от 27.02.2015 № 21 «Об утверждении примерной формы договора аренды имущества, расположенного в границах территории опережающего социально-экономического разви-

тия, заключаемого с резидентом территории опережающего социально-экономического развития, и методики расчета арендной платы по такому договору» (Зарегистрировано в Минюсте России 08.05.2015 № 37204). [Электронный ресурс]. Режим доступа: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_179520/

4. Министерство РФ по развитию Дальнего Востока. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://minvr.ru/activity/territorii-operezhayushchego-razvitiya/>

5. Кашина Н.В. Территории опережающего развития: новый инструмент привлечения инвестиций на Дальний Восток России // Экономика региона. – 2016. – Т. 12. – Вып. 2. – С. 569-585.

6. Постановление Правительства РФ от 22.06.2015 № 614 (ред. от 26.04.2017) «Об особенностях создания территорий опережающего социально-экономического развития на терри-

ториях монопрофильных муниципальных образований Российской Федерации (моногородов)». [Электронный ресурс]. Режим доступа: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_181759/

7. Критерии создания территорий опережающего социально-экономического развития на территориях монопрофильных муниципальных образований РФ (моногородов), в которых имеются риски ухудшения социально-экономического положения, и на территориях монопрофильных муниципальных образований РФ (моногородов) со стабильной экономической ситуацией. Утверждены постановлением Правительства Российской Федерации от 26 апреля 2017 г. № 494. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://docs.cntd.ru/document/420284305>

8. Реестр резидентов территорий опережающего социально-экономического развития, созданных на территории монопрофильных муниципальных образований. [Электронный ресурс]. Режим доступа: / <http://economy.gov.ru/minec/activity/sections/econreg/monitoringmonocity/2016160505>

9. Тасалов Ф. Территории опережающего развития: зачем и кому они нужны. [Электронный ресурс]. Режим доступа: / https://zakon.ru/blog/2015/1/20/territorii_operezhayushhego_razvitiya_zachem_i_komu_oni_nuzhny (дата обращения: 11.07.2018).

References

1. Federal law № 473 of 29.12.2014 «The territories of advanced social and economic development in the Russian Federation». [Electronic resource] Access: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_172962/

2. Valiev S.Z., Neucheva M.Yu. Assessment of the status and results of functioning of special economic zones in Russia in 2014. Bulletin of the Ufa State Petroleum Technological University. Science, education, Economics. Series: Economy. – 2016. – № 1 (15). [Electronic resource] Access: URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/otsenka-sostoyaniya-i-rezultatov-funktsionirovaniya-osobyh-ekonomicheskikh-zon-v-rossii-za-2014-god> (date accessed: 01.07.2018).

3. Order of Ministry of Russian Economic Development № 21 of 27.02.2015 «About the

statement of the approximate form of the lease agreement of the property located in borders of the territory of the advancing social and economic development signed with the resident of the territory of the advancing social and economic development and the method of calculation of the rent under such agreement « (registered in the Ministry of justice of Russia of 08.05.2015 № 37204). [Electronic resource.] Access: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_179520/

4. Russian Ministry for the development of the Far East. [Electronic resource.] Mode of access: <https://minvr.ru/activity/territorii-operezhayushchego-razvitiya/>

5. Kashina N. Advanced development areas: a new tool to attract investment to the Far East of Russia. Economy of region. – 2016. – Vol. 12. – Issue 2. – P. 569-585

6. The Government decree on 22.06.2015 № 614 (ed. by 26.04.2017) «The specifics of creating territories of advanced socio-economic development in the territories monoprofile municipal formations of the Russian Federation (monotowns)». [Electronic resource.] Access: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_181759/

7. Criteria for creating territories of advanced socio-economic development in the territories monoprofile municipal formations of the Russian Federation (monotowns), in which there are risks of deterioration of the socio-economic status, and territories monoprofile municipal formations of the Russian Federation (monotowns) with a stable economic situations (approved by the order of the Government of the Russian Federation of April 26. - 2017. - № 494). [Electronic resource.] Access: <http://docs.cntd.ru/document/420284305>

8. Register of residents of territories of advanced socio-economic development, created on the territory of single-industry municipalities. [Electronic resource] Access: / <http://economy.gov.ru/minec/activity/sections/econreg/monitoringmonocity/2016160505>

9. Tasalov F. The advanced development territories: why and who needs them. [Electronic resource.] Access: https://zakon.ru/blog/2015/1/20/territorii_operezhayushhego_razvitiya_zachem_i_komu_oni_nuzhny



Клименков Г.В.

Klimenkov G.V.

*кандидат технических наук, доцент,
старший научный сотрудник,
Пермский филиал ФБГУН «Институт экономики
Уральского отделения Российской академии наук»,
г. Пермь, Российская Федерация*

УДК 332.1 (470.5)

СИНХРОНИЗАЦИЯ МЕХАНИЗМА ВЗАИМОСВЯЗИ ПРЕДПРИЯТИЙ ПРОМЫШЛЕННОГО РЕГИОНА

В статье рассматривается развитие региональной производственной кооперации промышленных предприятий и организаций Пермского края (ПК), состояние и перспективы механизма взаимосвязи предприятий и организаций регионального промышленного комплекса.

Большое число предприятий традиционно взаимосвязаны между собой, удовлетворяя потребности по функционированию и развитию производств по выпуску готовой продукции по объему и ассортименту, по функционированию и развитию традиционных производственных кластеров региона. Меняются формы взаимодействия предприятий. Множество предприятий объединяются вокруг одного основного предприятия, одной основной корпорации по выпуску продукции. Появляются и новые предприятия, новые производства, которые создаются на основе кооперации деятельности имеющихся предприятий и организаций. Предложена методика по оценке эффективности образовавшихся кооперационных связей предприятий и организаций (субконтрактора и контрактора).

Все виды кооперации влияют на уровень доверия, на уверенность партнеров по ведению общего бизнеса. Региональная кооперация предполагает кооперацию по всему спектру сотрудничества (ресурсная, производственная, обслуживающая, финансовая).

В промышленной кооперации следует стремиться к снижению сроков выполнения заказов, к снижению суммарных затрат и высвобождению производственных площадей (в разумных пределах), к выпуску продукции по импортозамещению; к выпуску продукции более высокого качества, востребованной для поставки на экспорт.

Проводить синхронизацию работы предприятий и организаций следует в логике организации промышленной кооперации (субконтрактации), которая является основой для повышения эффективности промышленного производства. Для составления ключевых этапов синхронизации механизма взаимосвязи предприятий регионального промышленного комплекса используется следующий принцип организации кооперации – предприятиями в договорах по кооперации определяются: а) объемы поставок; б) сроки поставок; в) качество поставок; г) рыночная и договорная цена продукции.

Комплекс мер по улучшению функционирования «механизма взаимосвязи» предприятий при кооперации: развитие кооперации за счет целенаправленной деятельности регионального центра инжиниринга; меры государственной поддержки промышленности Пермского края; развитие малого, среднего и крупного бизнеса; развитие частно-государственного партнерства, создание индустриальных парков, технопарков, развитие промышленных площадок в моногородах Пермского края, содействие формированию кластеров (промышленных округов).

Ключевые слова: система взаимосвязи предприятий и организаций, региональный промышленный комплекс, региональная производственная кооперация.

SYNCHRONIZATION OF THE MECHANISM OF INTERACTION OF THE ENTERPRISES OF INDUSTRIAL REGION

The article deals with the development of regional industrial cooperation of industrial enterprises and organizations of the Perm region, the state and prospects of the mechanism of interaction of enterprises and organizations of the regional industrial complex.

A large number of enterprises are traditionally interconnected, meeting the needs for the operation and development of production for the production of finished products in terms of volume and range, the functioning and development of traditional production clusters in the region. Forms of interaction between enterprises are changing. Many enterprises are United around one main enterprise, one main Corporation for production. There are also new enterprises, new productions, which are created on the basis of cooperation of activities of existing enterprises and organizations. The technique for assessing the effectiveness of the formed cooperative relations of enterprises and organizations (subcontractor and contractor) is proposed.

All types of cooperation affect the level of trust, the confidence of partners in the conduct of common business. Regional cooperation involves cooperation on the whole range of cooperation: resource, production, service, financial.

In industrial cooperation, we should strive to reduce the terms of execution of orders, to reduce the total cost and release of production space (within reasonable limits), to produce products for import substitution; to produce products of higher quality, in demand for export.

Synchronization of the work of enterprises and organizations should be carried out in the logic of the organization of industrial cooperation (subcontracting), which is the basis for improving the efficiency of industrial production. For the compilation of the key stages of the synchronization of the mechanism of interaction of the enterprises of the regional industrial complex uses the following principle of organization of cooperation with enterprises in the agreements on cooperation are defined: a) the volume of supply; b) delivery; c) quality of supply; d) market and contract price of the products.

A set of measures to improve the functioning of the «mechanism of interaction» of enterprises in cooperation: the development of cooperation through the targeted activities of the regional engineering center; measures of state support for the industry of the Perm region; the development of small, medium and large businesses; the development of private-public partnership, the creation of industrial parks, technoparks, the development of industrial sites in single-industry towns of the Perm region, the promotion of clusters (industrial districts).

Key words: system of interrelation of enterprises and organizations, regional industrial complex, regional production cooperation

Промышленность Пермского края, предприятия и организации представляют множество ведущих отраслей региона и РФ.

При этом многие предприятия традиционно взаимосвязаны между собой, удовлетворяя потребности по функционированию и развитию производств по выпуску готовой продукции по объему и ассортименту, по функционированию и развитию традиционных производственных кластеров региона.

Меняются формы взаимодействия предприятий. Множество предприятий объединяются вокруг одного основного предприятия, одной основной корпорации по выпуску продукции.

Появляются и новые предприятия, новые производства, которые создаются на основе кооперации деятельности имеющихся предприятий и организаций.

Системный анализ деятельности предприятий в направлении кооперации предприятий и организаций промышленности в Пермском

крае пока не ведется. Для организации системной работы Министерством промышленности, предпринимательства и торговли ПК в 2017 году создан в правовом статусе НП Фонд «Региональный центр инжиниринга» (далее – РЦИ) [1]. РЦИ в проектом режиме строит всю организационную работу с предприятиями и организациями ПК.

На данный момент 22 предприятия участвуют в реализации проектов для ПАО «Газпром», выстраивается работа по кооперации с федеральными холдингами и крупными региональными компаниями Пермского края: ООО «Еврохим – Усольский калийный комбинат», ПАО «Уралкалий», ПАО «СИБУР Холдинг», ООО «Лукойл-Пермь», с предприятиями в сфере ОПК и др.

Например, в оборонно-промышленном комплексе (ОПК) – кооперация предприятий в выпуске продукции ведется по давно установленному производственному сотрудничеству, когда продукция с одного завода является эле-

ментами и комплектующими для второго. В сфере деятельности предприятий «Газпром» и «Лукойл» работа строится по ключевым направлениям, вплоть до импортозамещения. Устанавливаются и новые связи между предприятиями для решения проблем выпуска продукции предприятием-субконтрактором с участием предприятий контракторов, что делается, прежде всего, для упрощения работы предприятия субконтрактора в традиционном укладе (когда на одном предприятии производится весь объем работ по выпуску продукции, от сырья до готового изделия, складирования и отправки транспортом). Производится передача предприятиям-контракторам доли в производстве продукции или части всего производства (метизы, изготовление прессформ, выплавка и изготовление деталей из композиционных материалов, порошковой металлургии и т.п.).

Повторимся, пока анализ эффективности работы по кооперации предприятий не ведется, т.к. многие предприятия при готовности проекта от РЦИ не принимают дальнейшего участия в совместной работе, либо из-за малых объемов производства, либо по причине недоверия, неуверенности предприятий в дальнейшей совместной производственной деятельности, поскольку кооперация включает в себя решение целого ряда вопросов по следующим направлениям – ресурсная, производственная, потребительская, обслуживающая и финансовая кооперация.

Развитие региональной кооперации предприятий также требует разработки и ведения специальных государственных документов планирования и управления. Целями социально-экономического развития Пермского края определяется актуальность развития внутрикраевой производственной кооперации. Краевая кооперация (ресурсная, производственная, потребительская, обслуживающая, финансовая), содействуя инновационному развитию экономики Пермского края, находит применение продукции регионального производства, что позволяет повысить выпуск или отказаться от ввоза её из-за пределов ПК.

Желая улучшить механизм управления эффективностью производства, предприятия ПК предполагают использовать преимуще-

ства производственной кооперации, которая даёт возможность увеличить объём выпуска продукции, загрузить имеющиеся неиспользуемые производственные мощности, а в ряде случаев отказаться от непрофильных и нерентабельных производств.

Производственные мощности на многих предприятиях используются не полностью и готовы на выгодных условиях изготавливать продукцию по кооперации на свободных площадях. Необходимо расширить сферу региональной кооперации до уровня совместной производственно-технологической, агрегатной кооперации. Производственная кооперация в регионе должна осуществляться с учётом проведения ценовой политики, устраивающей все участвующие в кооперации стороны.

Проблемы, влияющие на развитие региональной производственной кооперации Пермского края [2, 3, 4], должны быть учтены в разрабатываемых государственных документах планирования и управления промышленностью [5, 6].

На что следует обратить внимание?

Повышение доверия предприятий

Региональная кооперация предполагает кооперацию по всему спектру сотрудничества: ресурсная (сырье, ресурсы: комплектующие, кадры и т.п.); производственная (существующие и создаваемые промышленные предприятия и производства, на крупных, средних и малых предприятиях, генеральные контракторы, специализированные субконтракторы и поставщики и т.п.); потребительская (товар, изделия, элементы изделия); обслуживающая (по выпуску продукции и элементов продукции, инжиниринг, субконтракция и т.п.); финансовая (инвестирование, формирование паевых взносов и фондов по развитию производств, кредитование и т.п.). Все виды кооперации влияют на уровень доверия, на уверенность партнеров по ведению общего бизнеса. Основными целями развития региональной производственной кооперации в сфере обрабатывающих производств являются: повышение эффективности работы промышленных предприятий ПК; увеличение доходов регионального бюджета; повышение конкурентоспособности малых и средних промыш-

ленных предприятий; разработка механизма взаимосвязи предприятий и организаций регионального промышленного комплекса; синхронизация предприятий и организаций регионального промышленного комплекса (синхронизация – когда требуется слаженное выполнение или протекание нескольких процессов, для одинаковых или соответствующих элементов процессов совершались бы с некоторым постоянным сдвигом по времени или одновременно [2]); развитие эффективных форм партнерских отношений между предприятиями.

Необходимо вести экономический анализ состояния промышленной кооперации в Пермском крае

Это несложно сделать в рамках деятельности Фонда «Региональный центр инжиниринга» (РЦИ), который развивает свою работу в проектном режиме, начиная со стратегирования развития предприятий. Оценку эффективности образовавшихся кооперационных связей предприятий и организаций (субконтрактора и контрактора) можно осуществлять, например, по двум критериям оценки развития: добавленная стоимость и эффективность использования труда и капитала [7; С. 84].

Критерий 1: добавленная стоимость – это стоимость проданного предприятием (субконтрактором) продукта минус стоимость материалов, купленных и использованных предприятием для его производства. Для аналитических целей рассчитывается коэффициент создания добавленной стоимости (КСДС):

$$\text{Добавленная стоимость} = \text{Выручка} - \text{Материальные затраты}$$

$$\text{КСДС} = \frac{\text{Добавленная стоимость}}{\text{Выручка}}$$

Критерий 2: производительность факторов экономического роста (TFP - Total Factor Productivity) – эффективность использования труда и капитала.

Эффективность использования труда и капитала при производстве продукции субконтрактором считается как индекс производительности труда + индекс фондоотдачи.

$$\text{TFP} = \text{Индекс}_{\text{производительность труда}} + \text{Индекс}_{\text{фондоотдача}}$$

Индекс $\frac{\text{производительность труда}}{\text{фондоотдача}}$ – это индекс, который отражает динамику работы в отчетном периоде в сравнении с базовым.

Индекс $\frac{\text{фондоотдача}}{\text{фондоотдача}} = \frac{\sum \bar{O}1}{\sum \bar{O}0}$
 $\bar{O}1, \bar{O}0$ – средние за периоды стоимости основных производственных фондов в отчетном периоде по сравнению с базовым.

К чему необходимо стремиться в промышленной кооперации

Следует стремиться к снижению сроков выполнения заказов, к снижению суммарных затрат и высвобождению производственных площадей (в разумных пределах), к выпуску продукции по импортозамещению; к выпуску продукции более высокого качества, востребованной для поставки на экспорт.

Для производства продукции часто требуется проводить синхронизацию работы предприятий и организаций, когда нужно слаженное выполнение или протекание нескольких процессов, для одинаковых или соответствующих элементов процессов с некоторым постоянным сдвигом по времени или одновременно [2].

Проводить синхронизацию работы предприятий и организаций следует в логике организации промышленной кооперации (субконтракта), которая является основой для повышения эффективности промышленного производства.

Субконтракта предполагает взаимодополняемость крупных предприятий.

Как правило, крупные промышленные предприятия находятся в роли генеральных контракторов. Средние и малые промышленные предприятия выступают в роли поставщиков или специализированных субконтракторов.

Генеральный контрактор оставляет за собой только те производства, за счет которых обеспечивается рост добавленной стоимости и достигаются конкурентные преимущества продукции. Неэффективные непрофильные производства передают предприятиям, которые имеют такую специализацию.

Генеральному контрактору следует планировать собственное производство комплектующих только в случае, если не удалось получить его по аутсорсингу.

В качестве контракторов часто выступают промышленные предприятия, которые

выпускают станки, инструменты, средства транспорта и т.п., для сборки которых требуется большое число комплектующих и деталей. Такие предприятия и организации имеют составляющие производства как НИ-ОКР, начиная от изготовления и маркетинга и заканчивая сборкой и упаковкой. Все это значительно уменьшает сроки выпуска изделий, определяет сертификацию, производительность и конкурентоспособность производства, снижает запасы на складах и повышает оборачиваемость средств.

Достоинством субконтрактации является уровень себестоимости комплектующих и услуг от малых и средних промышленных предприятий из-за низких накладных расходов. Покупку комплектующих следует осуществлять на основе тендера, что позволит получить снижение цен по каждой позиции и уменьшение себестоимости готовой продукции. Также сокращается объем капиталовложений в средства производства, происходит экономия финансовых средств, сокращается штат управленцев.

В роли субконтракторов могут находиться и крупные промышленные предприятия, имеющие излишки мощностей, отдельные цеха, наделенные экономической самостоятельностью.

Малые предприятия формируют заказ на производство деталей, комплектующих, выполнение производственных процессов (например, таких как изготовление прессформ, обработка деталей), востребованных для выполнения крупного заказа, т.е. предприятие находится в роли контрактора.

Преимущество от применения кооперации – это возможность сформировать все необходимые ресурсы и усилия на производствах, определяющих конкурентоспособность продукции и предприятия.

В этом ключе и строится синхронизация механизма взаимосвязи предприятий промышленного региона.

Основной принцип по развитию кооперации на предприятиях Пермского края

За 2017 год, при содействии Центра субконтрактации, заключено 60 соглашений о

промышленной кооперации крупных, средних и малых предприятий. На территории Пермского края в 2017 году сформированы 2 новых промышленных кластера сельскохозяйственного машиностроения и композитных материалов, которые будут реализованы с применением кооперации предприятий. На конец 2017 года в Пермском крае действовало 6 кластеров, которые построены на кооперации работы предприятий: инновационный территориальный кластер «Фотоника», инновационный территориальный кластер «Новый Звёздный», промышленный кластер «Фотоника», промышленный «Фармацевтический кластер», промышленный кластер «Композиты Прикамья», промышленный кластер «Сельскохозяйственного машиностроения Пермского края».

В целях реализации Закона Пермского края от 3 марта 2015 г. № 440-ПК «О промышленной политике в Пермском крае», в 2017 году с предприятиями, реализующими на территории Пермского края инвестиционные проекты, направленные на создание промышленных производств, заключено 2 специальных инвестиционных контракта: с ОАО «Новые фитинговые технологии» и с АО «Сибур-Химпром».

Для демонстрации работы предприятий с использованием кооперации приведем следующие иллюстрации. Индекс промышленного производства по сравнению с РФ и ПФО в 2012-2018 гг. приведен на рисунке 1, пример организации кооперации с крупными заказчиками приведен на рисунке 2, примеры по организации кластерного развития, основанные на кооперации предприятий, приведены на рисунке 3. На рисунке 4 приведены проекты диверсификации производства предприятий оборонно-промышленного комплекса (ОПК): АО «Соликамский завод «Урал», ПАО «Искра», ФКП «Пермский пороховой завод», АО «Пермский завод «Машиностроитель», АО «Мотовилиха – гражданское машиностроение», ПАО «Протон-ПМ», АО «НИИПМ» и др. (всего 15 проектов, общая стоимость проектов – 4 млрд рублей, создание новых рабочих мест – 706).



Рисунок 1. Индекс промышленного производства,%, в сравнении с РФ и ПФО, 2012-2017гг



Рисунок 2. Кооперация с крупными заказчиками



Рисунок 3. Кластерное развитие

| Эффект для Пермского края |
|---|
| <p>КОЛИЧЕСТВО ПРОЕКТОВ</p> <p>15</p> <p>ОБЩАЯ СТОИМОСТЬ ПРОЕКТОВ</p> <p>4 млрд. руб.</p> <p>НОВЫХ РАБОЧИХ МЕСТ</p> <p>706</p> |
| <p>АО "Соликамский завод "Урал"</p> <p>лакокрасочные материалы с повышенными техническими характеристиками</p> |
| <p>ПАО НПО «Искра»</p> <p>газоперекачивающие агрегаты мощностью 4...32 МВт</p> <p>центробежные компрессоры мощностью 6...25 МВт</p> <p>стеклопластиковые резервуары для хранения агрессивных сред</p> |
| <p>ФКП «Пермский пороховой завод»</p> <p>сферические пороха гражданского назначения</p> <p>термопластик для дорожной разметки</p> |
| <p>АО «Пермский завод «Машиностроитель»</p> <p>узлы мотогондол и двигателей для ПД-14</p> |
| <p>АО «Мотовилиха – гражданское машиностроение»</p> <p>немагнитные буровые трубы</p> <p>телеметрическая система мониторинга траектории ствола скважины</p> <p>установки управления буровым инструментом</p> |
| <p>ПАО «Протон-ПМ»</p> <p>металлообрабатывающие центры</p> <p>одноступенчатые вертикальные насосные агрегаты высокого давления</p> <p>энергетические агрегаты для утилизации попутного нефтяного газа</p> |
| <p>АО «НИИПМ»</p> <p>ПАВ «Тамолекс»</p> <p>алкилполиглюкозиды</p> |

Рисунок 4. Проекты диверсификации производства предприятий оборонно-промышленного комплекса (ОПК)

Для составления ключевых этапов синхронизации механизма взаимосвязи предприятий регионального промышленного комплекса (РПК) используется следующий принцип организации кооперации (рис. 5). Предприяти-

ями в договорах по кооперации определяются: а) объемы поставок; б) сроки поставок; в) качество поставок; г) рыночная и договорная цена продукции [9-11].

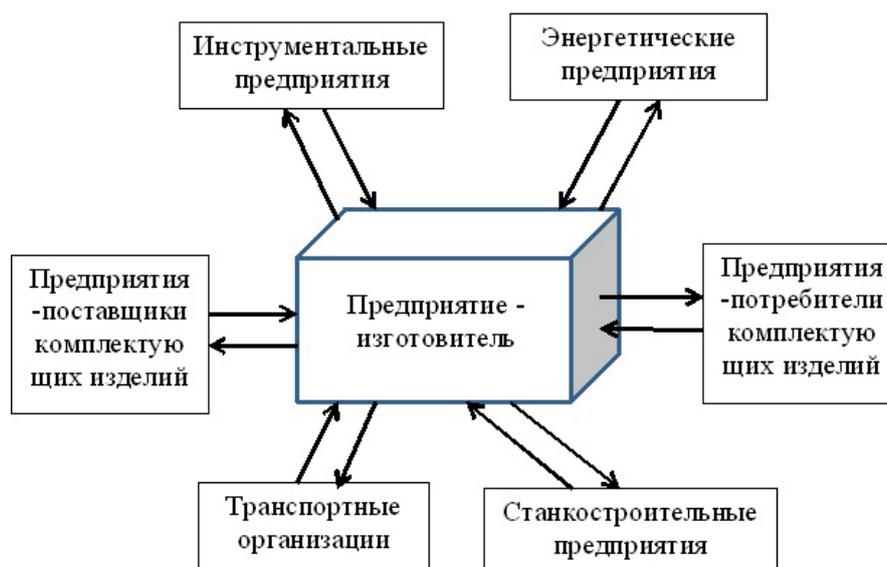


Рисунок 4. Принцип организации кооперации предприятий

Комплекс мер по улучшению функционирования «механизма взаимосвязи» предприятий при кооперации

Комплекс мер определен в Концепции промышленной политики Пермского края [7].

1. Развитие кооперации за счет целенаправленной деятельности РЦИ [7; С. 51, 8].

2. Меры государственной поддержки промышленности Пермского края [7; С. 52].

3. Развитие малого, среднего и крупного бизнеса [7].

4. Развитие частно-государственного пар-

тернства [7; С. 33], создание индустриальных парков [7; С. 35], технопарков [7; С. 37], развитие промышленных площадок в моногородах Пермского края [7; С. 38], содействие формированию кластеров (промышленных округов). [7; С. 56]

Статья подготовлена в соответствии с государственным заданием ФАНО России для ФГБУН «Институт экономики УрО РАН» на 2018 г.

Список литературы

1. Региональный оператор по решению технологических и инженерных задач промышленности [Электронный ресурс]. – URL: <https://cloud.mail.ru/public/BhCS/LDt1rEfAi> (дата обращения: 10.05.2018).

2. В Курганской области развитие малого бизнеса – стратегическое направление // Деловая пресса, Новости малого бизнеса № 35 (381) от 08.09.2006 [Электронный ресурс]. – URL: http://businesspress.ru/newspaper/article_mId_44_aId_392623.html (дата обращения: 12.03.2018).

3. Родионова В.Н. Понятие и механизм синхронизации производственных процессов // Теория и методы организации производства. - Воронеж: Воронежский государственный технический университет. - Т. 46. - 2010. - № 3. – С. 15-18

4. Трапезников А.А. Развитие производственной кооперации в региональном промышленном комплексе: Автореф. дис. ... канд. экон. наук. - Екатеринбург, 2011 – 30 с.

5. Модернизация социально-экономического развития муниципальных образований: В 2 т. / РАН, УрО, Ин-т экономики; под общ. ред. А.И. Татаркина; [редкол.: А.И. Татаркин (предисл.) и др.]. – М.: Издательство «Экономика», 2006., 1 т. - 445 с., 2 т. - 481 с.

6. Научные, методические и информационные материалы по разработке и реализации Стратегии, Стратегического плана и Программы устойчивого развития муниципального образования // Под научн. ред. к.т.н., Г.В. Клименкова / Пермский филиал Института экономики Уральского отделения Российской академии наук. – Пермь: Издательский дом «Ника», 2008 – 322 с.

7. Концепция промышленной политики Пермского края до 2020 года [Электронный ресурс]. – URL: <https://cloud.mail.ru/public/FJew/MRsuVawpH> (дата обращения: 10.05.2018).

8. Каталог продукции предприятий Пермского края [Электронный ресурс]. – URL: <https://cloud.mail.ru/public/Ghyi/QK3TwncWG> (дата обращения: 10.05.2018).

9. Предложение от АО «ОДК-Пермские моторы» для организации работы с предприятиями-смежниками [Электронный ресурс]. – URL: <https://cloud.mail.ru/public/2K8c/HLTh4z3uU> <https://cloud.mail.ru/public/GbCx/>

iQcMP9Uo8 (дата обращения: 10.05.2018).

10. Предложение от АО «Искра-Авигаз» [Электронный ресурс]. – URL: <https://cloud.mail.ru/public/HKqz/7xHaWuMSj> <https://cloud.mail.ru/public/HVFB/ce8FP2XbE> (дата обращения: 10.05.2018).

11. Анкета для проведения оценки производства и системы менеджмента качества при изготовлении продукции для АО «ОДК-ПМ» [Электронный ресурс]. – URL: <https://cloud.mail.ru/public/K1R8/aEajVGJqJ> (дата обращения: 10.05.2018).

References

1. Regional operator for solving technological and engineering problems of the industry [Electronic resource]. – URL: <https://cloud.mail.ru/public/BhCS/LDt1rEfAi> (date accessed: 10.05.2018).

2. In the Kurgan region development of small business-a strategic direction // Business press, Small business news. No 35 (381) from 08.09.2006 [Electronic resource]. – URL: http://businesspress.ru/newspaper/article_mId_44_aId_392623.html (date accessed: 12.03.2018).

3. Rodionova V.N. The concept and mechanism of synchronization of production processes // Theory and methods of organization of production of the Federal state budgetary educational institution of higher professional education. Voronezh: Voronezh state technical University. - Vol. 46. - 2010. - № 3. – P. 15-18.

4. Trapeznikov A. A. development of industrial cooperation in the regional industrial complex: Thesis abstract for the degree of candidate of Economics / Ekaterinburg, 2011. - 30 p.

5. Modernization of the socio-economic development of municipalities: In 2 vol. / RAS, Ural branch, Institute of economy; under the General editorship of A.I. Tatarkin; [redkol.: A.I. Tatarkin (Preface.), etc.]. - M.: JSC «publishing house «Economy», 2006., 1 vol. – 445 p., Vol. 2. - 481 p.

6. Scientific, methodological and informational materials on the development and implementation of the Strategy, Strategic plan and program of sustainable development of the municipality. ed. Ph. D., G.V. Klimentkova / Perm branch of the Institute of Economics of the Ural branch of the Russian Academy of Sciences. – Perm.: LLC «Publishing house «Nika», 2008 – 322 p.

7. The concept of industrial policy of the Perm region until 2020 [Electronic resource]. – URL: <https://cloud.mail.ru/public/FJew/MRsuVawpH> (date accessed: 10.05.2018).
8. Catalog of products of enterprises of the Perm region [Electronic resource]. – URL: <https://cloud.mail.ru/public/Ghyi/QK3TwncWG> (date accessed: 10.05.2018).
9. Proposal from JSC «UEC-Perm motors» for the organization of work with related enterprises [Electronic resource]. – URL: <https://cloud.mail.ru/public/2K8c/HLTh4z3uU> <https://cloud.mail.ru/public/GbCx/iQcMP9Uo8> (date accessed: 10.05.2018).
10. The offer from JSC «Iskra-Avigaz» [Electronic resource]. – URL: <https://cloud.mail.ru/public/HKqz/7xHaWuMSj> <https://cloud.mail.ru/public/HVfb/ce8FP2XbE> (date accessed: 10.05.2018).
11. Questionnaire for the assessment of production and quality management system in the manufacture of products for JSC «UEC-PM» [Electronic resource]. – URL: <https://cloud.mail.ru/public/K1R8/aEajVGJqJ> (date accessed: 10.05.2018).



Баландин Д.А.
Balandin D.A.

*кандидат экономических наук, старший научный сотрудник,
Пермский филиал Института экономики
Уральского отделения Российской академии наук
г. Пермь, Российская Федерация*

УДК 06.61.33

УПРАВЛЕНИЕ РАЗВИТИЕМ ИНФРАСТРУКТУРЫ СЕЛЬСКИХ ТЕРРИТОРИЙ НА ИННОВАЦИОННОЙ ОСНОВЕ

Статья посвящена изучению аспектов управления развитием инфраструктуры сельских территорий. Методологическую базу исследования составили фундаментальные положения экономической теории, а также научные работы ведущих зарубежных и отечественных ученых, раскрывающие закономерности регионального, инновационного и инфраструктурного развития. Информационной основой послужили официальные статистические данные, положения нормативно-правовой базы Российской Федерации и результаты собственных исследований автора. При работе использовались методы сравнительного, стратегического и факторного анализа. Для подтверждения целесообразности научного осмысления была выдвинута гипотеза о том, что в современных условиях практическое обновление инфраструктурного комплекса требует разрешения целого ряда проблем, связанных с внедрением передовых методов управления, инновационным перевооружением аграрной экономики, пересмотром роли и значения сельских территорий на федеральном и региональном уровнях, повышением уровня жизни населения. Сформулированная гипотеза обусловила выбор объекта, цели и задачи статьи. Объект исследования – инфраструктура сельских территорий. Цель – исследование системных аспектов управления развитием инфраструктуры сельских территорий на инновационной основе. Задачи – раскрыть системное содержание инфраструктуры сельских территорий и актуализировать управленческие процессы реализации инновационных направлений инфраструктурного развития.

В ходе доказательства гипотезы и достижения цели и задач были получены результаты, определяющие теоретическую ценность и практическую новизну статьи. Установлено следующее: системное содержание инфраструктуры сельских территорий заключается в том, что это общественно-вспомогательный капитал, обеспечивающий процессы производства и жизнедеятельности; локализованный на конкретном пространстве комплекс институциональных мер и стимулирующих условий, направленных на развитие территориальной экономики на инновационной основе; совокупность хозяйственных, инженерных, социальных, природоохранных объектов и институциональной настройки, обеспечивающих воспроизводственные процессы аграрного социума. Актуализированы процессы реализации инновационных направлений инфраструктурного развития, востребованные в современной практике управления. Отмечено, что для реализации целей развития инфраструктуры сельских территорий на инновационной основе необходим соответствующий управленческий инструментарий, который сегодня становится одним из ключевых факторов, влияющих на жизнедеятельность аграрного социума. Определено, что имеющийся опыт управления развитием инфраструктуры сельских территорий требует дальнейшего системного анализа, обобщения и теоретического осмысления.

Ключевые слова: инфраструктура, концептуальные направления, сельские территории, устойчивое развитие, передовые методы управления, инновационный подход, перспективные инновации.

DEVELOPMENT OF INFRASTRUCTURE DEVELOPMENT OF RURAL TERRITORIES ON THE INNOVATIVE BASIS

The article is devoted to the study of the management aspects of rural infrastructure development. The methodological basis of the study was the fundamental provisions of economic theory, as well as the scientific work of leading foreign and domestic scientists, revealing the patterns of regional, innovative and infrastructural development. Informational basis was the official statistical data, the provisions of the regulatory framework of the Russian Federation and the results of the author's own research. At work, methods of comparative, strategic and factor analysis were used. To confirm the expediency of scientific understanding, the hypothesis was advanced that in modern conditions the practical renovation of the infrastructure complex requires resolving a number of problems related to the introduction of advanced management methods, the innovative re-equipment of the agrarian economy, the revision of the role and significance of rural areas at the federal and regional levels, living standard of the population. The formulated hypothesis determined the choice of the object, purpose and objectives of the article. The object of the study is the rural infrastructure. The aim is to study the systemic aspects of managing the development of rural infrastructure on an innovative basis. The tasks are to reveal the system content of the rural territories infrastructure and to update the managerial processes of implementing innovative directions of infrastructure development.

During the proof of the hypothesis and the achievement of the goal and objectives, results were obtained that determined the theoretical value and practical novelty of the article. Established - the system maintenance of the infrastructure of rural areas is that it: the social and auxiliary capital, providing production and life processes; localized on a specific space a set of institutional measures and incentive conditions aimed at the development of a territorial economy on an innovative basis; a set of economic, engineering, social, nature protection facilities and institutional settings that ensure the reproduction processes of the agrarian society. The processes of implementation of innovative directions of infrastructural development, which are in demand in modern management practice, are actualized. It is noted that in order to realize the goals of rural infrastructure development on an innovative basis, it is necessary to have appropriate management tools, which today becomes one of the key factors affecting the livelihoods of the agrarian society. It is determined that the experience of managing the development of rural infrastructure requires further system analysis, generalization and theoretical comprehension.

Keywords: infrastructure, conceptual directions, rural territories, sustainable development, advanced management methods, innovative approach, promising innovations.

Сельские территории России – самостоятельный сегмент общественного устройства нашей страны, обладающий муниципальными органами управления, регулируемыми с определенной долей самостоятельности процессы развития, основанные на имеющихся ресурсах, сложившейся структуре экономики, типах воспроизводственных отношений, традиционном укладе аграрного населения.

Сельским территориям Российской Федерации в планетарной структуре принадлежат до 9 % пашни, 2,5 % пастбищ и пятая часть запасов пресной воды. По официальным статистическим данным, в них проживает порядка четверти населения страны. В то же время, несмотря на огромный потенциал, в течение многих десятилетий сельские территории

остаются на периферии государственных и общественных интересов. И только резкое обострение геополитической обстановки, наряду с волеизъявлением органов государственного управления и запросами определенных бизнес-кругов, позволили сельским территориям по ряду производимой продукции выйти на ведущие позиции в экономике России. При этом предпринятые органами государственного управления меры обеспечили только стабилизацию агропромышленных процессов, но не затронули многие аспекты социально-экономического развития и совершенствования управления инфраструктурной сферой [1; С. 324].

Инфраструктура сельских территорий представляет собой совокупность производ-

ственных, инженерных, социальных, природоохранных объектов и соответствующей институциональной настройки, обеспечивающих агропромышленную и иные виды экономической деятельности, а также воспроизводство аграрного социума.

Недооценка роли построения и функционирования адекватного инструментария системы управления развитием инфраструктуры сельских территорий, его теоретико-методологического обоснования приводит к потерям конкурентных преимуществ отечественной аграрной экономики, сужает возможности государственных мер социального обеспечения. Именно поэтому развитие инфраструктуры сельских территорий на инновационной основе должно стать объектом особого внимания со стороны органов государственного и муниципального управления, а также научной общественности, что и определяет актуальность цели и задач данной статьи.

Многогранность проблем выработки системных основ управления инфраструктурным развитием на инновационной основе, в том числе в сельских территориях, освещается в научных исследованиях многих российских и зарубежных ученых-экономистов.

Й. Шумпетер, раскрывая содержание «развития» как осуществления новых комбинаций, в числе последних отметил управленческие инновации и подчеркнул их важность для повышения качества производственных процессов [2; С. 159]. В «Экономикс» К. Макконнелла и С. Брю – учебнике, ставшем ныне классическим для российской системы высшего профессионального образования, содержится вывод о растущей зависимости эффективности сельского хозяйства от поддерживающей инфраструктуры и, одновременно, росте ее капитализации [3; С. 736]. О роли инноваций, повышающих конкурентоспособность аграрной деятельности и производительность ресурсов, а также нивелирующих природные недостатки территорий, писал М. Портер в своем знаменитом труде «Конкуренция» [4; С. 439].

Глубокий анализ современных тенденций в Евросоюзе позволил Ф. Мантино сделать заключение о кризисе отраслевой и перспективах территориальной концепции и модели развития сельских территорий, сконцентри-

рованных на диверсификации аграрной экономики и сглаживании инфраструктурных неравенств. Новая парадигма многоуровневого управления (с большим числом участников), нацеленного на комплексное решение задач сельского развития при реализации территориальной модели, отмечает итальянский ученый, требует значительных теоретических и методологических усилий [5; С. 14-27].

В российской экономической литературе вопросам развития инфраструктуры также уделяется достаточно большое внимание.

Исследования Кузнецовой А.И. позволили ей доказать гипотезу об отказе современной экономической теории от догматического толкования инфраструктуры как сугубо технической сферы производства и переходе к диалектическому познанию ее роли как экономического, научно-технического и социального императива радикального инновационного обновления [6; С. 41]. Пыхов П.А. и Кашина Т.О., проводя обзор эволюции теоретических взглядов на инфраструктуру как объект экономических интересов, выделяют развитие инфраструктуры как одну из основополагающих детерминант обеспечения высокого уровня благосостояния территории [7; С. 45]. Можаяев Е.Е., исследуя факторы развития инновационной инфраструктуры аграрной экономики, выделяет особую роль эффективного управленческого воздействия [8; С. 36]. При этом инновационный процесс в управлении сельскими территориями традиционно представляется как система определенных мероприятий по проведению НИОКР, созданию инноваций и освоению их в сельскохозяйственном производстве [9; С. 12]. В научной литературе также отмечается полиструктурность инфраструктуры развития сельских территорий, как важнейшего сущностного признака, задающего вектор управления при реализации инновационных процессов на основе отраслевого и объектного подходов [10; С. 37].

Наличие широкого круга работ по данной тематике не только не исключает, а скорее актуализирует общественную потребность в дальнейшем изучении проблематики инфраструктурного развития сельских территорий на инновационной основе.

Анализ экономических источников позво-

ляет прийти к пониманию, что системное содержание инфраструктуры сельских территорий заключается в том, что это:

- во-первых, общественно-вспомогательный капитал, обеспечивающий процессы производства и жизнедеятельности;

- во-вторых, локализованный на конкретном пространстве комплекс институциональных мер и стимулирующих условий, направленных на развитие территориальной экономики на инновационной основе;

- в-третьих, совокупность хозяйственных, инженерных, социальных, природоохранных объектов и институциональной настройки, обеспечивающих воспроизводственные процессы аграрного социума.

Состояние и уровень развития инфраструктуры, в свою очередь, отражают степень устойчивости сельских территорий – одного из важнейших индикаторов эффективности реализации приоритетных направлений национальной политики Российской Федерации.

Рассмотрим и уточним основные положения инновационного подхода в развитии инфраструктуры сельских территорий. В настоящее время инновационный подход, как основа стратегической модернизации территориального управления, технического и технологического переоснащения объектов инфраструктуры, является важным фактором преодоления многих кризисных тенденций в сельских территориях [11; С. 397]. Нарастание темпов роста воспроизводственного потенциала, повышение конкурентоспособности отечественной сельскохозяйственной продукции на внутренних и внешних рынках повышают эффективность аграрной экономики и уровень жизни сельского населения. Агропромышленное производство, основанное на инновационных технологических процессах, приобретает характер предмета обработки научно-исследовательской, технической и управленческой информации, анализа и прогнозирования агроклиматических, технологических и финансово-экономических факторов организации сельского хозяйства и территориального развития, с учетом зональных особенностей, включая весь спектр результатов маркетинговых исследований [12; С. 65].

Сегодня в числе наиболее перспективных

видов инноваций в экономике можно назвать комплексное применение биотехнологий. Внедрение биотехнологий в производственной инфраструктуре сельских территориях ориентировано на увеличение объемов экологически чистой продукции отрасли растениеводства, главным образом за счет повышения плодородия почв, прироста урожайности сельскохозяйственных культур, улучшения их качества. В природоохранной инфраструктуре биотехнологии – эффективные средства переработки отходов животноводства, преодоления процессов деградации и разрушения единой природной экологической системы, последствий техногенных катаклизмов, ликвидации свалок, очистки водоемов и т.д. [13].

Приоритетное положение в развитии инфраструктуры сельских территорий сохраняют технические и технологические инновации. Модернизированное оборудование и техника, автоматизация и роботизация призваны снизить расходы материальных, энергетических и трудовых ресурсов в агропромышленной деятельности, при эксплуатации инженерных сооружений, объектов социально-культурной сферы.

В связи с тем, что обеспечивательными мероприятиями государственной политики по развитию инновационного потенциала сельских территорий являются формирование полноценной нормативной базы на всех уровнях управления и совершенствование системы стимулирования, необходимо выделить основные инструменты институционального регулирования развития инфраструктуры. В их числе: реализация программ устойчивого развития сельских территорий; стимулирование и субсидирование модернизации аграрного производства по стратегическим направлениям импортозамещения и обеспечения продовольственного суверенитета страны; разработка и соблюдение технологических регламентов и требований по рациональному использованию природных ресурсов, обеспечению производственной, санитарно-гигиенической и экологической безопасности [14; С. 551]. Сюда можно отнести формирование специальных кредитных фондов на уровне субъектов Российской Федерации.

Актуальность и необходимость выделения

цели и направлений развития инфраструктуры сельских территорий на инновационной основе обуславливается:

– отсутствием действенных инструментов, привязывающих цели федеральной политики устойчивого развития сельских территорий к региональной действительности;

– провозглашенной Доктриной продовольственной безопасности РФ и задачами импортозамещения основных видов сельскохозяйственной продукции и продовольствия, реализуемых в социально-экономических процессах на региональном уровне;

– потребностью разрешения противоречий между старыми и новыми воспроизводственными процессами и перехода отраслей материального производства к передовым технологическим укладам, на основе инновационного обновления, повышающего конкурентоспособность аграрной экономики;

– комплексом накопившихся проблем экологического и техногенного характера, оказывающих системное деструктивное воздействие на развитие сельских территорий.

В целях конкретизации направлений развития сельских территорий на инновационной основе, отметим отдельные аспекты состояния региональной инфраструктуры на примере Пермского края.

В Пермском крае 42 муниципальных района, 278 сельских поселений и 2644 сельских населенных пункта, в которых проживают 634,8 тысяч человек (24,2 % в региональной структуре численности). Регион характеризуется высокой степенью урбанизации и индустриализации, при этом находится в зоне рискованного земледелия. Промышленная специализация и не самые благоприятные природно-климатические условия предопределили низкие рейтинги Пермского края среди 14 субъектов Приволжского федерального округа по таким позициям как:

– объем инвестиций в сельских территориях (в пересчете на одного занятого) – 12 место;

– производительность труда в сельском хозяйстве – 10 место;

– средняя заработная плата в агропромышленном комплексе – 9 место [15; С. 137-140].

Низкая эффективность агропроизводственной инфраструктуры сельских территорий

Пермского края самым непосредственным образом отражается на состоянии инженерных и социальных объектов. В последние десятилетия ликвидированы многие сельские учреждения образования, культуры и здравоохранения. Показатели газификации сельских территорий региона ниже среднего уровня по Российской Федерации, состояние дорог местного назначения отвратительное. Комплекс социально-экономических проблем провоцирует устойчивую миграцию трудоспособного сельского населения и нехватку производственных и управленческих кадров. Аналогичная ситуация сложилась во многих субъектах нашей страны.

Для успешной реализации задач устойчивого развития на уровне субъектов страны неизбежны и необходимы инновационные решения не только в технических и технологических мероприятиях по переоснащению и модернизации инфраструктурных объектов сельских территорий, но и при совершенствовании управления, его переориентации на повышение инвестиционной привлекательности, внедрение адаптивных организационно-экономических моделей и современного ИТ-сопровождения, повышающих эффективность воспроизводственных процессов. Особое значение и роль принадлежит обновлению институциональной среды.

С учетом изложенного можно определить основные управленческие процессы по реализации инновационных направлений развития инфраструктуры сельских территорий на региональном уровне.

1. Определение стратегических направлений инфраструктурного развития сельских территорий на инновационной основе. Данная процедура базируется на анализе и видении органами государственной и муниципальной власти, аграрным бизнес-сообществом и населением желаемого состояния на долгосрочную перспективу, соответствующего глобальным тенденциям и современным условиям, возможностям хозяйствующих субъектов адаптироваться к ним. Ситуация современной экономической неопределенности повышает требования к четкости проработки миссии и направлений инфраструктурного развития со стороны органов территориального управления и АПК, концентрирующих и аккумулиру-

ющих муниципальные возможности и потенциалы.

2. Обоснование задач развития инфраструктуры сельских территорий в соответствии с видением на долгосрочную перспективу. Отметим, что в настоящее время стратегирование в регионах страны осуществляется, как правило, на среднесрочную перспективу (до 5 лет). Важно, чтобы оперативные цели и этапы инновационного развития согласовывались с долгосрочными целями. Конкретизация задач развития в разрезе стратегических целей по срокам, критериям и показателям должна осуществляться на всех иерархических уровнях управления.

3. Выработка региональных и муниципальных мероприятий в отраслевом разрезе, а также бизнес-стратегий сельскохозяйственных предприятий, совокупно обеспечивающих реализацию направлений развития инфраструктуры и консолидирующих нацеленность управления на устойчивость жизнедеятельности сельского сообщества.

Современные условия экономической и геополитической нестабильности ориентируют сельские территории России на инновационное высокотехнологическое развитие, основанное на выделении полюсов роста и структурных сдвигах в отраслевой и территориальной инфраструктуре. Экономическая эффективность такого развития заключается в увеличении доли востребованной сельскохозяйственной продукции, производство которой основано на инновационных процессах, позволяющих существенно снизить затраты за счет применения современных технологий, экологизации, энерго- и ресурсосбережения. Социальный эффект – повышение условий жизнедеятельности аграрного социума.

Исходя из этого, в качестве базовых направлений совершенствования управления развитием инфраструктуры сельских территорий можно отметить:

- научное обоснование методологии управления инфраструктурным развитием и соответствующее организационно-методическое обеспечение;

- внедрение инновационных управленческих технологий;

- регламентация и сертификация качества

управленческих процессов;

- подготовка управленческих кадров;

- мотивация и стимулирование менеджмента.

Подводя итоги, можно отметить, что инфраструктура сельских территорий отражает достигнутый уровень развития производительных сил и обратно воздействует на них через производственные отношения, формируя тем самым их определенное единство в аграрных воспроизводственных процессах. Инфраструктурные возможности сельских территорий определяются факторами конкурентного преимущества или технологического отставания.

Настоящее исследование имело своей целью уточнение системных аспектов внедрения инновационных методов управления развитием инфраструктуры сельских территорий в контексте экономики знаний. Процесс исследования позволил отметить, что данной проблематике в целом уделяется достаточно много внимания в научной среде. Научный интерес обусловлен актуальностью тематики устойчивого развития сельских территорий, которые занимают особое место в обеспечении жизнедеятельности населения России в современных условиях.

В ходе исследования:

- 1) установлено: системное содержание инфраструктуры сельских территорий заключается в том, что это обеспечивающий базис аграрной экономики, созданный на определенном пространстве и стимулирующий воспроизводственные процессы;

- 2) актуализированы основные управленческие процессы по реализации инновационных направлений развития инфраструктуры сельских территорий на региональном уровне;

Безусловно, накопленный опыт управления развитием инфраструктуры сельских территорий в современных условиях требует дальнейшего системного анализа, обобщения и теоретического осмысления.

Статья подготовлена в соответствии с государственным заданием ФАНО России для ФГБУН Институт экономики УрО РАН на 2018 г.

Список литературы

1. Мартынов К.П. Институциональная среда устойчивого развития сельских территорий России // Научное обозрение. - 2015. - № 11.
2. Шумпетер Й.А. Теория экономического развития. М.: Прогресс, 1982.
3. Макконнелл К., Брю С. Экономикс: принципы, проблемы и политика / Пер. с 13-го англ. изд. – М.: ИНФРА-М, 1999.
4. Портер М. Конкуренция. Пер. с англ.: – М.: Вильямс, 2005.
5. Мантино Ф. Сельское развитие в Европе: Политика, институты и действующие лица на местах с 1970-х годов до наших дней / Пер.с итал. – FAO / Business Media of the Sole 24 Ore, 2010.
6. Кузнецова А.И. Инвестирование развития инфраструктуры: теория и методология: Автореф. дис. ... д-ра экон. наук. – М., 2007.
7. Пыхов П.А., Кашина Т.О. Инфраструктура как объект экономических исследований // Журнал экономической теории. – 2016. - № 1.
8. Можяев Е.Е. Об эффективности управленческого воздействия и состоянии факторов развития инновационной инфраструктуры АПК // Вестник кадровой политики, аграрного образования и инноваций. – 2013. - № 7-9.
9. Инновационная деятельность в агропромышленном комплексе России. Коллективная монография / Под ред. И.Г. Ушачева, Е.С. Оглоблина, И.С. Санду, А.И. Трубилина. – М.: Экономика и информатика, 2006.
10. Модернизация инфраструктуры развития сельских территорий / Коллектив авторов. – Сыктывкар: Коми республиканская типография, 2016.
11. Лозинская И.В. Основные подходы к трактовке понятия инфраструктуры в отрасли скотоводства // Молодой ученый. – 2014. - № 18.
12. Научные основы развития инфраструктуры товаропроводящей сети агропродовольственного рынка: Коллективная монография. – М.: ИП Насерддинова В.В., 2012.
13. Баландин Д.А., Пыткин А.Н., Тарасов, Н.М. Управление процессами биологизации АПК в достижении нового технологического уклада: Монография. – Екатеринбург, 2015.
14. Экономическая безопасность России:

уроки кризиса и перспективы роста / Под ред. В.А. Черешнева, А.И. Татаркина, М.В. Федорова. - Т.1. – Екатеринбург: Институт экономики УрО РАН, 2012.

15. Красильникова Л.Е. Эффективное развитие АПК в условиях экономической неопределенности. – Пермь: Прокрость, 2016.

References

1. Martynov K.P. Institutional environment for sustainable development of rural areas of Russia // Scientific Review. – 2015. – No. 11. – P. 324-329.
2. Schumpeter J.A. The Theory of Economic Development: An Inquiry into Profits, Capital, Credit, Interest and the Business Cycle. – New Brunswick: Transaction Publishers, 2008. – 244 p.
3. McConnell K.R., Bru S.L. Economics: principles, problems and politics. In 2 tons: Trans. With the English. - T. 2. – Moscow: UNITY-DANA, 1997. – 412 p.
4. Porter M. Competition. Trans. from English: - M.: Publishing house «Williams», 2005.
5. Mantino F. Rural development in Europe: politics, institutions and actors on the ground from the 1970s to the present day. – FAO, 2010. – 272 p.
6. Kuznetsova A.I. Investing in infrastructure development: theory and methodology. The dissertation author’s abstract on competition of a scientific degree of the Doctor of Economics. - M., 2007.
7. Pykhov P.A., Kashina T.O. Infrastructure as object of economic researches / Theoretical economics magazine. - 2016. - № 1. – P. 39-46.
8. Mozhaev E.E. On the effectiveness of managerial influence and the state of development factors of the innovative infrastructure of the agroindustrial complex // Bulletin of personnel policy, agrarian education and innovations. – 2013. - No. 7-9. – P. 31-37.
9. Innovative activity in the agro-industrial complex of Russia. Collective monograph / Edited by I.G. Usacheva, E.S. Ogloblina, I.S. Sandu, A.I. Trubilina. - Moscow: Economics and Informatics, 2006.
10. Modernization of rural development infrastructure / Team of authors. – Syktvykar: LLC «Komi republican printing house», 2016.

– 241 p.

11. Lozinskaya I.V. The main approaches to the interpretation of the concept of infrastructure in the livestock sector // *Young Scientist*. – 2014. - № 18. – P. 395-398.

12. Scientific bases of infrastructure development of the commodity distribution network of the agrifood market: Collective monograph. – M.: IE Naserddinova V.V., 2012. – 147 p.

13. Balandin D.A., Pytkin A.N., Tarasov N.M. Management of the processes of biologicalization

of the agroindustrial complex in the achievement of a new technological order. Monograph. – Ekaterinburg, 2015. – 176 p.

14. Economic security of Russia: crisis lessons and growth perspective / Edited by V.A. Chereshev, A.I. Tatarin, M.V. Fedorov. - Vol. 1. – Yekaterinburg: Institute of Economics, Ural Branch of the RAS, 2012. – 1312 p.

15. Krasilnikova L.E. Effective development of the agroindustrial complex under conditions of economic uncertainty. – Perm: CPC «Prokrast», 2016.



Валиев Ш.З.
Valiev S.Z.

доктор экономических наук, профессор, заведующий кафедрой «Региональная экономика и управление», ФГБОУ ВО «Уфимский государственный нефтяной технический университет», г. Уфа, Российская Федерация



Седаков Д.А.
Sedakov D.A.

ассистент кафедры «Региональная экономика и управление», ФГБОУ ВО «Уфимский государственный нефтяной технический университет», г. Уфа, Российская Федерация



Зайнашева З.Г.
Zainasheva Z.G.

доктор экономических наук, профессор кафедры «Региональная экономика и управление», ФГБОУ ВО «Уфимский государственный нефтяной технический университет», г. Уфа, Российская Федерация

УДК 332.8

ГОСУДАРСТВЕННОЕ РЕГУЛИРОВАНИЕ РЕФОРМИРОВАНИЕМ СФЕРЫ УСЛУГ: РЕГИОНАЛЬНЫЕ АСПЕКТЫ РОСТА ТАРИФОВ И ЗАДОЛЖЕННОСТИ НАСЕЛЕНИЯ ЗА ЖКУ

Жилищно-коммунальное хозяйство (ЖКХ) Российской Федерации, несмотря на проводимые уже десятки лет преобразования, все еще остается одним из малоэффективных секторов экономики страны и нуждается в дальнейшем реформировании.

Рост платежей за коммунальные услуги – явление сколь нежелательное для населения, столь и неотвратимое. При повышении цен на энергоносители и материалы невозможно остановить рост цен на жилищно-коммунальные услуги. И сколько бы ни возмущались жители, факт остается фактом: для того, чтобы у жилищно-коммунальных предприятий была возможность оказывать услуги, им необходимы средства на эти цели.

Платежи населения и являются источником этих средств. К сожалению, происходит это далеко не со всеми и не всегда. Есть люди, которые по тем или иным причинам задерживают платежи или вовсе не исполняют их. Тогда на первый план выходит такая задача, как взыскание задолженности по ЖКХ.

Актуальность данной статьи обусловлена негативной тенденцией постоянного роста неплатежей населения за жилищно-коммунальные услуги.

В статье авторами проанализирован процесс реформирования жилищно-коммунального хозяйства в России, выявлены проблемы реформирования отрасли. В качестве одной из основных проблем, ставших критическими, выделяется высокая задолженность населения по оплате жилищно-коммунальных услуг. Авторами рассматриваются категории неплательщиков и причины неплатежей.

Ключевые слова: жилищно-коммунальное хозяйство, жилищно-коммунальные услуги, проблемы, рост тарифов, задолженность населения, сфера услуг.

GOVERNMENTAL REGULATION BY REFORMING THE SPHERE OF SERVICES: REGIONAL ASPECTS OF GROWTH OF TARIFFS AND POPULATION ARREARS FOR HOUSING AND UTILITY SERVICES

The housing and communal services of the Russian Federation, despite the transformations that have already been carried out for decades, are still one of the most inefficient sectors of the country's economy and need to be further reformed.

The growth of payments for utilities is a phenomenon that is undesirable for the population, and so

unavoidable. With the increase in prices for energy carriers and materials it is impossible to stop the rise in prices for housing and communal services. And no matter how outraged the residents are, the fact remains: in order for housing and communal enterprises to have the opportunity to provide services, they need funds for these purposes.

Payments of the population and are the source of these funds. Unfortunately, this is far from all and not always. There are people who, for one reason or another, delay payments or do not execute them at all. Then to the forefront is such a task as the recovery of debt for housing and communal services.

The relevance of this article is due to the negative trend of the constant growth of non-payment of the population for housing and communal services.

In the article, the authors analyzed the process of reforming housing and communal services in Russia, identified problems of reforming the industry. One of the main problems that has become critical is highlighted - the high debt of the population to pay for housing and communal services. The authors consider the categories of defaulters and the causes of non-payment.

Keywords: housing and communal services, housing and communal services, problems, services, growth of tariffs, debt of the population.

Сфера ЖКХ в нашей стране находится в стадии перманентного реформирования. И иногда складывается впечатление, что реформы проводятся не только ради улучшений, но и ради самих реформ.

Начиная с 1 мая 2015 г. деятельность по управлению многоквартирными домами, осуществляемая в соответствии с договором управления, ведется на основании лицензии. Надлежащее содержание общего имущества в многоквартирных домах является лицензионным требованием (п. 7 ч. 1 ст. 193, ч. 2.3 ст. 161 ЖК РФ, п. 3 Положения о лицензировании, утвержденное постановлением Правительства РФ от 28.10.2014 № 1110).

Осуществление предпринимательской деятельности по управлению многоквартирными домами с нарушением лицензионных требований представляет собой состав административного правонарушения, предусмотренного ч. 2 ст. 14.1.3 КоАП РФ.

Часть 2 ст. 14.1.3 КоАП РФ является специальной правовой нормой и применяется только в отношении лицензиатов. Она имеет приоритет над общей нормой, установленной в ст. 7.22 КоАП РФ (применяется ко всем лицам, ответственным за содержание общего имущества в МКД). Такой вывод отражен в постановлениях Пермского краевого суда от 02.06.2016 по делу № 44а-621/2016, от 06.06.2016 по делу № 44а-684/2016.

Тем не менее в других спорах управляющие организации привлекаются к ответственности именно на основании ст. 7.22 КоАП РФ (решение Хабаровского краевого суда от 07.04.2016 по делу № 21-279/2016, постановление Волго-

градского областного суда от 05.04.2016 по делу № 7а-322/2016, 4А-322/2016). При этом суд указывает, что оснований для переквалификации дела по ст. 14.1.3 КоАП РФ не имеется.

К чему это привело? В руках чиновников появился механизм, позволяющий в считанные месяцы уничтожить негодную компанию. Ведь теперь от жилинспектора зависит, составлять протокол по ст. 7.22 КоАП РФ, предусматривающей куда более мягкие санкции, либо по ст. 14.1.3 КоАП РФ, за нарушение которой компания, помимо уплаты абсолютно неадекватных штрафов, рискует лишиться лицензии.

Формула, которую установил законодатель для определения лицензионных требований, обернулась катастрофой в первую очередь для управляющих организаций, которые обслуживают относительно изношенный жилищный фонд. Ведь нарушения можно найти практически всегда: выщербленная плитка на полу, наледь на крыше и многое другое. Постановление Госстроя России от 27.09.2003 № 170 позволяет привлекать к ответственности круглый год – семь дней в неделю и 24 часа в сутки, поскольку по многим аспектам оперирует оценочными понятиями, например, «по мере необходимости» (п. 3.5.6, 3.6.11, 3.6.14 и иные положения). Но эта необходимость, как показала практика, зависит от финансового плана конкретного инспектора или иного проверяющего органа, заданного «сверху».

Поэтому в любой момент инспектор может принять решение привлечь компанию к ответственности по ст. 14.1.3 КоАП РФ, а в связи с неустойчивой практикой судов перспективы спора весьма туманны.

Инициаторы законопроектов зачастую считают рост административных штрафов эффективной мотивацией. Иначе зачем маленькое ТСЖ штрафуют на 40 тысяч рублей за выщербленную плитку в подъезде, если иных денег, помимо поступлений от жильцов, у организации нет?

Штрафы для управляющих компаний в сотни тысяч рублей за небольшие, в сущности, нарушения (в виде неполного размещения сведений в технически недоработанных информационных системах) уже стали обыденностью. Да и обжаловать их непросто: для государственных органов и учреждений судебная практика установила пониженный доказательственный барьер. Суды все реже принимают решения в пользу негосударственных структур, все реже применяют ст. 2.9 КоАП РФ о малозначительности правонарушения. И судей понять можно: при такой загруженности судов куда проще отделаться формальным «заявитель не представил доказательств малозначительности совершенного правонарушения», чем постараться мотивировать обратное. Сказывается и качество юридического образования и подготовки помощников, и секретарей в суде.

Впрочем, законодатель сделал шаг навстречу стонущим под гнетом непомерных штрафов частникам. С 4 июля 2016 г. вступил в силу Федеральный закон от 03.07.2016 № 316 ФЗ, который дополнил ст. 4.1.1 КоАП РФ «Замена административного наказания в виде административного штрафа предупреждением». Предусмотрена возможность такой замены в отношении субъектов малого и среднего предпринимательства за впервые совершенное административное правонарушение.

В соответствии с письмом Минфина России от 22.12.2016 № 03-01-15/76986, условием применения правила ст. 4.1.1 КоАП РФ является в том числе наличие в деле достоверных доказательств того, что привлеченное к ответственности лицо является субъектом малого или среднего предпринимательства, и правонарушение совершено им впервые. Статус субъекта малого или среднего предпринимательства подтверждается данными Единого реестра субъектов малого и среднего предпринимательства.

Кроме того, в случае отказа от применения положений ст. 4.1.1 КоАП РФ в материалах дела должны иметься доказательства того, что соответствующее лицо ранее привлекалось к адми-

нистративной ответственности за совершение аналогичного правонарушения.

Правда, на практике все происходит несколько иначе. Суды отказываются применять указанное положение, ссылаясь либо на имеющуюся, по их мнению, угрозу причинения вреда жизни и здоровью граждан, имущественного ущерба, либо на пренебрежительное отношение к выполнению публичных функций (решение Московского городского суда от 24.10.2016 № 7-13146/2016, постановление Второго арбитражного апелляционного суда от 14.10.2016 № 02АП-8349/2016 по делу № А17-2706/2016).

Поэтому новая ст. 4.1.1 КоАП РФ, по всей видимости, рискует превратиться в еще один эфемерный механизм смягчения административного бремени, по аналогии со ст. 2.9 КоАП РФ.

Огромное количество подзаконных нормативных правовых актов, посвященных правилам расчетов за коммунальные ресурсы, порождает определенную фрагментарность в восприятии нормативных положений как участниками гражданско-правовых отношений по поставке ресурсов, так и контролирующими органами.

С принятием постановления Правительства РФ от 23.05.2006 № 307 по всей стране стали возникать проблемы, связанные с существенным ростом сумм в квитанциях по оплате коммунальных услуг на общедомовые нужды. Да, логика была проста и понятна: разница между показаниями общедомового прибора учета, индивидуальных приборов учета и начислений по нормативам признавалась расходами на общедомовые нужды. И неважно, что в квартире без установленного прибора учета могло проживать несколько десятков гастарбайтеров. Эффективных механизмов установления количества проживающих все равно не было и нет.

Постановление Правительства РФ от 06.05.2011 № 354 существенным образом изменило порядок оплаты коммунальных услуг на общедомовые нужды. Согласно п. 44 Правил предоставления коммунальных услуг, утвержденных указанным постановлением, распределяемый между потребителями объем коммунальной услуги, предоставленной на общедомовые нужды за расчетный период, не может превышать объема коммунальной услуги, рассчитанного исходя из нормативов потребления соответствующего коммунального ресурса в целях содержания общего имущества в МКД.

Да, приведенный пункт содержит оговорку о возможности изменения такого порядка начисления, если общее собрание собственников помещений в МКД, проведенное в установленном порядке, примет решение о распределении объема коммунальной услуги в размере превышения объема коммунальной услуги, предоставленной на общедомовые нужды, определенного исходя из показаний коллективного (общедомового) прибора учета, над объемом, рассчитанным исходя из нормативов потребления коммунального ресурса в целях содержания общего имущества в МКД, между всеми жилыми и нежилыми помещениями пропорционально размеру общей площади каждого жилого и нежилого помещения. Однако принятие такого решения фактически означало бы, что граждане сами подписываются под увеличенными счетами за ЖКУ. По сути, это просто мертвая либо потенциально провокационная норма права.

В конце мая 2016 г. Минстрой России предложил в целях повышения платежной дисциплины исключить управляющие организации из числа посредников в цепочке оплаты коммунальных услуг. Однако инициативу не поддержали, поскольку это влечет существенный рост расходов на администрирование платежей у ресурсоснабжающих компаний. Куда проще взыскать задолженность с управляющей организации, которая сама вынуждена бороться с неплательщиками, в том числе злостными, которые есть практически в каждом доме. В совокупности с загруженностью службы судебных приставов управляющие организации все равно вынуждены покрывать расходы из статьи «содержание и ремонт».

Правда, на совещаниях представители прокуратуры высказывали мнение, согласно которому ТСЖ не вправе гасить долги по коммунальным платежам из статьи «содержание и ремонт». На вопрос о том, каким же образом в таком случае должна погашаться задолженность по коммунальным платежам, если других денег нет, представители прокуратуры ответа не дали.

Технические особенности инженерных систем старых многоквартирных домов таковы, что для приостановления, например, коммунальной услуги по горячему водоснабжению необходимо обеспечить доступ в жилое помещение.

Постановление Правительства РФ от 44

26.12.2016 № 1498 несколько упростило порядок приостановления коммунальных услуг. В частности, законодатель избавил исполнителей от обязательного повторного уведомления о приостановлении (за трое суток).

Тем не менее в жилых помещениях, в которых зарегистрированы несовершеннолетние, приостановить коммунальные услуги не получится. Суды не дают доступа в такие помещения для приостановления коммунальных услуг. В соответствии со ст. 21 ГК РФ лица, не достигшие восемнадцатилетнего возраста, не обладают гражданской дееспособностью в полном объеме и не могут нести обязанность по оплате жилищно-коммунальных услуг самостоятельно, в связи с чем приостановление коммунальных услуг будет нарушать их права (решение Коптевского районного суда г. Москвы от 22.06.2015 по делу № 2-2094/2015).

В результате появляются должники, с которыми попросту ничего нельзя сделать: коммунальные услуги приостановить нельзя, поскольку в квартире формально зарегистрированы дети, а взять с таких потребителей нечего. Ни уголовной ответственности в виде обязательных работ, ни каких-либо иных механизмов воздействия для таких должников не предусмотрено.

Отдельно хотелось бы уделить внимание ситуации с борьбой с долгами и должниками. Постановление Пленума Верховного Суда РФ от 27.12.2016 № 62 «О некоторых вопросах применения судами положений Гражданского процессуального кодекса Российской Федерации и Арбитражного процессуального кодекса Российской Федерации о приказном производстве» получило достаточно широкую огласку в СМИ. Указанный судебный акт позиционируется как предоставляющий управляющим организациям право «без суда и следствия» списывать денежные средства граждан с их банковских карт в счет имеющейся либо предполагаемой задолженности за ЖКУ. Действительно ли указанный судебный акт привнес что-то новое в правоприменение или лишь разъяснил уже достаточно давно существующий порядок?

Постановление Пленума Верховного Суда РФ от 27.12.2016 № 62 посвящено вопросам приказного производства.

В соответствии со ст. 121 ГПК РФ под судебным приказом понимается судебное постановление, выносимое судьей единолично на

основании заявления взыскателя в предусмотренных законом случаях. Федеральным законом от 02.03.2016 № 45 ФЗ «О внесении изменений в Гражданский процессуальный кодекс Российской Федерации и Арбитражный процессуальный кодекс Российской Федерации» (далее – Закон № 45 ФЗ) к числу таких случаев отнесено взыскание задолженности по оплате жилого помещения и коммунальных услуг. Закон № 45 ФЗ вступил в силу с 1 июня 2016 г.

В сущности, касательно взыскания задолженности по оплате жилого помещения и коммунальных услуг закон № 45-ФЗ привнес единственное новшество – необходимость пройти процедуру приказного производства в любом случае. То есть теперь у судов появилось еще одно основание для возврата искового заявления – если заявленные требования подлежат рассмотрению в порядке приказного производства (п. 1.1 ч. 1 ст. 135 ГПК РФ). Суды активно этим пользуются (см. апелляционные определения Московского городского суда от 02.12.2016 по делу № 33-48941/2016, Волгоградского областного суда от 15.12.2016 по делу № 33-17081/2016 и другие судебные акты).

Ранее судебные приказы о взыскании задолженности по оплате жилого помещения и коммунальных услуг также выдавались, несмотря на то, что прямо это не было предусмотрено законом.

Таким образом, в практике для должников ничего не изменилось. Основные изменения в порядке взыскания задолженности появились как раз для организаций, занимающихся обслуживанием жилищного фонда: обязательность приказного производства исключила возможность выходить с иском к некоторым принципиальным неплательщикам, которые, однако, достаточно грамотны для того, чтобы тянуть время, отменяя судебные приказы.

Логика проста: судебный приказ отменяется даже по истечении нескольких месяцев с момента его принятия, если должник узнает о нем от службы судебных приставов. Такова практика, и ее приходится принять как данность. После этого управляющая организация должна обратиться с исковым заявлением. Должник может вновь не явиться на рассмотрение дела, в связи с чем суд вынесет заочное решение. После этого должник может отменить такое решение и инициировать рассмотрение дела заново. Рассмотрение также можно затянуть на полгода, а

то и больше. Вот и получается, что управляющая организация вынуждена будет бегать за одним-единственным должником в течение года, и то только для того, чтобы получить исполнительный лист, удержаний по которому может и не быть.

Правовое нововведение в виде обязательности судебного приказа перед подачей искового заявления отнюдь не облегчило работу управляющих организаций. Куда удобнее была сложившаяся ранее практика, по которой можно было обращаться в суд как с заявлением о выдаче судебного приказа, так и с исковым заявлением, и в обоих случаях суды принимали дела к рассмотрению.

Российское законодательство говорит о том, что любой хозяин квартиры в многоэтажном доме, который находится в ведении управляющей компании, ТСЖ или иного органа ЖКХ, обязан исправно оплачивать коммунальные услуги, которые ему предоставляются. Однако практика показывает, что далеко не все жильцы рассчитываются по квитанциям своевременно, а некоторые предпочитают не оплачивать коммуналку вовсе (несмотря на это, услугами ЖКХ они активно пользуются). Именно поэтому работу с должниками ЖКХ приходится вести постоянно.

Задолженности за услуги ЖКХ подразделяются на несколько категорий по срокам выполнения обязательств:

1. Текущая.

Текущая задолженность — это долг, образовавшийся в течение одного установленного срока. Такая задолженность может возникнуть, даже если срок ее погашения еще не подошел к концу. В соответствии со статьей 155 Жилищного кодекса РФ, оплачивать жилье и коммуналку необходимо до десятого числа каждого месяца, если иные условия не прописаны в ваших договорах с управляющими или ресурсоснабжающими организациями. То есть ЖК РФ позволяет органам ЖКХ самостоятельно устанавливать сроки уплаты коммунальных взносов в каждом отдельном доме. Таким образом, в системе жилищно-коммунального хозяйства текущий долг образуется в период с первого по десятое число каждого месяца, следующего за оплачиваемым (если в договоре не прописаны иные условия). По отношению к такому долгу никакие способы работы с должниками ЖКХ, меры взыскания и штрафные санкции не применяются. Ведь по-

ребитель пока не успел нарушить права кредитора. Тем не менее, некоторые меры стимулирования своевременной оплаты все же могут применяться. Они направлены на то, чтобы предупредить образование просроченных долгов.

2. Просроченная.

Просроченная задолженность — это долг, срок оплаты которого уже прошел. Если говорить о действующем порядке оплаты ЖКУ, то такая задолженность появляется 11 числа каждого месяца (если иные условия не прописаны в договоре). При возникновении такого рода задолженности возможно применение мер взыскания и штрафных санкций, ведь потребитель уже совершил правонарушение, просрочив оплату коммуналки. Чтобы разработать оптимальный комплекс мер по снижению просроченной задолженности, следует узнать, на какие виды подразделяется долг исходя из возможного срока его погашения.

Долг, который накопился в течение двух-трех месяцев. Работа с должниками ЖКХ, накопившими задолженность в течение двух месяцев, практически не выполняется, поскольку ее экономическая эффективность весьма невелика. Ведь специалист по взысканию задолженности потратит много рабочего времени на нарушителя, а сумма оплаченного им долга будет совсем небольшой. Такая задолженность может возникать как из-за недисциплинированности плательщиков, так и из-за того, что они получают зарплату после десятого числа каждого месяца.

Долг, накопленный за период до года (долгосрочный). Такой тип задолженности бывает

вызван более глубинными причинами — например, осознанным уклонением нарушителя от оплаты ЖКУ. Долг, который можно погасить в течение 1-3 лет или невозможно погасить вовсе. Чаще всего задолженность такого рода возникает ввиду сочетания следующих причин:

- низкий уровень дохода плательщика;
- хронические заболевания, мешающие внесению платежей за жилищно-коммунальные услуги (в том числе алкоголизм и наркомания);
- ситуации, в которых погашение задолженности невозможно из-за юридических или практических препятствий.

Проще говоря, к накоплению задолженности приводит совокупность нежелания плательщика вносить жилищно-коммунальные платежи и невозможности работы с должниками ЖКХ и взыскания долгов со стороны органов ЖКХ.

Жилищно-коммунальные тарифы за два первых месяца 2015 года выросли на 1 %, при этом в 2014 году за тот же период они увеличились только на 0,3 %, а в целом за 2014 год — на 9,4 %. Это следует из данных Росстата [2]. 1 июля 2015 года произошло очередное увеличение тарифов на жилищно-коммунальные услуги на 8,3 %. В 2016 году рост тарифов в среднем по России составил 4,1 %. С 1 июля 2017 года тарифы должны проиндексировать на 4 %. Как видно на рисунке 1, цена на жилищно-коммунальные услуги с 2007 по 2017 годы выросла больше чем в 2 раза (для расчетов роста тарифов жилищно-коммунальных услуг исходное значение — 10).



Рисунок 1. Рост цен на коммунальные услуги 2007 – 2017 г. (%)

По данным Минстроя РФ за 2014 год, выплаты населения за ЖКУ составляют 93,6 % (1,8 трлн рублей), задолженность – 6,4 % (123,07 млрд рублей), из них безнадежная задолженность – 2 % (38,46 млрд рублей). По состоянию на 2016 год долги граждан составили 250 млрд рублей, в марте 2017 года – 275

млрд рублей, а в конце 2018 года - 650 млрд рублей.

Заметим, что доля платежей за ЖКУ в РФ является одной из самых высоких в мире и составляет более 10 % от общих расходов населения (рис. 2).

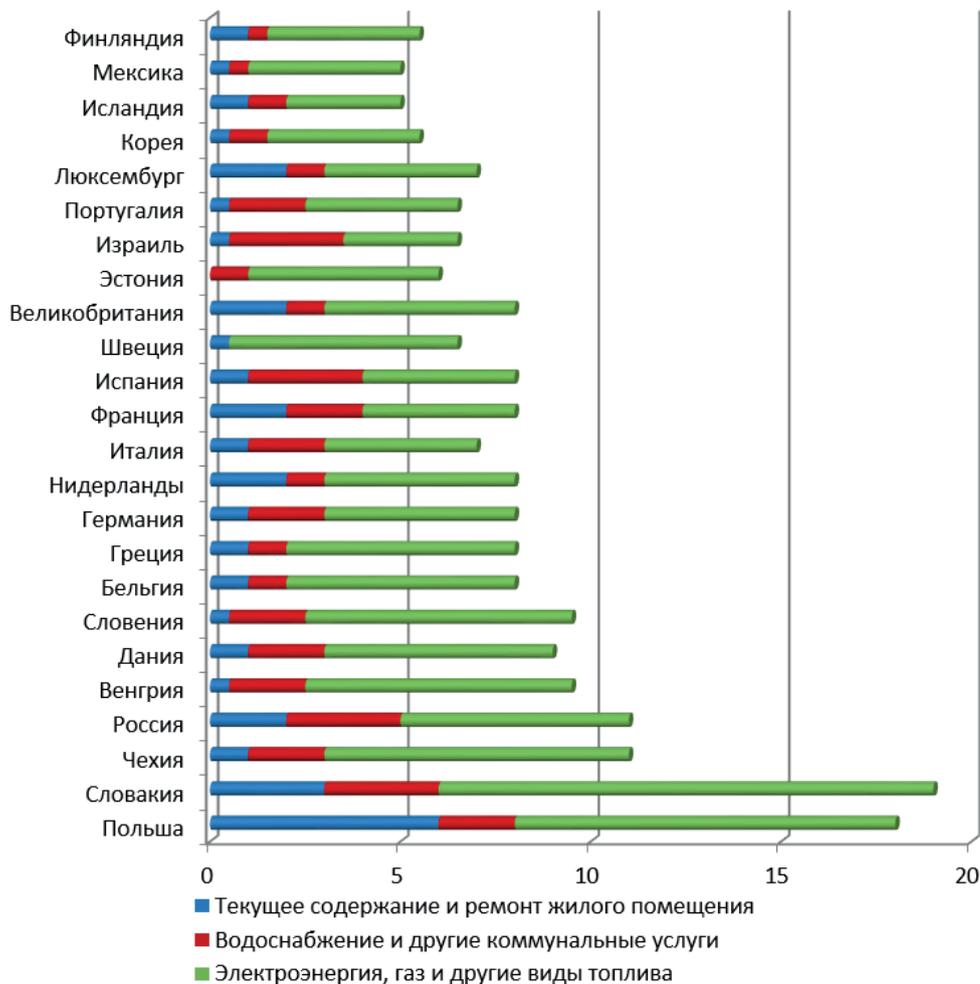


Рисунок 2. Расходы на ЖКУ в странах ОЭСР. (Организация экономического сотрудничества и развития)

По данным Министерства жилищно-коммунального хозяйства Республики Башкортостан, на 4 % - до 6 миллиардов рублей - выросли долги населения за коммунальные услуги. На эти деньги можно было бы провести значительный ремонт муниципальных домов и благоустроить прилегающие территории.

Социологические опросы показывают, что для 44 % граждан цены на услуги ЖКХ являются самой болезненной темой.

В отчете американской компании Nielsen, опубликованном в середине мая 2015 года, приведена статистика, которая свидетельствует о том, что каждый пятый гражданин России, в связи со стремительным ростом цен и

неблагоприятной ситуацией на рынке труда, столкнулся с нехваткой свободных денег. Дохода им хватает лишь для оплаты коммунальных услуг и еды. Этим в некоторой степени объясняется рост задолженности в данном секторе. Неплатежи за жилищно-коммунальные услуги – одна из самых острых проблем жилищно-коммунального хозяйства РФ. Несвоевременная оплата услуг ЖКХ наносит ущерб жилищно-коммунальному хозяйству в целом, а также конкретному дому и подъезду в частности. Средства, которые недополучает управляющая организация от неплательщиков услуг ЖКХ, могли бы быть направлены на более качественное содержание и обслуживание

дома. Кроме того, из-за должников за ЖКУ управляющая организация не может оказывать дополнительные услуги по обустройству дома или придомовой территории. Несправедливо и то, что из-за должников, в конечном итоге, страдают жители, которые исправно вносят все платежи. Особенно это ярко выражено в многоквартирных домах (МКД).

Причины, которые приводят к тому, что потребители прекращают оплату жилищно-коммунальных услуг, можно подразделить на две категории: объективные и субъективные.

Субъективные причины неуплаты - причины, обусловленные низкими доходами плательщика. Речь идет о потребителях, которые получают низкую или среднюю зарплату. Возможно, они и хотели бы своевременно оплачивать ЖКУ, но не имеют такой возможности из-за отсутствия финансов. Так, жилец может получать доход, не позволяющий ему ни претендовать на льготы и субсидии, ни оплачивать ЖКУ в полном объеме. Также к этой категории относятся причины, связанные с датой получения дохода – большинство жителей получают основной доход в виде зарплаты, сроки выдачи которой значительно разнятся.

Причины, обусловленные высокими расходами плательщика. Речь идет, в первую очередь, о сезонных расходах на новогодние праздники, свадьбы, дни рождения и пр., сбор детей в детсады и школы, а также об иных крупных расходах – к примеру, на покупку автомобиля, бытовой техники, крупногабаритной мебели и пр.

Причины, обусловленные морально-психологическим состоянием потребителя. Такие неплательщики делятся на умышленных, которые не платят за ЖКУ намеренно, например, из-за того, что не согласны с реформами жилищно-коммунального хозяйства, и неумышленных, которые элементарно забывают внести платеж по квитанции.

Причины, обусловленные физическим состоянием потребителя. Речь идет о гражданах, страдающих от различных заболеваний. Они попросту не могут оплатить жилищно-коммунальные услуги без посторонней помощи, отсюда и происходит накопление задолженности. При этом они гасят ее, как только все

мешающие обстоятельства удается устранить.

Причины, обусловленные местом пребывания плательщика (например, в другом городе), его временным отсутствием. Такие обстоятельства приводят к возникновению разрыва между начисленными и оплаченными счетами и осложняют работу с должниками ЖКУ.

Объективные причины - причины, обусловленные низким качеством ЖКУ, не выстроенной системой контроля над ним. Плательщики зачастую отказываются оплачивать некачественные услуги, к тому же если тарифы на них регулярно повышаются.

Причины, обусловленные организационными проблемами с начислением платы за ЖКУ. К примеру, потребитель может быть не согласен с суммой к оплате. Пока он не выяснит, чем обусловлены суммы в квитанциях, он не станет их оплачивать.

Причины, обусловленные неверной организацией системы сбора платежей за ЖКУ. Речь идет о неудобно расположенных кассах оплаты, не вовремя разосланных квитанциях, не дошедших до потребителя счетах и т.д. Все эти препятствия отдалают момент оплаты ЖКУ на неопределенно долгий срок.

Причины, связанные с правом некоторых категорий граждан на льготы и субсидии. Иногда процедура реализации права на компенсацию бывает очень сложной, долгой и запутанной. В свою очередь, это откладывает момент, когда получатель субсидии сможет оплатить ЖКУ. Кроме того, этот факт снижает общее число получателей жилищных субсидий – люди бывают не готовы тратить время на оформление документов, раскрывать сведения о своих доходах и социальном статусе малообеспеченного.

Причины, обусловленные завышенными тарифами на жилищно-коммунальные услуги: причины, обусловленные ростом цен и тарифов на ЖКУ, – регулярное повышение объема платежей для каждого плательщика снижает их общий объем – население не успевает перепланировать семейные бюджеты, и граждане начинают переходить в категорию неплатежеспособных.

Причины, обусловленные существующей политикой тарифообразования, которая явля-

ется излишне строгой и негибкой. Согласно российскому законодательству, органы ценового регулирования должны устанавливать фиксированные цены и тарифы на ЖКУ, единые для региона в целом, с крошечным процентом рентабельности. Вследствие такого регулирования поставщики не могут снижать цены на услуги, а потребители из разных районов получают услуги разного качества по единым ценам.

Причины, обусловленные недостаточно продуманными механизмами привлечения к ответственности за неуплату жилищно-коммунальных платежей или за их несвоевременную уплату. К примеру, граждане могут не спешить оплачивать ЖКУ, если знают, что за просрочки не предусмотрено штрафов и пеней, а в случае предъявления к ним исковых требований в судебном порядке, они смогут оплатить всю задолженность без дополнительных штрафов в досудебном порядке.

Список литературы

1. Постановление Правительства РФ от 06.05.2011 № 354 (ред. от 14.02.2015) «О предоставлении коммунальных услуг собственникам и пользователям помещений в многоквартирных домах и жилых домов» (вместе с «Правилами предоставления коммунальных услуг собственникам и пользователям помещений в многоквартирных домах и жилых домов»).
2. Центральная база статистических данных Росстата [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://cbsd.gks.ru/> (дата обращения 14.11.2018).
3. Плата за общедомовые нужды: новая структура и порядок внесения [Электронный ресурс] / – Режим доступа: <http://www.press-release.ru/branches/realestate/77b25081015a3/?print=yes> (дата обращения 12.11.2018).

Причины, обусловленные недостаточным информированием населения. Речь идет о некачественном информационном обеспечении, недостаточном количестве информации и ограничениях доступа к ней. Упрощенный порядок взыскания задолженности за коммунальные услуги в арбитражных судах.

Это далеко не все проблемы сферы ЖКХ. Приходится с сожалением констатировать, что различные политические и экономические силы тянут отечественное ЖКХ в разные стороны. С закономерным результатом.

На основе проведенного анализа выявлены причины неплатежей, связанные с объективными и субъективными причинами. При этом при большом количестве постановлений задолженность населения за услуги ЖКХ увеличивается, более того, это стало уже привычной тенденцией, что свидетельствует о недостаточно эффективных механизмах борьбы с задолженностями по оплате ЖКУ.

References

1. Government Decree of 06.05.2011 № 354 (ed. 02/14/2015) «On the provision of utility services to owners and users of premises in apartment buildings and residential buildings» (together with the «Rules for the provision of utility services to owners and users of premises in apartment buildings and residential buildings»).
2. Central statistical database of Rosstat [Electronic resource]. - Access mode: <http://cbsd.gks.ru/> (appeal date 14.11.2018).
3. Payment for general house needs: new structure and order of introduction [Electronic resource] / - Access mode: <http://www.press-release.ru/branches/realestate/77b25081015a3/?print=yes> (appeal date 12.11.2018).



Галиуллина С.Д.
Galiullina S.D.

*доктор исторических наук, профессор,
заведующий кафедрой «Международные
отношения, история и востоковедение»
ФГБОУ ВО «Уфимский государственный
нефтяной технический университет»
г. Уфа, Российская Федерация*



Сулейманов А.Р.
Suleimanov A.R.

*кандидат политических наук, доцент
кафедры «Международные отношения,
история и востоковедение»
ФГБОУ ВО «Уфимский государственный
нефтяной технический университет»,
г. Уфа, Российская Федерация*



Бреслер М.Г.
Bresler M.G.

*кандидат философских наук, доцент
кафедры «Международные отношения,
история и востоковедение»,
ФГБОУ ВО «Уфимский государственный
нефтяной технический университет»,
г. Уфа, Российская Федерация*



Галиуллина В.В.
Galiullina V.V.

*аспирант кафедры «Сравнительная
и сопоставительная филология»,
ФГБОУ ВО «Башкирский государственный
университет»,
г. Уфа, Российская Федерация*

УДК 336.713

ИСЛАМСКИЕ ФИНАНСОВЫЕ ИНСТИТУТЫ И ИСТОРИЧЕСКИЕ ОСОБЕННОСТИ ИХ ЗАРОЖДЕНИЯ

Исламские финансовые институты возникли с появлением Корана, т.е. примерно в VII веке нашей эры. Некоторые историки считают, что отдельные элементы исламской экономики могли возникнуть ещё до пророка, но эта точка зрения не относится к научно доказанной. Наиболее популярной в научном мире служит позиция, согласно которой развитие финансовых институтов исламского банкинга представлено тремя периодами: от Мекканского времени до образования халифата; от халифатского периода до возникновения Османского царства; от распада Османского царства (империи) до настоящего времени. Третий этап можно отнести к наиболее сложным и в тоже время трудоёмким, поскольку связан с оформлением исламского банка как особого социально-экономического института. В данной статье проводится исторический анализ зарождения и развития финансовых институтов исламского банкинга и их представленность в экономических моделях (монистической, дуалистической и транзит-

ной) современных мусульманских государств. Обосновывается тезис, что сама исламская банковская система является частью современного глобального банка, её институты (мудароба, мушарака, мурабаха, иджар, салам) подчинены тем же экономическим законам и принципам функционирования, что и традиционные, но с определёнными ограничениями в самих механизмах финансирования и объектах финансирования. Делаются выводы, что стратегическим шагом в вопросе экономической интеграции исламских стран может стать формирование валютно-финансового союза, способного привести исламские финансовые институты к общим показателям. На сегодняшний день данная мера представляется сложно реализуемой, поскольку не сформированы условия для передвижения капитала и трудовых ресурсов. Изменить ситуацию возможно посредством проведения стратегического экономического курса, лишённого декларативности, открытого для контактов, что позволит привлекать капиталы из других стран в форме долгоиграющих инвестиционных проектов, оперативно реагировать на геоэкономические и геополитические вызовы современности и, соответственно, сделать исламские финансовые институты более гибкими к современным рыночным отношениям.

Ключевые слова: ислам, исламский банкинг, финансовые институты, риба, гарар, мудароба, мушарака, мурабаха, иджар, салам.

ISLAMIC FINANCIAL INSTITUTIONS AND HISTORICAL FEATURES OF THEIR ORIGIN

Islamic financial institutions arose with the advent of the Koran, i.e. approximately in the 7th century of our era. Some historians consider that separate elements of Islamic economy could arise to the prophet, but this point of view doesn't belong to scientific proved. To the most popular in the scientific world serves a position according to which development of financial institutions of Islamic banking is presented by three periods: from Mekkan time before formation of the caliphate; from the caliphate period before emergence of the Ottoman empire; from disintegration of the Ottoman empire so far. The third stage can be carried to the most difficult and in too time labor-consuming as it is connected with registration of Islamic bank as special social and economic institute. This article provides a historical analysis of the origin and development of financial institutions of Islamic banking and their representation in the economic models (monistic, dualistic and transit) of modern Muslim States. The thesis is proved that the Islamic banking system itself is a part of the modern global Bank, its institutions (a mudaraba, a musharaka, a murabakha, idjara, salaam) are subordinated to the same economic laws and the principles of functioning, as traditional, but with certain limitations in the financing mechanisms and objects of financing. It is concluded that a strategic step in the issue of economic integration of Islamic countries can be the formation of monetary and financial Union that can lead Islamic financial institutions to common indicators. For today this measure is difficult to implement, as there are no conditions for the movement of capital and labor resources. The situation could be changed through the holding of strategic economic policy, devoid of declarativity, open for contacts. This will make it possible to attract capital from other countries in the form of long-term investment projects, to respond quickly to geo-economic and geopolitical challenges of our time and, accordingly, to make Islamic financial institutions more flexible to modern market relations.

Keywords: islam, Islamic banking, financial institutions, riba, gharar, mudaraba, musharaka, murabakha, idjara, salaam.

Сегодня, в условиях глобализации, российская экономическая система претерпевает существенные трансформации. Все чаще ученые обращаются к поиску новых финансовых моделей, одной из которых является исламский банкинг, оборотный капитал которого в 2015 г. был «1,48 трлн долларов, а ежегодные

темпы роста составляют 10-15 %», к 2020 г. прогнозируется 1,60 трлн долларов США. Исламские финансовые инструменты постепенно интегрируются в мировую экономическую систему. Отношение российского ученого общества (экономистов, историков, политологов, философов, юристов) к данной проблеме

неоднозначно. Однако нельзя рассматривать Российскую Федерацию изолированной от общемировых тенденций. Поэтому поставленная проблема имеет особую актуальность и требует взвешенного и кропотливого изучения накопленного опыта как исторически сложившихся финансовых институтов, так и современных устойчивых экономических моделей мусульманских государств.

К основополагающим институтам исламского банкинга относится «риба». Под ней понимается запрет получения процента с любой сделки по канонам шариата. Т.е. для исламских банков не приемлемы классические условия для вкладчиков и заёмщиков, такие как плата банком процентов или сбор процентных сумм. Обращает на себя внимание тот факт, что в Коране термин «риба» встречается не единожды, а восемь раз. При употреблении этого термина порицается ростовщичество и все формы его проявления [2].

Так, например, в Коране прописано о процентных сборах [3]: «Те, которые пожирают лихву, восстанут, как восстает тот, кого сатана поверг своим прикосновением. Это потому, что они говорили: «Воистину, торговля подобна лихоимству». Но Аллах дозволил торговлю и запретил лихоимство. Если кто-нибудь из них после того, как к нему явится предостережение от Аллаха, прекратит, то ему будет прощено то, что было прежде, и его дело будет в распоряжении Аллаха. А кто вернется к этому, те станут обитателями Огня, в котором они пребудут вечно».

Подчёркивается, что неправильно взывать плату с рыбака за его улов, которого у него ещё нет, поскольку слишком высок риск в подобной сделке. Отметим, что с появлением ислама некоторые финансовые сделки стали невозможными. К ним можно отнести: «хабал-аль-хабала» (продажа нерождённого верблюда); «муламаса» (обязательное приобретение товара, если до него уже дотронулся потенциальный покупатель); «хасат» (приобретение товара со скидкой, если в него покупатель попадает камнем).

Подобные и аналогичные сделки запрещались по трём причинам: высокая степень риска, отсутствие социальной справедливости, принадлежность к азартной деятельности [4].

«Майсир» был запрещён в Коране, в отличие от «гарара», который был впоследствии обоснован мусульманскими просветителями [3]. Под «майсир» понималась азартная деятельность, игра, связанная с риском и получением прибыли, без трудовых затрат, в результате обмана или счастливого стечения обстоятельств. Изначально «майсир» относился лишь к играм, в которых можно было получить «мясо верблюда».

К «майсир» были отнесены любые фьючерсные и спекулятивные операции на финансовом рынке, доход от любых форм азартной деятельности. Т.е. в исламском банкинге не признаётся выгода, полученная без затрат трудовых сил, не оказывающая положительного значения для экономической системы в общем.

В отношении «гарар» ситуация складывалась более сложно. Поскольку со временем исламские учёные пришли к пониманию того, что сделка, в какой бы сфере ни проводилась, изначально закладывает некий принцип неопределённости, который невозможно преодолеть.

Поэтому со временем понимание института «гарар» стало сводиться к повышенному риску. Что вновь актуализировало новую дискуссию вокруг того, что понимать под «повышенным риском».

В результате была разработана общая классификация «гарара»:

- «гарар» с повышенным риском – был запрещён;
- «гарар» с незначительным риском – был разрешён;
- «гарар» в промежуточном (переходном) состоянии [4].

Отдельно были прописаны условия, при которых можно определить уровень риска в сделке: определение предмета договора; определение качественных и количественных свойств этого предмета; определение временных границ осуществления сделки; предметами договора не может быть алкоголь или свинина [4].

Вышеуказанные условия, наряду с финансовой рациональностью, стали необходимыми для заключения сделки «салам».

Под «салам» понимается сделка, в резуль-

тате которой товар (предмет договора) поставляется покупателю, но при исполнении продавцом и покупателем определённых условий. Сделка будет считаться легитимной даже при наличии «рибы», если стороны согласны с этим решением и выигрывают экономически [5].

В ретроспективе финансовые институты исламского банкинга заметно претерпевали изменения.

Мекка всегда являлся крупным центром торговли, как до, так и после возникновения исламской религии. Но государственно-частных структур, занимающихся деятельностью на основе шариата, в ней не было. Вместе с тем уже функционировали денежные и товарные сделки. С возникновением ислама начинают распространяться следующие виды сделок: «видиа» и «кард».

Под «видиа» понимается сделка, а именно – передача на хранение вещи, при которой: происходит передача вещи; второй её принимает; ответственность несёт передающее лицо, поскольку именно оно не уверено в том, что сможет сберечь её у себя; принимающей обязуется вернуть вещь, если только сам её не потеряет; утрата вещи считается обоснованной, если это не произошло из-за халатности хранящего лица; при этом нельзя предъявить претензии хранящему лицу, поскольку передающий сам понимал, что может лишиться вещи [6].

В основе подобных сделок лежит принцип доверия между людьми.

«Кард» можно отнести уже к родоначальникам сделок более современных, таких как, например, «мудароба». «Кард» имеет общие условия с «видиа» и отличается только в следующем: хранитель несёт ответственность за вещь и никакие оправдания не принимаются; хранитель может распоряжаться вещью (деньгами) по своему личному усмотрению, даже извлекать некую выгоду от этого, тем самым окупая свой труд, но вернуть её при первом же требовании передающего лица.

Стоит подчеркнуть, что многие из сделок того времени носили явно инновационный характер и выступали прообразами будущих финансовых институтов.

В средние века начинают возникать новые

виды товарных и денежных институтов, в основе которых задействована чековая система («хатт ас-сараф») [7].

Чеки к тому времени становятся привычной формой при подписании долговых расписок, что позволяло брать деньги, используя чековый принцип. Но они имели отличия от современной чековой системы. В то время чеки выдавались специальными людьми-«менялами», заменявшими банки и иные финансовые структуры.

К преимуществам чековой системы можно отнести: отсутствие процентов по чекам, поскольку последние сводились лишь к товарной цене; отсутствие «накрутки» по любым операциям; «менялы» также не получали процентов за применение долговых обязательств.

В средние века происходит персонализация и разграничение типов «рибы»:

- «риба ан-наси'а». В широком значении под ней понимается повышение размера долга как одно из условий выдачи денег заемщикам кредиторами. Может означать повышение размера долга за просрочку выплаты;

- «риба аль-фадл» - т.е. «излишек», относится к видам бартерного обмена товарами, подразумевает возможную финансовую надбавку (доплату) за существенную разницу в товарах (золото, серебро, пшеница, ячмень и т.д.) [8].

На сегодняшний момент оба вышеуказанных видов «рибы» заменены на следующие: «риба аддуюн» («ссудная рыба») и «риба аль-буйу» («торговая рыба»).

В целом, в те времена формировались основы исламских банковских услуг и инструментов. Возник «институт менял», которым обладал почти каждый купец.

Стоит иметь в виду, что отношение других религий к процентам было более демократичным, чем в исламе. Хотя не одна из мировых религий не поощряла и не поддерживала ростовщичество. Позже было определено, что мусульманин может также брать проценты с представителей других конфессий.

В средние века предпринимаются попытки обойти запреты и ограничения на получение процентов, некоторые из которых в процессе войдут в основу современных финансовых институтов. Эти правовые люфты стали назы-

ваться «хияль».

К ним относятся:

1. Получение комиссии за агентские услуги, когда выплачивается сумма за дополнительные усилия кредитора.

2. Аренда (продажа) с возможной предоплатой, но позволяющей отменить в будущем сделку.

3. Продажа с возможностью в последующем перепродать первому владельцу.

4. Продажа двойная, т.е. покупка у кредитора с целью в последующем перепродать третьему лицу.

Третий период развития финансовых институтов исламской банковской системы связан и опосредован развалом Османской империи, формированием независимой Турции (1923 г.) [9].

Особый акцент в тот период внесли власти Египта, которых можно отнести к идейным основателям исламского банкинга (в результате там и будет сформирован первый банковский сегмент на основе норм шариата [10]).

К идейным основателям исламского банкинга, например, следует отнести египетского муфтия Мухамма Абду, выпустивший в 1889 году фетву, комментирующую, что проценты по кредитам не относятся к «рибе», поэтому не могут быть вне закона [10].

К первым исламским банкам, функционирующим на полноценной финансовой основе, был банк в Египте, созданный в 1963 году. В основу деятельности этого банка были положены примеры зарубежных (немецких) финансовых структур, но всё было адаптировано под принципы ислама [11].

Позже было открыто ещё девять филиалов этой банковской сети. В 1967 году происходит смена политических и экономических ориентиров Египта – исламские банки были восприняты властью как источники распространения фундаменталистских идей в стране и были закрыты. В истории известны и другие примеры, когда власти были настроены неоднозначно к исламским банкам (Оман, Сирия, Ирак, Турция, Пакистан [11]).

Подчеркнём, что к 1997 году в сорока государствах уже существовало 176 исламских банков (общая сумма активов 148 млн долларов [11]). На сегодняшний день таких органи-

заций стало больше. По различным данным, их количество приближено к 300.

Изучая исламский банкинг, особенно важно понимать, что это явление относится к альтернативным формам и механизмам финансового хозяйствования, основанным на учениях ислама. Исламский банкинг есть часть современного глобального банка, он подчинён тем же экономическим законам и принципам функционирования, что и традиционные банки.

Некоторые учёные по ошибке пытаются сопоставить между собой исламский банкинг и полное беспроцентное финансирование, что, по сути, является серьёзным просчётом. Как отмечает учёный Р.И. Беккин, беспроцентное финансирование, по своей природе, объясняется лишь неразвитостью и отсталостью экономической системы и по мере её совершенствования исчезает [12].

Другие и вовсе пытаются обосновать положения о том, что исламский банк в современных условиях не может существовать без ссудного процента. Многих из них трудно отнести и к исламским богословам, и к светским экономистам [13]. Предметом их критических суждений выступает известный в исламском банкинге институт мурабаха.

В более широком ключе под институтом мурабаха понимается финансирование, организованное в форме купли-продажи актива, т.е. под специальный заказ.

Но можно ли сопоставлять между собой мурабаху и процентное кредитование?

На наш взгляд, есть несколько принципиальных моментов мурабахи: банк предоставляет своему клиенту (покупателю) не кредитную программу, а сам приобретает для него необходимый товар; при мурабахе банк несёт особый специфический риск, если клиент откажется от приобретения данного товара (издержки несёт банк), при мурабахе возникает ещё и риск понижения цены товара.

Согласно нормам шариата запрещается оказывать финансирование экономическим операциям, которые связаны с такими товарами и услугами как оружие, табак, алкогольные напитки, распространение азартных игр.

Можно подчеркнуть, что принципы функционирования исламского банкинга не про-

тиворечат законам рынка, но в то же время имеются определённые ограничения в самих механизмах и объектах финансирования.

В исламском банкинге существует два механизма привлечения и вложения финансовых средств.

К первому механизму относится двухсторонняя мудараба, смысл которой сводится к принципу разделения прибыли и убытков между банками, вкладчиками. С позиций пассивов депозиты вкладчиков входят в определённый баланс мударабы. С позиций активов банки пользуются контрактами мударабы в отношениях с агентами-бизнесменами, использующими деньги для инвестиционных проектов. Банк также может предоставлять краткосрочные беспроцентные ссуды.

Ко второму механизму следует отнести двухсекционную финансовую модель. Согласно этой модели пассивы банка, как правило, разделяются на несколько частей:

- депозиты, используемые до востребования, по которым доход гарантирован;
- инвестиционные депозиты.

Принято считать, что депозиты, используемые до востребования, принадлежат самим вкладчикам, а банки же создают специальные резервы в случаях потерь по данным депозитам.

В исламской банковской системе существует пять основных финансовых институтов: мудараба, мушарака, мурабаха, иджар, салам.

Мудараба предполагает финансирование инвестиционного проекта и относится к видам доверительного финансирования. Когда банк несёт ответственность и убытки по рискам при неудаче проекта. Для банковских сегментов этот механизм является невыгодным, поэтому используется редко [14].

Мушарака – институт, подразумевающий товарищество (или сотрудничество). При этом происходит объединение или «слияние» капиталов в один портфель, где убытки определяются степенью финансового участия каждой стороны. Главный плюс от этой сделки – справедливое распределение убытков.

Мушарака бывает двух типов: временная (или убывающая) и постоянная. При временной (например, ипотека) один из участников должен будет продать свою часть (долю) по

истечении какого-то периода времени. При постоянной сотрудничестве не подразумевает продажи долей, но и не запрещает, если на то возникнут определённые обстоятельства [15].

Мурабаха есть институт, подразумевающий покупку банком определённой вещи (услуги) для покупателя (также вид ипотеки).

Иджар – институт лизинга (или аренды). Её особенность – выплата арендатором фиксированной суммы банку, но с последующим выкупом арендуемой вещи [16].

Салам – институт, распространяемый для юридических и физических лиц в виде конкретного контракта на отсрочку доставки товара (услуги), но с оплатой при его заключении [15].

В зависимости от развитости конкретных финансовых институтов выделяют модели исламского банкинга:

- монистическая модель исламского банкинга;
- дуалистическая модель исламского банкинга;
- транзитная модель банкинга.

К признакам монистической модели исламского банкинга относятся: единовременный или поэтапный отказ банковских структур от принципов ссуды (ссудного процента) в экономических операциях; запрет ссуды (ссудного процента), как правило, не распространяется на внешнеэкономические отношения; исламизация банковского сектора затрагивает макроэкономические финансовые операции, микрофинансовые структуры могут использовать ссудный процент; запрещение ссудного процента возможно на законодательно-правовом уровне.

Безусловно, использование данной модели характеризуется отсутствием реальной связи между реформистским курсом и реформами в других государствах. Переход к монистической модели осуществлялся административно-политическими методами, а не рыночно-экономическими.

Стоит иметь в виду, что в настоящее время данная модель применяется лишь в Судане. Хотя определённый интерес по началу проявляли и другие государства.

Дуалистическая модель исламского банкинга, применяемая в Малайзии и ряде дру-

гих стран, определяется следующими чертами [17]: исламским финансовым институтам оказывается поддержка государства; исламский и традиционный банкинг сосуществуют параллельно; реализация исламских банковских программ определяется специальными нормативно-правовыми актами; традиционные банки открывают «исламские окна» для удобства.

Дуалистическая модель банкинга создаёт реальные условия для осознанного выбора между традиционными и исламскими финансовыми продуктами. В монистической модели подобного выбора не предоставляется. Дуалистическая модель представлена в Малайзии.

Транзитная модель банкинга является переходной для некоторых стран со значительным мусульманским населением.

К её особенностям следует отнести: отсутствие специальной нормативно-правовой базы для функционирования исламских финансовых структур; исламский банкинг относится к традиционным банкам или выведен из банковского сектора.

Изучение различных моделей исламского банкинга позволяет прийти к выводу, что многие мусульманские государства пытаются самостоятельно сформировать экономическую систему, игнорируя при этом опыт других

стран и совместные усилия в этом вопросе.

В основе отсутствия согласия в понимании исламского банкинга лежат политические противоречия в мусульманских странах. Помимо них есть и такие существенные препятствия, как [18]: различия социально-экономического роста государств; территориально-географическая неоднородность и разбросанность стран; политические интересы и идеологические разногласия.

Стратегическим шагом в вопросе финансовой интеграции мусульманских государств может стать формирование особого валютно-финансового союза (института). Однако данная мера представляется сложно реализуемой, поскольку не сформированы условия для передвижения капитала и трудовых ресурсов [4]. Изменить ситуацию возможно посредством проведения стратегического экономического курса, лишённого декларативности, открытого для контактов, что позволит привлекать капиталы из других стран в форме долгоиграющих инвестиционных проектов и оперативно реагировать на геоэкономические вызовы современности.

Статья подготовлена при грантовой поддержке РФФИ, проект № 17-13-02010 «Ислам в Башкортостане: риски политизации».

Список литературы

1. Антропов В.В. Исламские банки в мировой финансовой системе // Деньги и кредит. – 2017. – № 7. – С. 57-64.
2. Шехата Х. Нишаат фикрат аль-масариф аль-исламийа. – Каир, 2005. – С. 1.
3. Кулиев Э.Р. Коран / Перевод смыслов: Кулиев Э.Р.; ред. сов.: Э.Р. Кулиев, Р.Ф. Абаскулиев, А.З. Мусаев, А.А. Касим, С.М. Захарна. – 6-е изд., испр. – М.: Умма, 2007. – С. 59-60.
4. Беккин Р.И. Исламская экономика: между капитализмом и социализмом // Вопросы экономики. — 2007. – № 10. – С. 18-21.
5. Ценностные ориентиры в экономической среде исламского мира: сб. статей / под ред. С.В. Пирогова. – М., 2009. – С. 211.
6. Ибрагимов А.М. Особенности формирования и развития исламской банковской системы // Материалы VII Международной студенческой электронной научной конференции «Студенческий научный форум». – 2015. – С. 8.
7. Павлов В.В. Исламские банки в исламском финансовом праве. М. – 2003. – С. 19-20.
8. Sami Ibrahim al-Suwailem. Islamic Economics in a Complex World: Explorations in Agentbased Simulation. – Jeddah, 2008. – P. 11.
9. Нуруллина Г.Ф. Исламская этика бизнеса. – М. – 2004. – С. 101.
10. Гибадуллин М.З., Вахитова Т.М. Основы исламской экономики: теория и практика хозяйствования: Учебное пособие. - Казань: ТГ-ГПУ, 2009. – С. 189.
11. Lewis M.K., Algaoud L. M. An Introduction to Islamic Banking // Handbook of Islamic Banking / ed. by Hassan M.K., Lewis M.K. Cheltenham: Edward Elgar Publishing. – P. 5-6.
12. Беккин Р.И. Сомалиленд: беспроцентная финансовая система // Проблемы современной экономики. – 2008. – № 4 (28). – С. 243–

247.

13. Куран Т. Исламская экономическая мысль и исламская экономика // Христианство и Ислам об экономике / Под ред. М.А. Румянцева, Д.Е. Раскова. — СПб., 2008. С. 279-304; Максимов А.А., Милославская Т.П. Исламские банки в странах Ближнего и Среднего Востока // Ислам в странах Ближнего и Среднего Востока. — М., 1982. — С. 25-39 и др.

14. Радыгин А., Энтов Р. Институциональные компоненты экономического роста // Вопросы экономики. — № 11. — 2005. — С. 14-38.

15. Беккин Р. Особенности исламского страхования // Проблемы современной экономики. — 2004. — № 1. — С. 200-201.

16. Яндиев М. Актуальные проблемы формирования исламской финансовой системы: на стыке философии и практики // Рынок ценных бумаг. — 2011. — № 9. — С. 54-57.

17. Трунин П., Каменских М., Муфтахетдинова М. Исламская финансовая система: современное состояние и перспективы развития. — М., 2009. — С.16.

18. Шарипова Р.М. Экономические концепции идеологов Лиги исламского мира // Ислам. Проблемы идеологии, права, политики и экономики. — М., 1985. — С. 68-79.

References

1. Antropov V.V. Islamskiye banki v mirovoy finansovoy sisteme // Dengi i kredit. — 2017. — No 7. — P. 57-64.

2. Shehata H. Nishaat Fikrat al-Massari al-Islamiyya. — Cairo, 2005. — P. 1.

3. Kuliev E. R. Quran / translation of the meanings: Kuliev, E.R.; ed owls. By: E.R. Kuliev, R.F. Abasaliyev, A.Z. Musaev, A.A., Qasim, S.M. Zaharna. — 6-e izd., ISPR. — M.: Umma, 2007. — P. 59-60.

4. Beckin R.I. Islamic economy: between capitalism and socialism // Economic Issues. — 2007. — № 10. — P. 18-21.

5. Values in the economic environment of the Islamic world: collection of articles / under the editorship of S.V. Pirogov. — M., 2009. — P. 211.

6. Ibragimov M.M. Features of the formation and development of the Islamic banking system

// Proceedings of the VII international student electronic scientific conference «Student scientific forum». — 2015. — P. 8.

7. Pavlov V.V. Islamic banks in Islamic financial law. — M., 2003. — P. 19-20.

8. Sami Ibrahim al-Suwailem. Islamic Economics in a Complex World: Explorations in Agentbased Simulation. — Jeddah, 2008. — P. 11.

9. Nurulina G. Islamic business ethics. — M., 2004. — P. 101.

10. Gibadullin M. Z., Vakhitova T. M. Fundamentals of Islamic Economics: theory and practice of management: study guide. — Kazan: TSPU, 2009. — P. 189.

11. Lewis M.K., Algaoud L. M. An Introduction to Islamic Banking // Handbook of Islamic Banking / ed. by Hassan M.K., Lewis M.K. — Cheltenham: Edward Elgar Publishing. — P. 5-6.

12. Bekkin R.I. Somaliland: interest-free financial system // Problems of modern economy. — 2008. — № 4 (28). — P. 243-247.

13. Kuran T. Islamic economic thought and the Islamic economy / Christianity and Islamic Economics / ed. M. Romyantsev, D.E. Raskov. — SPb., 2008. — P. 279-304; Maksimov, A.A., Miloslavskaya, Etc., Islamic banks in the Middle Eastern Islam countries of the Middle East. — M., 1982. — P. 25-39 et al.

14. Radygin A., Entov R. Institutional components of economic growth // Questions of economy. — 2005. — No. 11. — P. 14-38.

15. Beckin R. Features of Islamic insurance // Problems of modern economy. — 2004. — No. 1. — P. 200-201.

16. Yandiev M. Actual problems of formation of Islamic financial system: at the junction of philosophy and practice // Securities Market. — 2011. — No. 9. — P. 54-57.

17. P. Trunin, M. Kamenskikh, M. Muftakhettidinova Islamic financial system: current state and prospects of development. — M., 2009. — P. 16.

18. Sharipov R. M. The Economic concepts of the ideologists of the League of the Islamic world // Islam. Problems of ideology, law, politics and Economics. — M., 1985. — P. 68-79.



Костин К.Б.
Kostin K.B.

*доктор экономических наук, доцент,
профессор кафедры «Мировая экономика и
международные экономические отношения»,
ФГБОУ ВО «Санкт-петербургский государ-
ственный экономический университет»,
г. Санкт-Петербург, Российская Федерация*



Хакимов Р.М.
Hakimov R.M.

*соискатель кафедры «Финансы и кредит»,
Институт экономики и сервиса,
ФГБОУ ВО «Уфимский государственный
нефтяной технический университет»,
г. Уфа, Российская Федерация*

УДК 334.012.6

ФОРМИРОВАНИЕ РЫНКА БАНКОВСКИХ УСЛУГ В УСЛОВИЯХ УСИЛЕНИЯ КОНКУРЕНЦИИ

Авторами поставлена цель рассмотреть формирование рынка банковских услуг в условиях усиления конкуренции. В качестве предмета исследования определены банковские услуги. Процессы, происходящие в банковской системе Российской Федерации, сложны и многогранны, и обуславливаются состоянием рынка банковских услуг. Поступательное развитие банковской системы сопровождается медленным и трудным переходом к рыночной модели, направленной на активное потребление банковских продуктов и услуг, постоянный рост экономики и одновременно с ней благосостояния населения страны. Представляя собой важнейший рыночный регулятор и являясь стимулирующим элементом несущей конструкции отечественной экономики, организационно-финансовые и стимулирующие механизмы рынка банковских услуг регулярно претерпевают изменения и зачастую дают противоречивые результаты. Одновременно с этим, с целью осмысления сущности экономической природы финансового поведения банков на рынке необходимо разобраться в смысловой нагрузке базисных категорий «банковская услуга» и «банковский продукт», соотнести финансовую услугу и банковскую услугу.

Проведённые авторами исследования позволили определить сущность рынка банковских услуг и рынка розничных банковских услуг в системе финансового рынка, что является необходимым в части понимания формирования финансового поведения кредитных институтов. В узком смысле рынок розничных банковских услуг представляет собой сегмент финансового рынка, в широком – это интеграция различных секторов финансового (банковского, страхового, инвестиционного, пенсионного) и нефинансового рынка (консалтингового, оценочного, маркетинговых исследований). В связи с этим, целесообразно рассмотреть вопросы, связанные с процессами тенденциями развития современного предпринимательства в сфере банковских услуг и определить основные принципы современного предпринимательства в сфере банковских услуг.

Ключевые слова: предпринимательство, банковские услуги, конкуренция, рынок

FORMATION OF THE MARKET OF BANKING SERVICES IN THE CONTEXT OF INCREASING COMPETITION

The authors set a goal to consider the formation of the market of banking services in the context of increasing competition. Banking services are defined as the subject of the research. The processes taking place in the banking system of the Russian Federation are complex and multifaceted and are

determined by the state of the banking market. The progressive development of the banking system is accompanied by a slow and difficult transition to a market model aimed at the active consumption of banking products and services, the constant growth of the economy, and at the same time the welfare of the country's population. Being an important market regulator and a stimulating element of the supporting structure of the domestic economy, the organizational, financial and stimulating mechanisms of the banking services market regularly undergo changes and often yield contradictory results. At the same time, in order to understand the essence of the economic nature of the financial behavior of banks in the market, it is necessary to understand the semantic load of the basic categories: banking services and banking products, the correlation of financial services and banking services.

The research carried out by the authors allowed to determine the essence of the market of banking services and the market of retail banking services in the financial market, which is necessary in terms of understanding the formation of the financial behavior of credit institutions. In a narrow sense, the retail banking market is a segment of the financial market, in General – it is the integration of various sectors of the financial (banking, insurance, investment, pension) and non-financial market (consulting, valuation, marketing research). In this regard, it is advisable to consider the issues related to the processes of trends in the development of modern entrepreneurship in the field of banking services and to determine the basic principles of modern entrepreneurship in the field of banking services.

Keywords: entrepreneurship, banking services, competition, market

Согласно принятой во Всемирной торговой организации классификации понятий, экономическая категория «финансовая услуга» содержит в себе следующие виды деятельности: страхование (в том числе перестрахование), банковские услуги, финансовый лизинг, гарантии и обязательства, и иные услуги по всем видам финансовой деятельности [8; С. 45–52]. Ее сущность выявляется в отсутствии предметной формы, что сопряжено с субстанцией существования в виде правоимущественных отношений и отражении конкретных форм формирования потоков финансовых ресурсов посредством применения кредитно-финансового механизма [3]. Важно подчеркнуть, что законодатель выстраивает логическую структуру, раскрывающую понимание категории «финансовая услуга», подразумевая под ней предоставление лизинговых, страховых и банковских услуг, предоставляемых финансовой организацией при привлечении и размещении денежных средств как юридических, так и физических лиц [10; С. 23–30]. В своём исследовании авторы сочли целесообразным придерживаться такой же точки зрения при использовании данной категории.

Так, категории «банковская услуга» и «банковский продукт» довольно часто применяются специалистами банковского дела как синонимы. Однако они вовсе не равнозначны и представляют собой крайне сложные категории.

С точки зрения права, трактовка категории «банковская услуга» регламентирует банковскую услугу как банковскую операцию (совокупность банковских операций), отражающуюся, в соответствии с правилами ведения бухгалтерского учёта, в коммерческих банках на отдельном счёте [14].

В настоящее время в научной среде продолжают дискуссии по поводу того, что понимать под банковской услугой. Так, Ю.В. Головин полагает, что банковские услуги представляют собой набор операций, которые исполняются в процессе денежного обращения [6]. Аналогичного мнения придерживается и В.И. Саенко, которая пришла к выводу, что под банковской услугой целесообразно понимать совокупность операций, по своей сущности являющихся взаимосвязанным набором действий, реализуемых во время денежного обращения и ориентированных на удовлетворение потребности клиента. Она также поясняет, что в своей деятельности банки реализуют пакеты услуг, являющихся банковскими продуктами, сочетающимися в себе трансакционные, кредитно-депозитные и операционные услуги [20].

А.М. Тавасиев, В.П. Бычков и В.А. Москвин, анализируя категорию банковская услуга, сделали вывод, что она представляет собой конечный результат операции, выражающейся в полезном эффекте – в удовлетворении конкретной потребности клиента [21].

В свою очередь, А.Н. Иванов приводит несколько иную интерпретацию, характеризуя банковскую услугу в виде предоставляемой клиентам разнообразной профессиональной деятельности (интеллектуальной, финансовой, технической, технологической), которая является оптимизирующей и сопровождающей проведение операций в банке [10].

Ю.С. Масленченков полагает, что банковская услуга представляет собой конкретную форму удовлетворения потребности клиента кредитной организации в расчётно-кассовом обслуживании, кредите, гарантиях, хранении ценных бумаг, а также их покупке или продаже и т.п. [15; С. 4–6]. А.Н. Мирецкий подчёркивает, что банковская услуга является проявлением экономических взаимоотношений между кредитной организацией и клиентом, поскольку коммерческий банк, совершая необходимые действия в сфере денежного обращения и кредита, удовлетворяет определённые потребности покупателя услуги [16; С. 64–70].

А.Ю. Викулин приводит следующую дефиницию банковской услуги – это сделка, осуществляемая с целью извлечения прибыли коммерческим банком, обладающим исключительным правом на ее проведение в силу действия закона, также в процессе ее совершения происходит удовлетворение потребностей физических и юридических лиц [4].

В диссертационной работе Павлова В.В. под банковской услугой подразумевается деятельность банка, направленная на удовлетворение потребности клиентов в повышении собственных денежных накоплений, приобретении дополнительных денежных средств, хранении ценностей, проведении расчётов и информационном обеспечении. Кроме того, авторы уточняют, что кредитная организация реализует, а клиент потребляет банковскую услугу в процессе ведения банковской деятельности, что определяет банковскую услугу отсутствием материального выражения [17].

Определённый научный интерес представляет точка зрения профессоров В.М. Желтоносова, О.С. Зиниша и В.В. Филатова, считающих, что банковская услуга по своей сущности принадлежит к экономическому продукту и выступает в двух ипостасях – как в натурально-вещественной форме, так и в

информационной [8; С. 60–67].

Научное обсуждение вопроса, что же понимать под банковской операцией, ее соотношение с определением банковской услуги довольно обширно изучаются в современной экономической литературе. Существуют различные трактовки дефиниции категории «банковская операция». По мнению А.Н. Иванова, банковская операция представляет собой совокупность взаимосвязанных действий кредитной организации и клиента, реализуемых от имени банка и направленных на решение определённой экономической задачи, что предусматривает перемещение средств [10]. Иначе формулирует денотат «банковские операции» Д.Б. Исаев, характеризуя их в качестве гражданско-правовых сделок, осуществляемых коммерческими банками в законодательно установленных рамках и ограничениях, закреплённых в учредительных документах [11].

В учебнике по банковскому праву, написанному авторами Б.Н. Топорнином, Г.А. Тосуняном, А.Ю. Викулиным, А.М. Экмальяном, под банковскими операциями предлагается понимать сделки, проводимые на постоянной основе кредитными институтами. Авторы также отмечают, что данные сделки носят исключительный характер правоспособности в силу действия закона о банках и иных федеральных законов, предоставления лицензии Банка России, что обязывает кредитные организации соблюдать установленные правила [22]. Идентичной позиции придерживается Ю.Б. Зеленский, подразумевающий под банковской операцией совокупность осуществляемых сделок, совершаемых кредитно-финансовыми институтами, обладающими законодательно установленным исключительным правом на их осуществление [10; С. 2–8].

Одновременно с этим, отсутствует единство в понимании категории финансовая операция. В своём исследовании под финансовой операцией авторы считают нужным понимать процедуру, направленную на решение конкретной задачи, связанной с управлением финансами. Так, к коннотации финансовые операции можно отнести контроль и учёт ценных бумаг, денежных средств, методы планирования финансовых показателей и приёмы финансового анализа, формы организации

финансовой работы в кредитно-финансовом институте и иные аналогичные виды деятельности.

Весьма интересными являются дебаты, которые ведутся в кругах отечественных учёных касательно обсуждения коннотации «банковский продукт». Попова А.А. полагает, что банковский продукт выступает в качестве комплекса услуг кредитной организации по активным и пассивным операциям, и отмечает, что продуктовый ряд коммерческого банка предполагает наличие совокупности продуктовых единиц (отдельных продуктов), т.е. обособленных величин, наделённых всеми признаками и свойствами продукта. Отдельный банковский продукт обладает определённым количеством видов, подвидов, разновидностей, которые отличаются друг от друга незначительными потребительскими свойствами и объединяются в продуктовые группы исходя из их потребительской и технологической общности [18].

Также значительный интерес представляет точка зрения учёного Д.Я. Родина, который рассматривает категорию «банковский продукт» как совокупность услуг и операций, направленных на удовлетворение потребностей клиентов в определённых видах профессиональной деятельности кредитных организаций [19].

В свою очередь, Кох Л.В. сделала заключение о том, что банковский продукт – это то, что клиент в действительности приобретает у кредитной организации. Кроме того, ею отмечено, что в отличие от банковской услуги продукт представляет собой определённую категорию, поскольку обладает конкретной ценой и материальностью, несмотря на то, что в разных коммерческих банках эти характеристики не являются универсальными [12].

Проведённый анализ современных научных подходов к дескрипции экономических категорий «банковская услуга», «банковский продукт», «банковская операция» позволил выделить следующие основные направления к денотации дефиниции:

1. В качестве основы понимания экономических категорий О.И. Лаврушин, Н.И. Быкова, Ю.В. Головин и др. сходятся во мнении, что в силу объективных экономических законов деньги выступают изготавливаемым

ресурсом. Важно отметить, что при этом не учитываются «денежная» и «неденежная» составляющая.

2. Согласно концепции единомышленников Э.А. Уткина, С.А. Гурьянова, Е.В. Егорова и др. для характеристики происходящих экономических процессов в банковской сфере достаточно использовать два термина, характеризующих предмет деятельности банка – это банковская операция и банковская услуга.

3. А.Н. Иванова, А.В. Романова, В.Д. Маркова занимаются исследованиями в области банковского маркетинга, спецификой которой является изучение особенностей банковских услуг. Согласно их пониманию, «банковская услуга» и «банковский продукт» совпадают, таким образом эти категории являются синонимами.

4. Основные положения, раскрывающие смысловую нагрузку категорий «банковская услуга» и «банковская операция» регламентированы законодательными и нормативными актами Российской Федерации, комментариями юристов. Одновременно с тем, в современном российском законодательстве отсутствует чёткая дефиниция «банковский продукт».

5. Коробов Ю.И., Масленченков Ю.С., Мирецкий А.П. и иные представители отечественной науки отличительной особенностью дефиниции «банковской услуги» от «банковской операции» считают механизм удовлетворения потребностей клиента. В приведённых ими дескрипциях банковская услуга представляет собой результат банковской операции со своими признаками: неустойчивость спроса на банковские услуги, абстрактность, связь с деньгами, неотделимость услуги от источника и неотделимость производства от потребления, протяжённость во времени, вторичность удовлетворяемых потребностей, договорной характер. Банковский продукт, напротив, выступает в качестве конкретного способа оказания услуги: совокупность финансовых, информационных, организационных, юридических процедур, которые объединены общей технологией обслуживания потребителей. Важность данного подхода состоит в ориентации его на клиента, и ему в значительной степени свойственна проработка дискурсивного аппарата, охватывающего банковскую деятельность.

Проведя комплексный анализ терминологии банковских продуктов и услуг, рассмотрев различные точки зрения учёных, раскрывающих разные функциональные и специфические особенности экономического содержания категориального аппарата в области банковской терминологии, авторы считают важным расширить и более точно определить экономические категории «банковская услуга», «банковская операция», «банковский продукт», с целью формирования объективного понимания указанных категорий.

Наиболее объективным, с точки зрения авторов, детерминантом денотата «банковская услуга» является совокупность предоставляемых профессиональных видов деятельности кредитной организации на розничном рынке банковских услуг для достижения клиентом желаемого результата, который максимально удовлетворяет его потребности. Под категорией «банковская операция» авторы предлагают понимать специфический системно-технологический процесс, включающий взаимодействие банка и клиента, осуществляемый от имени кредитного института и направленный на решение определённого экономического вопроса в интересах клиента. Банковские операции обладают нематериальной формой, т.е. их невозможно потрогать как какой-либо материальный предмет, и поэтому нельзя реализовать по конкретной цене. В свою очередь, «банковский продукт», по мнению авторов, это комплекс взаимосвязанных операций и услуг, структурированных определённым образом с набором совершенно новых качественных характеристик и свойств с целью удовлетворения отдельных потребностей клиента банка. Под качественными характеристиками авторами подразумевается время обслуживания клиента, возможность удовлетворения потребности в удобное для клиента время и в нужном месте, наличие сопутствующих услуг и бонусных программ.

Проанализировав дескрипции экономических категорий, авторы считают рациональным перейти к рассмотрению рынка банковских услуг, который определяется двуединой природой. С одной стороны, он выступает как совокупность отношений, складывающихся по поводу удовлетворения экономических потребностей клиентов и общества, а с другой

стороны, представляет собой совокупность услуг по привлечению и размещению денежных средств физических и юридических лиц по организации денежного обращения, оказываемых кредитно-финансовыми институтами посредством банковских операций и иных сделок как исключительного вида деятельности [4].

В целом, стратегическая задача развития рынка банковских услуг заключается в донесении необходимой банковской услуги или продукта конкретному потребителю в любое время, в любую географическую точку и по оптимальной цене. Решение проблемы состоит в сбалансированной банковской системе, состоящей из крупных, средних и мелких банков, находящихся в частной собственности и функционирующих в условиях сформированной конкурентной среды. Только такая система способна в полной мере обеспечить банковскими услугами всех экономических субъектов на всей территории России.

К современным тенденциям, характеризующим развитие рынка розничных банковских услуг, можно отнести: увеличение ассортимента предлагаемых продуктов и услуг на основе выделения клиентских сегментов, фокусирование на предложении пакетированных продуктов и услуг и другие [20].

Вследствие этого, возможно отметить, что процесс развития розничных банковских услуг состоит в переходе на новые стандарты розничного банковского обслуживания, что даёт возможность правильно осуществлять оценку финансового положения и перспектив развития кредитной организации, а также определять готовность банков к преодолению кризисных явлений.

Недостаточное развитие рынка банковских услуг представляет один из стратегических факторов, тормозящих предпринимательскую и инвестиционную активность. Непосредственно по этой причине активизация рынка банковских услуг, способствующая формированию у банков соответствующего финансового поведения, становится одной из наиболее значимых проблем экономического развития нашей страны, нуждающейся в системном анализе и выявлении потенциальных возможностей кредитно-финансовых институтов, функционирующих в нём.

Результативное обеспечение государством стабильности рынка банковских услуг допустимо только с помощью определённого правового регулирования, основанного на учёте важнейших экономических закономерностей. Без государственного воздействия на экономические отношения рынок самостоятельно не способен обеспечить собственную стабильность. Следовательно, стабильность рынка банковских услуг в значительной степени достигается путём государственного регулирования банковской деятельности. Одним из условий успешного функционирования рынка банковских услуг, согласно стратегии развития кредитно-финансовой сферы до 2015 года, являлась реализация государством взвешенной и последовательной политики в данной сфере, что непосредственно влияет на финансовое поведение банков [2]. Проводимая агрессивная политика ряда банков оказала негативное влияние на их устойчивость, что особенно остро проявилось в условиях кризиса. Это потребовало принятия Правительством Российской Федерации и Банком России экстренных мер по обеспечению системной стабильности банковского сектора, что позволило преодолеть кризисные явления и сохранить доверие населения и организаций к банковской системе. Именно поэтому в стратегии развития банковского сектора, в формировании финансового поведения банков «первостепенное значение имеют характер и качество предоставляемых банковских услуг, уровень конкуренции в банковском секторе, устойчивость и транспарентность кредитных организаций, предопределяющие усиление роли банков в инновационных процессах реального сектора экономики и повышении эффективности инвестиций» [2]. Стратегическое значение рынка банковских услуг в сфере экономики страны и субъектов федерации не вызывает сомнения. Однако именно розничный банковский бизнес с рациональным финансовым поведением призван обеспечить высокую финансовую эффективность и социально-экономическую стабильность, что в результате окажет благоприятное воздействие на весь хозяйственный механизм территорий, конкурентоспособность и устойчивость экономики, как страны, так и отдельно взятого

региона. В связи с этим необходимо уточнение некоторых позиций теории рынка банковских услуг.

В Налоговом кодексе РФ даётся общая дескрипция категории «рынок», в соответствии с которой под рынком понимается сфера обращения товаров (работ, услуг), определяемая из возможностей сторон (покупателя или продавца) реально и без значительных дополнительных затрат приобрести или реализовать товар [1]. В свою очередь, финансовый рынок является частным понятием и в общем виде представляет собой рынок, на котором объектом купле-продажи выступают финансовые инструменты, продукты и услуги.

Мы разделяем позицию Д.Я. Родина, который под финансовым рынком понимает систему финансово-экономических отношений для обращения особого рода активов, приносящих текущий и будущий доход через определённый организационно-экономический механизм его участников [19]. В соответствии с этим, соотнося экономические категории «финансовый рынок» и «рынок финансовых услуг», мы можем поставить знак равенства в их понимании. На рисунке 1 представлено структурно-логическое взаимодействие субъектов финансового рынка по поводу формирования и распределения финансовых ресурсов, при котором происходит взаимодействие сберегателей и заёмщиков на рынке финансовых услуг через институты финансового посредничества.

Субъекты, имеющие свободные ресурсы, приходя на рынок финансовых услуг, формируют предложение на денежные активы, в то время как объекты инвестирования создают спрос на них.

В целях снижения уровня издержек, связанных с поиском контрагента финансовой сделки, обе стороны обращаются к профессиональным участникам рынка – институтам финансового посредничества. Кредитно-финансовые институты обладают методами, инструментами, технологиями ведения бизнеса и специально обученным персоналом, что способствует не только снижению частных и общественных издержек обращения, но и уменьшает риски субъекта, имеющего ресурсы, и объекта инвестирования от неправомерных действий другой стороны.

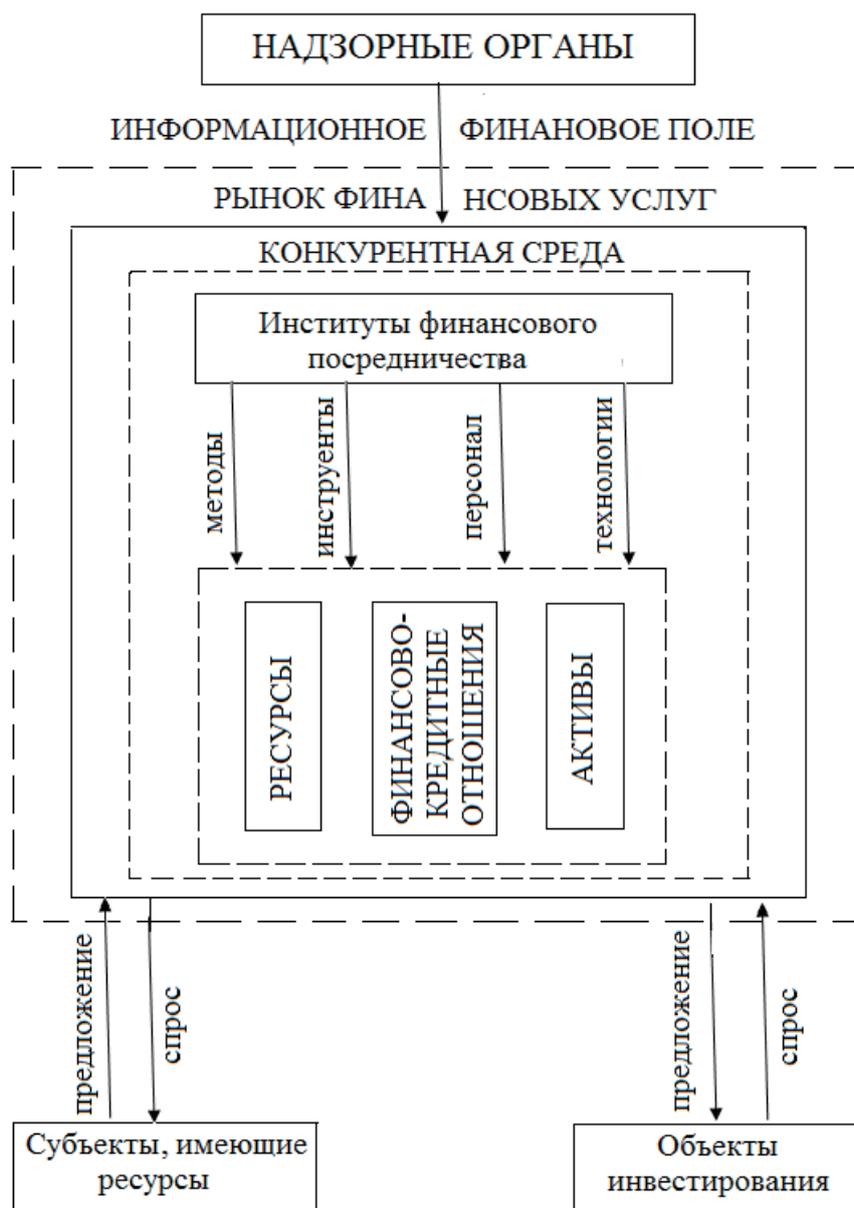


Рисунок 1. Функционирование институтов финансового посредничества на рынке финансовых услуг [14]

Наиболее значимыми институциональными элементами рынка финансовых услуг являются финансовые посредники, которые выступают на нем в роли ассимилятора агентских отношений по преодолению асимметрии информации между субъектами рынка финансовых услуг, что выражается в его высокой общественной значимости.

Вместе с тем, систематизации процессов, происходящих на рынке финансовых услуг, способствует целенаправленное разделение рынка на отдельные сегменты, различающиеся характером обращающихся на нем финансовых инструментов, продуктов и услуг. Так, рынок банковских услуг является сегментом

финансового рынка, на котором также существуют продавцы и покупатели соответствующих финансовых услуг, а также сфера потенциальных транзакций, посредством которых осуществляется реализация определённых банковских продуктов и услуг (рисунок 2).

Исследование рынка банковских услуг как системы кредитно-финансовых отношений позволяет охарактеризовать его среду через совокупность взаимосвязанных составляющих:

1) субъекты рынка: банки специализированные и универсальные; небанковские финансово-кредитные институты – кредитные кооперативы, лизинговые, факторинговые,

форфейтинговые компании, учетно-вексельные конторы, клиринговые и дилинговые центры, и другие; нефинансовые участники рынка: юридические и физические лица;

2) банковские услуги и банковские продукты, разрешённые российским законодательством;

3) спрос и предложение, формирующие цены на рынке банковских услуг;

4) органы, осуществляющие регулирование банковской деятельности (Банк России, Служба Банка России по финансовым рынкам);

5) конкуренция на рынке банковских услуг;

6) информация о состоянии рынка банковских услуг, тенденциях его развития, его участниках;

7) рыночная инфраструктура, т.е. учреждения и организации, обеспечивающие деятельность кредитных организаций, к которым относят: специализированные информационно-аналитические центры, аудиторские компании, рейтинговые агентства, кредитные бюро, системы связи.

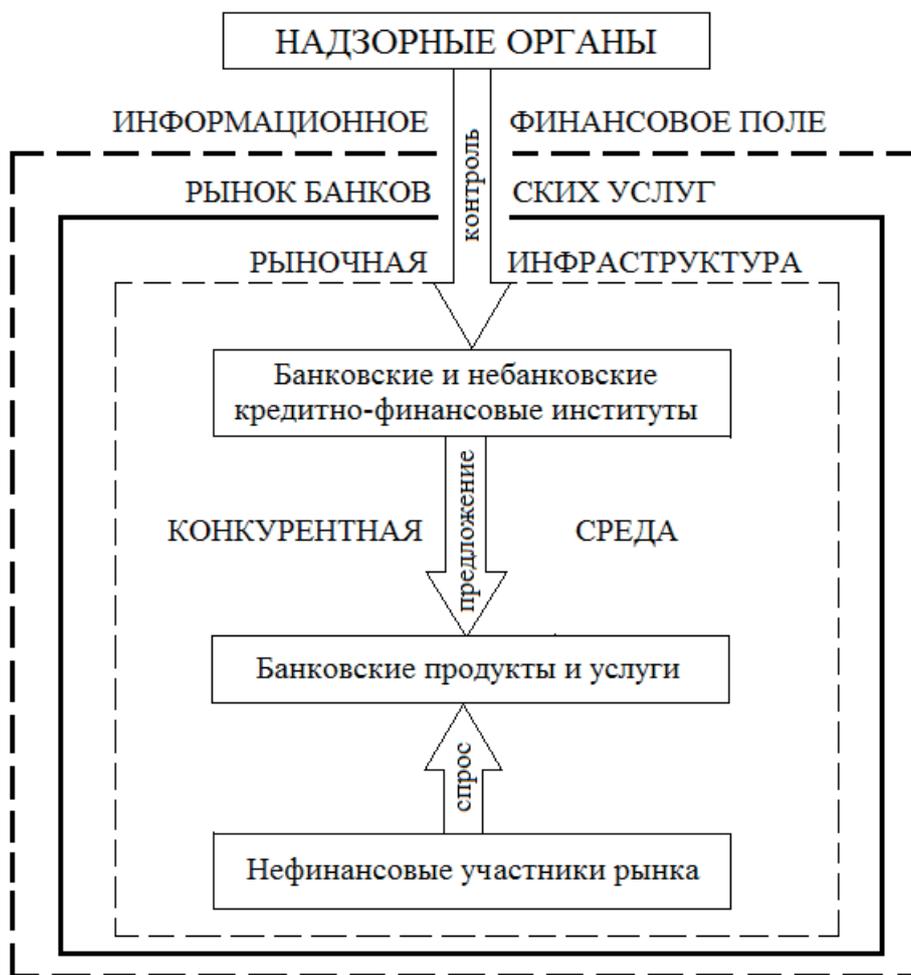


Рисунок 2. Формирование внутренней среды рынка банковских услуг [14]

Рассмотрение рынка банковских услуг как совокупности взаимосвязанных элементов приводит к выводу о необходимости наличия всех составляющих для его развития и успешного выполнения основных функций:

– посредническая – на рынке банковских услуг в качестве финансовых посредников

выступают кредитно-финансовые институты, увязывающие интересы сберегателей и потребителей;

– ценообразующая – происходит формирование оптимальной цены посредством влияния изменчивой конъюнктуры;

– информационная – заключается в предо-

ставлении надёжной и релевантной информации о качественных и количественных характеристиках предоставляемых услуг;

– регулирующая – происходит регулирование отношений, возникающих между субъектами рынка банковских услуг, посредством установления норм и правил поведения, регламентированных законодательством РФ и обычаями делового оборота;

– стимулирующая – активизация различ-

ных посреднических видов деятельности субъектов рынка банковских услуг, направленных как на развитие экономического потенциала банковской отрасли, так и других отраслей экономики;

– оздоравливающая – способствует восстановлению экономики страны, субъектно-объектных связей экономических агентов разных отраслей экономики, а также устранению негативных последствий кризисных явлений.

Таблица 1. Классификация банковского рынка в соответствии с продуктовым подходом к структурированию

| Сегмент рынка банковских услуг | Механизмы реализации посредством инструментария методов |
|--|--|
| 1. Сегмент приращения ресурсов | |
| Сегмент депозитных услуг | Срочные вклады и до востребования, вклады в драгоценных металлах, национальной и иностранной валютах |
| Сегмент доверительного управления | Индивидуальное доверительное управление, сертификаты долевого участия общих фондов банковского управления и паевых инвестиционных фондов |
| Сегмент брокерского посредничества | Брокерское обслуживание на фондовых и валютных биржах |
| Сегмент ценных бумаг банка | Акции и облигации банка, выпущенные векселя, депозитные сертификаты |
| 2. Сегмент размещения ресурсов | |
| Сегмент кредитных услуг | Кредитные линии, овердрафты, ипотечное кредитование, потребительское кредитование, МБК |
| Сегмент лизинговых услуг | Операционный лизинг, финансовый лизинг |
| Сегмент факторинга | Факторинг с правом регресса, форфейтинг, внешнеторговый факторинг |
| Сегмент инвестиционного посредничества | Андерайтинг |
| Сегмент инвестиционных услуг | РЕПО, операции с ценными бумагами на фондовых биржах |
| Сегмент гарантий | Банковские гарантии, поручительства |
| 3. Сегмент расчётов | |
| Сегмент расчетно-кассового обслуживания | Расчётные счета, проекты безналичных расчётов между организацией и сотрудниками, банковские карты, оплата жилищно-коммунальных услуг |
| Сегмент платёжных инструментов | Векселя, закладные, аккредитивы, инкассо, расчетные и дорожные чеки |
| Сегмент услуг доступа к платёжным системам | Проекты Western Union, Cjntact и т.п. |
| 4. Сегмент хранения | |
| Сегмент услуг по аренде сейфов | Индивидуальные банковские сейфы, ячейки |
| Сегмент услуг депозитария | Ведение счетов ДЕПО |
| Сегмент услуг регистратора | Регистраторы эмиссионных ценных бумаг |
| 5. Информационный сегмент | |
| Сегмент консалтинговых услуг | Консалтинг, информационное обеспечение, правовое сопровождение внешнеторгового контракта, разработка индивидуальных финансовых планов |
| Сегмент оценочных услуг | Оценка недвижимости, оценка залога |

С целью упорядочивания накопленных знаний и лучшего понимания рынка банковских услуг целесообразно привести его классификацию. Наиболее распространёнными подходами к структурированию рынка банковских услуг являются:

1) продуктовый – сегментация рынка банковских услуг происходит в соответствии с видами предоставляемых банковских услуг и механизмов их реализации (таблица 1);

2) клиентский – классифицируется по субъектам потребительского спроса: для физических лиц – опираясь на этап жизненного цикла человека, для юридических лиц – в зависимости от «размеров» бизнеса;

3) пространственный – сегментация рынка банковских услуг проходит: по локальному признаку – может складываться в пределах города, села, региона (местный); по национальному признаку – в пределах отдельной страны (внутренний); по международному признаку – здесь выделяется два подуровня: мировой рынок и рынок межстрановых объединений (например, ЕС или рынок Мексики, Канады и США) [4].

Проведённый анализ научных подходов к дескрипции экономических категорий «банковская услуга» показал, что рынок банковских услуг определяется как система экономических отношений, которая основана на купле-продаже банковских продуктов и услуг [6; С. 4–14].

В свете вышеизложенного, авторами определено, что в узком смысле под рынком банковских услуг понимается сегмент финансового рынка, где в качестве основных функционирующих субъектов выступают кредитно-финансовые институты, а объектами являются исключительно специфические банковские продукты и услуги. В широком смысле, дефиниция «рынок банковских услуг» выходит за рамки традиционного представления о нем как о части финансового рынка, так как речь идёт об услугах финансового и нефинансового характера, свойственных институтам других видов бизнеса, таких как консультирование, предоставление информации, аренда и хранение, оказание маркетинговых услуг, доверительные услуги и т.д. Рас-

смотренные выше система рынка банковских услуг, основные её функции, а также подходы к структурированию рынка банковских услуг справедливы и для рынка розничных банковских услуг. Однако рынок розничных банковских услуг (или рынок банковского ритейла) является производной категорией от категории «рынок банковских услуг» и выступает как одно из его направлений. Он характеризуется предоставлением услуг физическим лицам без предпринимательских целей. В связи с этим предоставление услуг на розничном рынке банковских услуг можно разделить на два принципиальных вида взаимодействия с клиентами: private banking и массовый сегмент. Private banking характеризуется высочайшим уровнем сервиса и индивидуальным подходом к решению проблем клиента; решающим фактором выступает его высокое финансовое положение и социальный статус. К массовому сегменту при предоставлении банковских продуктов и услуг применяются принципы стандартизации и унификации на основе микросегментации.

Резюмируя, отметим, что в изложенных теоретических аспектах становления современного предпринимательства в сфере банковских услуг авторами проведён тщательный научно-теоретический анализ по раскрытию сущности предпринимательства как особой формы хозяйственной деятельности в условиях конкурентной среды. В ходе проведённой работы выявлено, что основой предпринимательской способности субъекта предпринимательства является не столько энергия предпринимательской активности, сколько сублимация таких аспектов, как образование, знания и опыт предпринимателя, а также умение действовать в условиях нестабильности, неопределённости и рисков, присущих всем видам экономической деятельности, включая банковскую.

В российской доктрине традиционно банковская деятельность трактуется как предпринимательская деятельность кредитных организаций, а также деятельность Банка России, направленная на систематическое осуществление банковских операций и оказания сопутствующих им услуг. Наряду с этим, по-

ступательному развитию банковской системы сопутствует медленный и трудный переход к рыночной модели, направленной на активное потребление банковских продуктов и услуг, постоянный рост экономики, и одновременно с ней благосостояния населения страны.

Проведённые авторами исследования позволили определить сущность рынка банковских услуг и рынка розничных банковских услуг в системе финансового рынка, что является необходимым в части понимания формирования финансового поведения кредитных институтов. В узком смысле рынок рознич-

ных банковских услуг представляет собой сегмент финансового рынка, в широком – это интеграция различных секторов финансового (банковского, страхового, инвестиционного, пенсионного) и нефинансового рынка (консалтингового, оценочного, маркетинговых исследований). В связи с этим, целесообразно рассмотреть вопросы, связанные с процессами и тенденциями развития современного предпринимательства в сфере банковских услуг и определить основные принципы современного предпринимательства в сфере банковских услуг.

Список литературы

1. Налоговый кодекс Российской Федерации. Часть I от 31.07.1998 г. № 146-ФЗ (ред. от 03.07.2016 № 242-ФЗ).
2. Заявление Правительства Российской Федерации и Центрального Банка России от 5 апреля 2011 г. № 1472п-П13, 01-001/1280 «О Стратегии развития банковского сектора Российской Федерации на период до 2015 года».
3. Белоглазова Г.Н. Банковское дело: учебник / под ред. Г.Н. Белоглазовой, Л.П. Кроливецкой. – М.: Финансы и статистика, 2007. – 670 с.
4. Викулин А.Ю. Антимонопольное регулирование рынка банковских услуг. – М.: Бек, 2001. – 272 с.
5. Головин Ю.В. Банки и банковские услуги в России: вопросы теории и практики. – М.: Финансы и статистика, 2003. – 416 с.
6. Греф Г.О., Юдаева К. Российская банковская система в условиях глобального кризиса // *Вопр. экономики*. – 2009. – № 7. – С. 4–14.
7. Желтоносов В.М., Рындина И.В. Экономическое доверие в системе рынка финансовых услуг // *Финансы и кредит*. – 2007. – № 34 (274). – С. 45-52.
8. Желтоносов, В.М., Зиниша О.С., Филатова В.В. Финансовый капитал в условиях системной недостаточности рынка финансовых услуг // *Финансы и кредит*. – 2009. – № 23 (359). – С. 60-67.
9. Зеленский Ю.Б. К вопросу о сущности банковской услуги // *Банк. услуги*. – 2009. – № 8. – С. 2-8.
10. Иванов А.Н. Банковские услуги: зарубежный и российский опыт. – М.: Финансы и статистика, 2002. – 176 с.
11. Исаев Д.Б. Некоторые аспекты правового регулирования банковских операций [Электронный ресурс] // *Законодательство*. – 1997. – № 4. – Режим доступа: <http://base.garant.ru/3540057/>
12. Кох Л.В. Принципы и механизмы повышения эффективности банковской деятельности на основе использования инноваций: автореф. дис. ... д-ра экон. наук [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://refdb.ru/look/2374690-pall.html>
13. Латус Е.Б. Рынок банковских услуг: правовое обеспечение стабильности: монография. – М.: Волтерс Клувер, 2008. – 270 с.
14. Латынин Д.В. Финансовое поведение кредитных организаций на розничном рынке банковских услуг: дис. ... канд. экон. наук [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.dslib.net/finansy/finansovoe-povedenie-kreditnyh-organizacij-na-rozничном-rynke-bankovskih-uslug.html>
15. Масленченков Ю.С. Финансовый менеджмент в коммерческом банке: реинжиниринг процессов обслуживания клиентов // *Бизнес и банки*. – 1997. – № 8. – С. 4-6.
16. Мирецкий А.Н. О сущности банковских услуг и банковских продуктов // *Вестн. СГСЭУ*. – 2002. – № 4. – С. 64-70.
17. Павлов В.В. Разработка и реализация банковской стратегии универсального банка на региональном уровне: автореф. дис. ... канд. эконом. наук [Электронный ре-

сурс]. – Режим доступа: http://elibrary.fines.ru/materials_files/refer/A6599_b.pdf

18. Попова А.А. Розничная банковская деятельность и стратегии ее развития в России: автореф. дис. ... канд. экон. наук [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.seun.ru/download/avtoreferat/popova.doc>

19. Родин Д.Я. Формирование стратегий устойчивого развития коммерческих банков: проблемы теории и методологии: монография. – Краснодар: КубГАУ, 2010. – 300 с.

20. Саенко В.И. Развитие рынка розничных банковских услуг: автореф. дис. ... канд. экон. наук [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://economy-lib.com/razvitie-rynka-roznicnyh-bankovskih-uslug>

21. Тавасиев А.М., Бычков В.П., Москвин В.А. Банковское дело. Базовые операции для клиентов / под ред. А. М. Тавасиева. – М.: Финансы и статистика, 2005. – 304 с.

22. Топорнин Б.Н., Тосунян Г.А., Викулин А.Ю., Экмалян А.М. Банковское право Российской Федерации. Общая часть: учебник / под ред. Б. Н. Топорнина. – М.: Юристъ, 2003. – 444 с.

References

1. Tax code of the Russian Federation. Part I of 31.07.1998, № 146-FL (as amended on 03.07.2016 № 242-FL)

2. Statement of the Government of the Russian Federation and the Central Bank of Russia dated April 5, 2011 № 1472п-П13, 01-001 / 1280 «on the Strategy of development of the banking sector of the Russian Federation for the period up to 2015»

3. Beloglazova G.N. Banking: the textbook / under the editorship of G.N. Beloglazova, L.P. Kroleveckiy. - Moscow: Finance and statistics, 2007. – 670 p.

4. Vikulin A.Y. Antimonopoly regulation of the market of banking services. - Moscow: Beck, 2001. – 272 p.

5. Golovin Yu.V., Banks and banking services in Russia: theory and practice. - Moscow: Finance and statistics, 2003. – 416 p.

6. Gref G.O. Russian banking system in conditions of global crisis / G.O. Gref, K. Yudaeva // Vopr. economies. – 2009. – № 7. – P. 4-14.

7. Zheltonogov V.M. Economic confidence in the system of financial market / V.M. Sultanov, I.V. Ryndina // Finance and credit. – 2007. – № 34 (274). – P. 45-52

8. Zheltovodov V.M. Financial capital in a systemic failure of financial market / V.M. Zheltonogov, O.S. Sinica, V.V. Filatov // Finance and credit. – 2009. – № 23 (359). – P. 60-67

9. Zelensky Yu.B. To the question about the nature of banking // Bank. amenities. – 2009. – № 8. – P. 2-8

10. Ivanov A.N. Banking services: foreign and Russian experience. - Moscow: Finance and statistics, 2002. – 176 p.

11. Isaev D.B. Some aspects of legal regulation of banking operations [Electronic resource] // Zakonodatelstvo. – 1997. – No. 4. – Mode of access: <http://base.garant.ru/3540057/>

12. Koch L.V. Principles and mechanisms of increase of efficiency of banking activities based on use of innovation: author. dis. Dr. economy. Sciences [Electronic resource]. – Mode of access: <http://refdb.ru/look/2374690-pall.html>

13. Latus E.B. banking Market: legal security of stability: monograph. - Moscow: Volters Kluver, 2008. – 270 p.

14. Latynin D.V. financial behavior of credit institutions in the retail banking market: dis. ... kand. steward. Sciences [Electronic resource]. – Mode of access: <http://www.dslib.net/finansy/finansovoe-povedenie-kreditnyh-organizacij-na-roznicnom-rynke-bankovskih-uslug.html>

15. Malenchenko Yu.S. Financial management in commercial banks: reengineering of customer service processes // Business and banks. – 1997. – No. 8. – P. 4-6

16. Miretskiy A.N. About the nature of banking services and banking products / A.N. Maretsky // Vestn. SGSEU. – 2002. – No. 4. – P. 64-70

17. Pavlov V.V. Development and implementation of the banking strategy of the universal Bank at the regional level: Avtoref. dis. ... kand. steward. Sciences [Electronic resource]. – Mode of access: http://elibrary.fines.ru/materials_files/refer/A6599_b.pdf

18. Popova A.A. Retail banking and strategies for its development in Russia: author. dis. on ... kand. steward. Sciences [Electronic resource]. – Mode of access: <http://www.seun.ru/download/>

avtoreferat/popova.doc

19. Formation of strategies for sustainable development of commercial banks: problems of theory and methodology: monograph / D. Rodin. - Krasnodar: Kubgau, 2010. – 300 p.

20. Saenko V.I. development of retail banking market: author. dis. on .. kand. steward. Sciences [Electronic resource]. – Mode of access: <http://economy-lib.com/razvitie-rynka-roznichnyh->

bankovskih-uslug

21. Tavasiev A.M. Banking. Basic operations for customers / Tavasiev A.M., V.P. Bychkov, V.A. Moskvina; ed. by A.M. Tavasiev. - Moscow: Finance and statistics, 2005. – 304 p.

22. Topornin B.N. Banking law of the Russian Federation. General part: textbook / G.A. Tosunyan, A.J. Vikulin, A.M. Ekmalian; ed. by B.N. Ministry. - Moscow: Yurist, 2003. – 444 p.



Шершнева Е.Г.
Shershneva E.G.

кандидат экономических наук, доцент
кафедры «Банковский и инвестиционный
менеджмент»,
ФГАОУ ВО «Уральский федеральный
университет имени первого
президента России Б.Н. Ельцина»,
г. Екатеринбург, Российская Федерация



Кондюкова Е.С.
Kondyukova E.S.

кандидат философских наук, доцент
кафедры «Банковский и инвестиционный
менеджмент»,
ФГАОУ ВО «Уральский федеральный
университет имени первого
президента России Б.Н. Ельцина»,
г. Екатеринбург, Российская Федерация



Дубровина С.А.
Dubrovina S.A.

кандидат экономических наук, доцент
кафедры «Экономическая безопасность
производственных комплексов»,
ФГАОУ ВО «Уральский федеральный
университет имени первого
президента России Б.Н. Ельцина»
г. Екатеринбург, Российская Федерация



Земляницына Н.В.
Zemlyanitsina N.V.

магистрант кафедры «Банковский и
инвестиционный менеджмент»,
ФГАОУ ВО «Уральский федеральный
университет имени первого
президента России Б.Н. Ельцина»
г. Екатеринбург, Российская Федерация

УДК 336.719

«ЗЕЛЕННЫЕ» ПРОЕКТЫ - СЕГМЕНТ ВНИМАНИЯ БАНКОВ

Экологическая безответственность и безграмотность современных людей уже приводит к необратимым изменениям в ландшафтах, воздушных и водных бассейнах. «Зеленая экономика» набирает обороты с осознанием промышленников и хозяйственников вести рациональную, устойчивую экономику. Экологические знания получают развитие в трудном поле межнационального сотрудничества, осложненном негативными политическими факторами. Тем не менее, понимание ценностей устойчивого развития формируют основы социальной ответственности. Идеи экологической ответственности социальных институтов были закреплены в еще в начале 70-х годов XX столетия в декларациях ООН. Представители бизнеса осознают, что фактор развития и конкурентоспособности бизнеса коррелирует с «зеленой» экономикой. В рыночном поле возникают технологии экологические и одновременно экономически выгод-

ные для предпринимателей. Данные технологии модернизируют производственные системы, сокращают издержки и повышают прибыльность проектов.

В конце XX столетия и банковский сектор обращает внимание на «зеленую экономику» как позитивный тренд способа хозяйствования, обладающий неисчерпаемым финансовым потенциалом для продвижения экологически значимого проектирования. Национальные банки занялись экологией собственных офисов, показывая бизнес-сообществу пример бережного отношения к окружающей среде, уменьшая «углеродный след» от собственной деятельности. Банки «ухватили» тренд реализации экологических проектов в связке с предприятиями-заемщиками.

В статье рассматривается место зеленого банкинга как концепции эколого-ориентированной деятельности. Базируясь на рассмотрении трудов зарубежных авторов систематизированы подходы к терминологическому осмыслению «зеленый» банкинг. Авторы пришли к заключению о доминировании трехаспектного понимания: финансирование природоохранных проектов, разработку «зеленых» банковских продуктов, совершенствование внутрибанковских процессов.

Анализ практики кредитования экологически значимых проектов показал, что в России отношение к природоохранным проектам зависит от степени «масштаба» банка. В статье проведен обзор состояния «зеленого» банкинга с описанием экологических банковских продуктов и благотворительности. Крупные финансовые институты включены в «зеленое» кредитование промышленных отраслей. Средние банки кредитуют небольшие энергоэффективные проекты совместно с международными финансово-кредитными организациями.

Авторы статьи предлагают альтернативные каналы финансирования природоохранных мероприятий в виде эмиссии «экологических» ценных бумаг, поскольку для российских банков это представляет собой неосвоенный сегмент фондового рынка.

Ключевые слова: банковский сектор, «зеленый» банкинг, экология, экологическая ответственность, эколого-ориентированные банковские операции, «зеленое» финансирование, экологическое кредитование, «зеленые» ценные бумаги, социально-экологические проекты.

«GREEN» PROJECTS AS A SEGMENT BANK'S CONSIDERATION

Environmental irresponsibility of people are already leading to irreversible changes in landscapes, air and water basins. «Green economy» is gaining momentum with the awareness of industrialists and business executives to a sustainable economy. Environmental knowledge is developed in a difficult field of international cooperation, complicated by negative factors. However, the values of sustainable development forms the social-responsibility basis.

The environmental responsibility of governments and social institutions were enshrined in the early 70-ies of XX century in the UN declarations. Business representatives realize that the factor of business development and competitiveness correlates with the «green» economy. In the market field there are environmental technologies and at the same time economically beneficial for entrepreneurs. These technologies modernize production systems, reduce costs and increase profitability of projects. The banking sector also draws attention to the «green economy» as a positive trend of management, which has an inexhaustible financial potential to promote eco-projects. National banks have taken up the ecology of their own offices, showing the business community an example of respect for the environment, reducing the «carbon footprint» of their activities. Banks «caught» the trend of eco-projects in conjunction with enterprises-borrowers.

The article considers the place of green banking as a concept of eco-oriented activity. Based on the works of foreign authors, the approaches to the terminological understanding of «green» banking are systematized. The authors came to the conclusion about the dominance of three-dimensional understanding: financing of environmental projects, development of «green» banking products, improvement of internal banking processes.

The analysis of lending's practice to environmentally significant projects showed that in Russia the attitude to eco-projects depends on the Bank's «scale». The article provides an overview with a description of environmental banking products and charity. Large financial institutions are included in the «green» lending to industrial sectors. Medium-sized banks lend to small energy-efficient projects

together with international financial and credit organizations.

The authors of the article offer alternative financing channels for environmental activities: the issue of «environmental» securities. For Russian banks it is an undeveloped segment of the stock market.

Keywords: banking, green banking, environment, environmental responsibility, ecological-oriented banking, green financing, environmental credit, «green» securities, socio-environmental projects.

Процесс «хозяйствования» человека сопровождается нежелательными последствиями как для окружающей среды, так и для устойчивого существования цивилизации. Трудно стать идеальным «экологическим» банком, но есть успешные практики социально-ответственного поведения финансовых институтов. Банк «Triodos», например, отслеживает только экологически выверенные проекты и сохранил свои устойчивые показатели даже при жестком падении экономического цикла. В силах современного «homo sapiens» свести к минимуму техногенные негативные воздействия и принять на себя ответственность за сохранение планеты.

Экологическая ответственность экономических субъектов становится имиджевой характеристикой бизнеса. «Охрана окружающей среды и предпринимательство – это показатель цивилизационного развития, два лика одной монеты» [1]. Эколого-ориентированная деятельность может стать сегодня источником финансового дохода и вместе с тем внедрить новые финансово-экономические инструменты. Индикатором «прорастаная» эко-сознания и эко-программ в сфере хозяйствования выступает инструментарий финансового рынка, основными участниками которого являются коммерческие банки. Несмотря на политические и санкционные ограничения даже с точки зрения инициаторов данных процессов, банковские институты предлагают инвестиционные ресурсы финансирования природоохранной деятельности. Именно коммерческие банки могут стать флагманом формирования экологического сознания промышленного бизнеса, который наносит самый ощутимый урон природе и здоровью человека.

«Зеленый» банкинг - тренд устойчивого развития

В глобальном тренде устойчивого развития появился термин «зеленый» банкинг (green

banking), или «зеленое» банковское дело, характеризующий концепцию сознательных ограничений бизнеса, следующих в стратегическом ключе к сохранению экологии планеты.

Систематизация терминологических подходов дефиниции «зеленый» банкинг была проведена на основе изучения трудов зарубежных и российских ученых, посвященных тематике эколого-ориентированного банковского дела (табл. 1).

На основании представленных в таблице 1 трактовок можно заключить, что эколого-ориентированный банкинг представляет собой стратегически значимый формат банковской деятельности, обеспечивающий достижение тройного «бенефита»: повышение экономической эффективности, снижение вредного воздействия на экосистему и улучшение социального имиджа банка. Как справедливо отмечают исследователи Hardeep Singh и Bikram Pal Singh, «выживание банковской отрасли обратно пропорционально уровню глобального потепления» [5]. Данный вывод основывается на том, что сегодняшние условия жизни человечества определяют демографические и социально-экономические перспективы, что, в свою очередь, влияет на эффективность банковской деятельности.

В банковском сообществе развиваются следующие аспекты экологического позиционирования, учитывающие как работу с контрагентами (внешние связи), так и организационные бизнес-процессы (внутренние связи):

1. Финансирование природоохранных проектов.

Являясь «экологически нейтральным», банковский сектор исторически играет роль посредника между различными экономическими агентами, ориентируясь при этом на жесткие и формальные подходы. Поддерживая природоохранные проекты, банки выравнива-

ют баланс между экономическим развитием и охраной среды обитания человека. Поэтому, отдавая приоритет социально ответственным клиентам, финансовые посредники укрепляют собственную репутацию, вносят вклад в формирование чистых цифровых технологий «индустрии 4.0».

2. «Зеленые» банковские продукты.

Коммерческие банки совместно с бизнес-партнерами становятся инициаторами «зеленых» карточных программ. Так, альянс с фондами охраны природы дает банкам возможность заявить стейкхолдерам о своих ценностных ориентирах, укрепить свой имидж, вовлечь банковское окружение в социально значимые проекты. Примером такой деятельности является эмиссия банками affinity-карт, при которой банк отчисляет часть процентов за карточные операции в пользу благотворительной организации. Affinity-процедуры позволяют и банку, и его клиентам ощущать себя социально ответственными субъектами рынка.

Вышеназванные аспекты экологического позиционирования характеризуют внешнюю экологическую деятельность банков. Как правило, она направлена на снижение последствий неблагоприятных антропогенных и техногенных факторов, а также на предотвращение возможного отрицательного воздействия на экосистему.

Внутренние процессы подразумевают снижение вредного воздействия на окружающую среду от непосредственной деятельности самих банков. Использование теплосберегающих технологий и энергосберегающих ламп позволяет сокращать объемы потребления тепло- и электроэнергии, установка сенсорных водопроводных кранов способствует снижению расхода воды. Также экологически значимым вкладом можно считать рациональное использование расходных материалов, правильную утилизацию мусора, внедрение безбумажного документооборота, озеленение территории рядом с банком, строительство «зеленых» офисов.

Таблица 1. Смысловая систематизация «зеленого» (экологического) банкинга (green banking) в работах зарубежных исследователей

| Автор | Содержание термина «зеленый» бандинг |
|--|---|
| Stephan Schmidheiny, Federico J.L. Zorraquin [2] | Формат банковского бизнеса, который позволяет не только получать экономическую выгоду, но и помогает создавать эффективные и далеко идущие рыночные стратегии для решения ряда экологических проблем, включая изменение климата, качество воздуха, снижение биоразнообразия |
| Sarita Bahl [3] | Новый стратегический императив, в рамках которого происходит развитие эколого-ориентированных (eco-friendly) банковских операций, направленных на защиту окружающей среды |
| Neeru Kapoor, Meenu Jaitly, Rishi Gupta [4] | Сочетание операционных улучшений, технологий и привычек клиентов в банковском бизнесе, направленное на повышение бережного отношения к окружающей среде и уменьшение углеродного следа |
| Hardeep Singh, Bikram Pal Singh [5] | Концепция проактивного и «умного» мышления (smart thinking) банковских управленцев, которые понимают, что сегодняшние действия по охране окружающей среды могут принести пользу будущим поколениям |
| Broto Rauth Bhardwaj, Aarushi Malhotra [6] | Инновационная стратегия банка, основанная на внедрении технологий, процессов и продуктов, которые приводят к существенному сокращению углеродного следа, а также способствуют устойчивому развитию банковского бизнеса |
| Mark G. Dotzour and Sunshine Manning [7] | Спектр возможностей банка для смягчения отрицательного воздействия на среду обитания человека, позволяющий частному сектору стать экономическим бенефициаром природоохранной деятельности |

Векторы развития «зеленого» банкинга

Рассмотрим более подробно направления развития «зеленого» банкинга.

1. Внедрение социально-экологических принципов в систему корпоративного кредитования.

В развитых странах банковское кредитование является наиболее распространенным каналом финансирования экологически значимых проектов. Так, важным шагом в направлении развития «зеленого» кредитования можно считать принятие в 2003 году ведущими мировыми банками «принципов экватора» – пакета социальных и экологических установок, реализуемых в сфере кредитования и проектного финансирования [1]. «Принципы экватора» предполагают разделение финансируемых проектов на группы (А, В, С), каждой из которых соответствует свой уровень экологической безопасности. Например, к группе А относят потенциально наиболее опасные экологические проекты. При этом, ко всем группам проектов существуют минимальные требования по экологической и социальной ответственности.

По данным обзора, совместно проведенно-

го авторитетной консалтинговой компанией KPMG и всемирным фондом дикой природы WWF, крупные европейские банки (Barclays Bank, Deutsche Bank, UNICREDIT Bank, Credit Suisse Bank, BNP PARIBA Bank, Credit Agricole Bank, Societe Generale Bank, ING Bank) активно инкорпорируют экологические и социальные критерии (E&S) в свои задачи в сфере кредитования. Из них 17 % используют критерии E&S при оценке репутационного риска заемщиков, а остальные 83 % используют данные критерии в стратегиях, имеющих ценность как для банка, так и для общества [8]. Например, финансирование объектов низкоуглеродной экономики, способствование их выводу на рынок массового потребления.

Среди российских банков, активно внедряющих экологические и социальные принципы кредитования, можно отметить только несколько крупных банков: Сбербанк, ВТБ, Внешэкономбанк, Альфа-банк. Эти банки осуществляют кредитование проектов, которые направлены на существенное снижение антропогенной нагрузки на окружающую среду и внедрение ресурсосберегающих технологий (таблица 2).

Таблица 2. Экологические проекты ведущих банков

| Наименование банка | Кредитуемые проекты |
|--------------------|--|
| Сбербанк | Строительство солнечных и ветряных электростанций в Николаевской, Херсонской и Одесской областях суммарной установленной мощностью 96,8 МВт, сумма кредита свыше 7 млрд руб. (Сбербанк-Украина, 2013 г.) |
| ВТБ | Сотрудничество с Фондом дикой природы (WWF) по сохранению популяций снежного барса, амурского тигра, дальневосточного леопарда, сумма финансирования 5 млн долл. США (2016 г.) |
| ГК Внешэкономбанк | Строительство Богучанской гидроэлектростанции установленной мощностью 2997 МВт на р. Ангаре, сумма кредита 28 млрд руб. (2014 г.) |
| Альфа-банк | Строительство энергоэффективных домов АО «Эталон ЛенСпецСМУ», кредитные линии на 27 млн долл. США, 83 млн евро и 670 млн руб. (2014–2016 гг.) |

Источник: годовые отчеты, размещенные на официальных сайтах банков.

Практика ряда других российских банков показывает, что кредитование «зеленых» проектов происходит благодаря финансовому сотрудничеству с международными финансово-кредитными организациями. Европейский банк реконструкции и развития (ЕБРР) и Международная финансовая корпорация (МФК) инвестируют средства в проекты по энергоэффективности. Одним из инструментов ЕБРР стала программа эколого-техниче-

ской поддержки малых и средних предприятий, которая реализуется через коммерческие банки-партнеры путем предоставления целевых кредитных линий. Банками-партнерами в России являются Промсвязьбанк и Росбанк. МФК предоставляет долгосрочные целевые кредитные линии банкам-партнерам и лизинговым компаниям, которые, в свою очередь, финансируют энергоэффективные проекты. Банками-партнерами МФК являются Тран-

скапитал-банк, Локо-Банк, Абсолют Банк, Прайм Финанс и другие. Также МФК оказывает консультационную поддержку в определении потенциала энергосбережения и оценке экономического эффекта проектов [9].

Основными стоп-факторами экологического кредитования в российских банках являются недостаточное экономическое обоснование, высокие затраты и длительный срок окупаемости «зеленых» проектов. Кроме того, проблемы кредитования углубляются под влиянием факторов геополитики и структурных дисбалансов в банковском секторе. Краткосрочная ресурсная база российских коммерческих банков не позволяет осуществлять «длинные» вложения, необходимые для финансирования экологических инфраструктурных проектов [9].

2. Операции на рынке «экологических» ценных бумаг.

Другим каналом финансирования природоохранных мероприятий является выпуск «экологических» ценных бумаг, которые представлены «зелеными» и «климатическими» облигациями (green and climate bonds). Бумаги эмитируются компаниями и банками разных стран, международными финансово-кредитными организациями, а также правительства-

ми государств. Основными покупателями данных ценных бумаг выступают крупные институциональные инвесторы (банки, пенсионные фонды, инвестиционные компании). Ресурсы, полученные от выпуска «зеленых» облигаций, направляются на финансирование широкого круга ресурсосберегающих проектов и ликвидацию последствий природных бедствий. Ресурсы от эмиссии «климатических» облигаций направляются на обеспечение климатических программ.

В настоящее время «экологические» облигации являются интенсивно растущим сегментом международного рынка ценных бумаг. В период 2013-2017 гг. объем эмиссии таких облигаций увеличился с 11 млрд долл. США до 130 млрд долл. США, и, по оценкам аналитиков, их объем к 2020 г. может возрасти до 1 трлн долл. США [10]. Это означает, что в ближайшие 2-3 года ожидается «эмиссионный бум» эко-облигаций. Именно этот факт свидетельствует об их инвестиционной привлекательности и значимости в финансировании «зеленых» проектов. Так, в 2017 году средства от эмиссии «зеленых» облигаций в основном направлялись в транспортные и энергетические проекты (рисунок 1).

Transport and Energy account for 80% of the universe

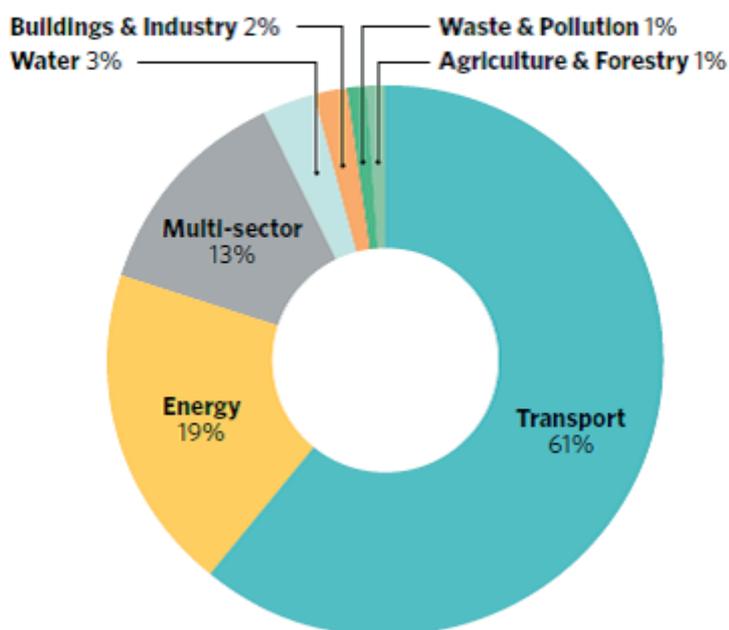


Рисунок 1. Эмиссионное распределение «зеленых» облигаций [10]

К сожалению, в России пока отсутствует практика выпуска «экологических» облигаций. Несмотря на то, что намерения по эмиссии «зеленых» облигаций были представлены в публикуемых отчетах Сбербанка, ВТБ, Внешэкономбанка за последние три года, однако до сих пор выпуска таких облигаций не произошло.

Тем не менее, на государственном уровне лейтмотив формирования эколого-ориентированных финансовых инструментов получает все более настойчивое звучание. Например, в рамках программ экологического развития России в интересах будущих поколений Президент РФ направил поручение Минприроды и Минэкономразвития России о разработке предложений «О применении «зеленых» финансовых инструментов российскими институтами развития и публичными компаниями» [11].

Таким образом, есть основания предположить, что для российских компаний и банков этот неосвоенный сегмент фондового рынка может стать перспективным направлением инвестиционной деятельности, которая будет приносить доходы и способствовать улучшению экологического фона. В качестве основных факторов, препятствующих созданию российского рынка «зеленых» ценных бумаг, ряд исследователей [12, 13] отмечают несовершенство действующей нормативно-правовой и методической базы, преодолеть которое возможно путем имплементации передового зарубежного опыта.

3. «Зеленые» карточные продукты.

Технологические инновации, расширение мобильных приложений и экспансия пластиковых карт активизировали развитие сегмента «зеленых» карточных продуктов. Например, финский банк «Alandsbanken» решил сделать свой вклад в заботу об окружающей среде и выпустил первую в мире экологическую платежную карту «The Baltic Sea Card». Эти карты, в отличие от традиционных карт, разлагаются в почве. Для их производства используется кукуруза. Кроме того, этот вид карты позволяет своим держателям рассчитать их углеродный след – меру парниковых газов, выделяемых в процессе производства, использования и утилизации продуктов и услуг, которые потребляет владелец карты. Владельцы карт будут получать экологические отчеты через приложение в мобильных телефонах. Данные помогут пользователям лучше понять и оценить свой собственный экологический след, обусловленный их потребительскими привычками.

4. Эколого-ориентированная благотворительность и волонтерство.

Еще одним градиентом банковской деятельности, способствующим улучшению экологии, является благотворительность и спонсорское участие в проектах по оздоровлению окружающей среды. Финансовые вложения в такие проекты позволяют повысить социальный имидж, формирующий конкурентоспособность современного банка. В таблице 3 приводятся примеры благотворительных проектов, инициаторами которых выступили крупнейшие российские банки.

Таблица 3. Экологические благотворительные проекты, профинансированные банками

| Наименование банка | Благотворительные проекты |
|--------------------|---|
| Сбербанк | Организация экологической акции «День Енисея» в целях привлечения внимания общественности к состоянию одной из крупнейших рек России – Енисея (2013 г.) Проведение акции «Зеленый марафон», в которой около 50 тыс. россиян из разных городов страны приняли участие в забеге на дистанцию 4,2 км, а по ее завершении внесли вклад в озеленение своих городов, посадив более 3 тыс. деревьев и кустарников (2013-2014 гг.) |
| ВТБ | Очищение от мусора заповедника «Щелоковский хутор», Нижегородская область (2015 г.) |
| ГК Внешэкономбанк | Учреждение премии за лучший проект в области экологии и «зеленых» технологий в рамках ежегодного конкурса «Премия развития» |
| Альфа-банк | Поддержка природоохранных проектов Фонда дикой природы (WWF) на постоянной основе путем ежегодных пожертвований |

Источник: годовые отчеты, размещенные на официальных сайтах банков.

5. Экологический маркетинг обещает стать существенным звеном в системе мероприятий по продвижению банковских продуктов, поможет укреплению принципов экологического поведения граждан. Учитывая, что клиентами банков является большое количество людей, банки имеют возможность формировать экологическое сознание людей путем их вовлечения в совместные экологические акции и программы, издания рекламных листовок, интернет-страничек, рассылки sms-уведомлений.

6. Экологизация внутрибанковских процессов.

В соответствии с принципами экологического менеджмента, внутрибанковские процессы выстраиваются на основании требований сокращения вредного воздействия деятельности самих банков на окружающую среду.

Как уже отмечалось, современные банки, в том числе и российские, используют оборудование, снижающее энерго- и водопотребление. Внедрение digital-обслуживания и электронного документооборота способствует экономии бумаги и расходных материалов. Кроме того, клиенты, реализующие услуги банка дистанционно, экономят время, топливо, берегут дорожное покрытие, не загрязняют выхлопными газами атмосферу.

Так, в 2013 году в Сбербанке было завершено внедрение системы электронного документооборота. Данная мера позволяет экономить около 40 тонн офисной бумаги в год, что эквивалентно одному гектару живого леса. БПС-Сбербанк и Сбербанк Европа внедряют в своих отделениях систему раздельного сбора отходов. После аккумуляции сбора ПЭТ-упаковок в БПС-Сбербанке объем пластиковых отходов, не подвергающихся переработке, снизился на 90 % [14].

Внести вклад в улучшение экологической обстановки банки могут также организацией перевозок сотрудников корпоративным транспортом. Многие сотрудники банка предпочтут вместо эксплуатации личного авто поездки на работу и домой банковским автобусом [15].

Кроме перечисленного спектра развития «зеленого» банкинга, требуется законодательная поддержка в отношении банков, ори-

ентированных на проведение экологических проектов. На взгляд авторов, для средних и мелких региональных банков хорошей мотивационной мерой могло бы послужить снижение резервных требований и гибкий подход к оценке деятельности региональных банковских учреждений, о чем велась речь в одной из работ авторов [16].

Подводя итог, отметим, что современным банкам для решения экологических проблем необходимо включить принципы экологического поведения в анналы своей деловой активности, а не просто декларировать их во внешнюю среду для поддержания тренда. В текущих условиях перед российским банковским сектором стоит задача поиска и реализации такой модели развития, которая бы не только помогла пережить текущую экономическую «турбулентность», но влилась бы в восходящие мировые тренды, сохраняющие жизнь на планете.

Выводы

Исследование позволяет сделать вывод, что «зеленый» банкинг представляет собой современную концепцию эколого-ориентированной банковской деятельности, которая нацелена на достижение тройного эффекта: повышения экономической эффективности, снижения вредного воздействия на экосистему и улучшения социального имиджа банка. В качестве доминантных векторов развития «зеленого» банкинга авторы усматривают следующие направления банковской деятельности:

- финансирование природоохранных проектов в форме «экологических» кредитов и выпуска «экологических» ценных бумаг;

- актуализация «зеленых» банковских продуктов;

3) проведение экологических благотворительных мероприятий совместно с бизнес-партнерами;

4) внедрение внутрибанковских технологических процессов, уменьшающих негативное воздействие на окружающую среду.

Наблюдая за масштабами эколого-ориентированного финансирования в мировой практике и появление «моды» на «зеленые» банковские продукты, можно представить «зеленый» банкинг в качестве тренда дальнейшего развития в банковской сфере. Авторы пола-

гают, что в какой-то мере любой современный банк сегодня становится «специфическим» с

точки зрения применения технологий экологической ответственности.

Список литературы

1. Очирова Е.Л. Экономические и экологические аспекты устойчивого развития современной экономики: монография. - Иркутск: изд-во ИрГУПС, 2009. – 108 с.

2. Schmidhein S., Zorraquin F.J.L. Financing change: The Financial Community, Eco-efficiency, and Sustainable Development. Cambridge, MA: MIT press, 1996. – 211 p.

3. Bahl S. Green Banking – the New Strategic Imperative // Asian Journal of Research in Business, Economics and Management, 2012. – Volume 2. – Issue 2. – P. 767-775.

4. Kapoor N. et al. Green Banking: a Step towards Sustainable Development // International Journal of Research in Management, Economics and Commerce, 2016. – № 7. – P. 69-72.

5. Singh H., Singh B.P. An Effective & Resourceful Contribution of Green Banking towards Sustainability // International Journal of Advances in Engineering Science and Technology, 2013. – Vol. 1. – No. 2. – P. 41-45.

6. Bhardwaj B. R., Malhotra A. Green Banking Strategies: Sustainability through Corporate Entrepreneurship // Greener Journal of Business and Management Studies, 2013. – Vol. 3. – № 4. – P. 180-193.

7. Dotzour M.G., Manning S. Environmental Banking. A Reprint from Tierra Grande, the Real Estate Center Journal, April. – 2002.

8. Новиков Ю.И., Радковская Н.П. Банки и финансовые рынки XXI века – потенциал развития: монография. - СПб.: изд-во СПбГЭУ, 2016. – 299 с.

9. Шершнева Е.Г., Кондюкова Е.С., Сайфутдинов Н.А. Перспективы эколого-ориентированных финансовых инструментов в процессе перехода к «зеленой экономике» // Вестник Северо-Осетинского государственного университета имени К.Л. Хетагурова. – 2017. – № 2. – С. 181-185.

10. Bonds and Climate Change. The State of the Market in 2017. [Электронный ресурс]. Режим доступа: URL: https://www.climatebonds.net/files/reports/cbi-sotm_2017-bondsclimatechange.pdf

11. Поручения Минприроды во исполне-

ние поручений Президента России по итогам заседания Госсовета 27 декабря 2016 года. [Электронный ресурс]. Режим доступа: URL: https://government.ru/dep_news/26411

12. Богачева О.В., Смородинов О.В. «Зеленые» облигации как важнейший инструмент финансирования «зеленых» проектов // Финансовый журнал. – 2016. – № 2. – С. 70-81.

13. Хуторова Н.А. Обзор состояния рынка климатических облигаций, проблемы и перспективы // Лесной вестник. – 2013. – № 7. – С. 138-145.

14. www.balticseaproject.org

15. Официальный сайт Сбербанка РФ. [Электронный ресурс]. Режим доступа: URL: <https://2013.report-sberbank.ru/sr/environment/raising-resource-and-energy-efficiency>

16. Rajput N., Kaura R., Khanna A. Indian Banking Sector towards a Sustainable Growth: A Paradigm Shift. International Journal of Academic Research in Business and Social Sciences, 2013. – Vol. 3. – № 1. – P. 47-58.

References

1. Ochirova E.L. Economic and Environmental Aspects of Sustainable Development of Modern Economy: Monograph. - Irkutsk: IrGUPS, 2009. – 108 p.

2. Schmidhein S., Zorraquin F.J.L. Financing change: The Financial Community, Eco-efficiency, and Sustainable Development. Cambridge, MA: MIT press, 1996., – 211 p.

3. Bahl S. Green Banking – the New Strategic Imperative // Asian Journal of Research in Business, Economics and Management, 2012. – Vol. 2. – Issue 2. – P. 767-775.

4. Kapoor N. et al. Green Banking: a Step towards Sustainable Development. International Journal of Research in Management, Economics and Commerce, 2016. – № 7. – P. 69-72.

5. Singh H., Singh B.P. An Effective & Resourceful Contribution of Green Banking towards Sustainability. International Journal of Advances in Engineering Science and Technology, 2013. – Vol. 1. – No. 2. – P. 41-45.

6. Bhardwaj B.R., Malhotra A. Green Banking Strategies: Sustainability through Corporate

Entrepreneurship // Greener Journal of Business and Management Studies, 2013. – Vol. 3. – № 4. – P. 180-193.

7. Dotzour M.G., Manning S. Environmental Banking // A Reprint from Tierra Grande, the Real Estate Center Journal, April. – 2002.

8. Novikov Yu.I., Radkovskaya N.P. Banks and Financial Markets of the XXI Century –Development Potential: Monograph. – SPb.: St. Petersburg state University publ., – 2016. – 299 p.

9. Shershneva E.G., Kondukova E.S., Saifutdinov N.A. Prospects of Environmental-Oriented Financial Instruments in the Process of Transition to Green Economy // Bulletin of the North Osetian state University named After K. L. Khetagurov. – 2017. – № 2. – P. 181–185.

10. Bonds and Climate Change. The State of the Market in 2017. [Electronic Resource]. Access mode: URL: https://www.climatebonds.net/files/reports/cbi-sotm_2017-bondsclimatechange.pdf

11. Orders of the Ministry of Natural Resources in Execution of Orders of the President of Russia

Following the Meeting of the State Council on December 27, 2016. [Electronic Resource]. Access mode: URL: https://government.ru/dep_news/26411

12. Bogacheva O.V., Smorodinov O.V. «Green» Bonds as the Most Important Instrument of Financing of «Green» Projects // Financial journal. – 2016. – № 2. – P. 70-81.

13. Khutorova N.A. Review of the Market of Climate Bonds, Problems and Prospects // Bulletin of the Forest. – 2013. – № 7. – P. 138-145.

14. www.balticseaproject.org

15. Official Site of Sberbank of Russia [Electronic Resource]. Access mode: URL: <https://2013.report-sberbank.ru/sr/environment/raising-resource-and-energy-efficiency/>

16. Rajput N., Kaura R., Khanna A. Indian Banking Sector towards a Sustainable Growth: A Paradigm Shift. International Journal of Academic Research in Business and Social Sciences, 2013. – Vol. 3. – № 1. – P. 47–58.



Бикметов Р.Ш.

Bikmetov R.S.

кандидат социологических наук,

доцент кафедры «Экономика и управление»,

Стерлитамакский филиал

ФГБОУ ВО «Башкирский государственный университет»,

г. Стерлитамак, Российская Федерация

УДК 316.354:351/354

СТРАТЕГИЯ ПРЕОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКИХ «ПОСТСОВЕТСКИХ» ГРАДООБРАЗУЮЩИХ ПРЕДПРИЯТИЙ В ИННОВАЦИОННЫЕ ОРГАНИЗАЦИИ

Бурные технологические изменения, которые происходят сегодня в мире, поставили новые вызовы перед градообразующими предприятиями нашей страны. Появляются прорывные инновации, которые практически меняют мир — это электромобили и электроскутеры, 3d-печать, разнообразные гаджеты со все более продвинутыми характеристиками, интернет-торговля, технология блокчейн, новейшие медицинские препараты. Эти инновационные разработки являются драйверами роста экономик своих стран и регионов. Российские же градообразующие предприятия в своей массе как будто застыли в другой эпохе: устаревшая и неконкурентоспособная продукция, изношенные основные фонды, слабая инвестиционная привлекательность, минимальная творческая активность работников, зависимость от месторождения полезных ископаемых. Между тем, от деятельности таких предприятий зависит социальное благополучие города и субрегиона, в которых они находятся. В статье разрабатываются ключевые направления стратегии преобразования российских «постсоветских» градообразующих предприятий в инновационные организации. В качестве примера используется стратегия инновационного проекта Илона Маска Tesla Motors. Выделяются следующие важнейшие направления: развитие человеческих ресурсов, привлечение инвестиций, переход на выпуск востребованной высокотехнологичной продукции, создание творческой инновационной среды в изменяемой организации. Ключевой тезис стратегии – создание благоприятной социальной среды для привлечения творческих работников, способных работать в команде. В формирование этой среды входят следующие элементы: достойная система мотивации, прозрачный и эффективный менеджмент, мягкий контроль, создание особой творческой атмосферы, благоприятный социальный климат в коллективе. Реализация подобной стратегии может привести к появлению на территории нашей страны большого количества градообразующих предприятий совершенного нового типа, выпускающих конкурентоспособную и востребованную продукцию. Кроме этого, решается и масса других задач — происходит привлечение инвестиций в экономику России, повсеместно создаются высокотехнологичные производства, решаются проблемы отсутствия высокооплачиваемых рабочих мест. Также такая стратегия может решить проблему депрессивных и угасающих моногородов России, вдохнуть в них новую жизнь. В случае успеха такая стратегия может быть взята на вооружение различными регионами Российской Федерации, на территории которых находится большое количество моногородов.

Ключевые слова: технологическая революция, инновации, инвестиции, стратегия, градообразующие предприятия, инновационные организации, человеческие ресурсы, творческие работники, производство, менеджмент.

STRATEGY OF TRANSFORMATION OF RUSSIAN «POST-SOVIET» GRADOW-FORMING ENTERPRISES IN INNOVATIVE ORGANIZATIONS

The turbulent technological changes that are taking place in the world today have raised new challenges for the city-forming enterprises of our country. There are breakthrough innovations that practically change the world. These are electromobility and electric scooters, 3d-printing, various

gadgets with more and more advanced characteristics, Internet commerce, blocking technology, newest medications. These innovative developments are drivers for the growth of economies of their countries and regions. They seemed frozen in a different era: obsolete and noncompetitive products, worn-out fixed assets, weak investment attractiveness, minimal creative activity of workers, dependence on the localization of minerals. Meanwhile, the social welfare of the city and the subregion in which it is located depends on the activities of such enterprises. In the article, key directions of the strategy of transformation of Russian «post-Soviet» city-forming enterprises into innovative organizations are developed. As an example, the strategy of the innovative project Ilona Mask Tesla Motors is used. The following major directions are singled out: development of human resources, attraction of investments, transition to production of high-demand products, creation of creative innovation environment in a variable organization. The key thesis of the strategy is to create a favorable social environment for bringing creative workers who are able to work in a team. The formation of this environment includes the following elements: a worthy system of motivation, transparent and effective management, soft control, the creation of a special creative atmosphere, a favorable social climate in the team. The implementation of such a strategy can lead to the emergence of a large number of city-forming enterprises of a perfect new type in the territory of our country that produce competitive and demanded products. In addition, a lot of other problems are being solved: investments are being attracted to the Russian economy, high-tech production is being created all over the world, problems of the lack of high-paying jobs are being solved. Also, such a strategy can solve the problem of Russia's depressed and dying monocities, breathing new life into them. If successful, such a strategy can be adopted by various regions of the Russian Federation, in which a large number of single-industry towns are located.

Keywords: technological revolution, innovations, investments, strategy, city-forming enterprises, innovative organizations, human resources, creative workers, production, management.

Сегодня в мире набирает ход технологическая революция, которая характеризуется следующими основными признаками: прорывные технологии, эффективный, социально ориентированный менеджмент, прозрачность организационной структуры и корпоративного управления, направленность на привлечение «умных» инвестиций. Высокотехнологичные современные организации построены сегодня на иных принципах работы по сравнению с постсоветскими градообразующими предприятиями. Эти принципы работы привели к тому, что капитализация некоторых подобных компаний (Apple, Alphabet, Amazon, Microsoft, Facebook) стремится сегодня к отметке в триллион долларов. Изучение этих принципов функционирования и их внедрение в практику менеджмента российских предприятий может привести к значительному повышению конкурентоспособности отечественных организаций. Цель исследования – разработка стратегии преобразования российских постсоветских градообразующих предприятий в инновационные успешные организации. Методы исследования – системный анализ, стратегический анализ, экс-

пертная оценка. Актуальность исследования заключается в необходимости появления большого числа конкурентоспособных, в том числе и на внешних рынках, высокотехнологичных российских организаций, а также в необходимости создания новых точек роста для дальнейшего функционирования российских моногородов. Актуальность работы обусловлена также необходимостью прорывного развития экономики России за счет создания и коммерциализации инноваций в самых разных сферах жизни. Предметом проводимого исследования являются теоретические аспекты выявления ключевых направлений стратегии инновационного развития отечественных градообразующих предприятий.

В середине 80-х начинаются необратимые технологические изменения, которые повлекли за собой изменение структуры мировой экономики и принципов менеджмента. Начинается технологическая революция, связанная с бурным развитием компьютеров и глобальной сети Интернет, кроме этого резко падают цены на нефть. В этой ситуации многие страны, традиционно получавшие сверхприбыль от продажи минеральных ресурсов и относив-

шихся к новым технологиям с позиции «люддитов», вынуждены были начать структурные реформы. «Перестройка» в Советском Союзе, начавшаяся в 1985 году, ознаменовала собой большие изменения для «красных директоров». Отныне советские предприятия наделялись правом принимать самостоятельные решения, а не зависеть целиком от решений Госплана СССР и соответствующих министерств, и отправлялись в свободное плавание. Теперь «красные директора», функции которых ранее сводились к выполнению планов, отправленных из Центра, должны были начать мыслить стратегически, инициативно, творчески. По задумке отцов «перестройки», советские предприятия должны были немедленно преобразоваться в конкурентоспособные организации с новейшими основными фондами и высококвалифицированными сотрудниками, выпускающими качественную продукцию, которая могла бы соперничать с импортными образцами. Но ожидаемого чуда не произошло. Огромное количество советских промышленных гигантов продолжало штамповать устаревшую, некачественную продукцию, как будто ничего не изменилось. В результате спустя несколько лет многие предприятия на территории бывшего СССР из-за финансовой несостоятельности вынуждены были начать массовые сокращения, ликвидации структурных подразделений, а впоследствии и вовсе разорвались и исчезали.

Современные постсоветские российские предприятия частично усвоили уроки 90-х годов. Налаживаются связи с зарубежными контрагентами, обновляются основные фонды, в управленческих схемах происходит медленный сдвиг в сторону эффективных методов менеджмента, использующихся в передовых западных компаниях. На этом фоне даже стали появляться отечественные компании, которые не боятся конкурировать на зарубежных рынках, размещают свои акции на иностранных фондовых биржах и в целом демонстрируют неплохие финансовые показатели («Магнит», «ММК», «Лукойл», «Сбербанк», «НЛМК»). Медленно, но верно российские организации находят свои ниши на зарубежных рынках. Например, по итогам 2017 года европейцы приобрели 5,2 тыс. отечественных машин - на

29 % больше, чем годом ранее. И этот рост произошел благодаря модели Lada Vesta, реализация которой составила более 900 машин, согласно данным JATO Dynamics. Больше половины из этого количества пришлось на ФРГ (470 шт.), еще четверть — на Венгрию (230 шт.). Как известно, эти страны являются для АвтоВАЗа крупнейшими рынками в Европе, хотя рыночная доля российской марки там остается мизерной [1].

Однако на внешних рынках и вообще в целом в мировой экономике снова начались глобальные изменения, наподобие изменений во второй половине 80-х годов. Виной тому стала начавшаяся новая технологическая революция, первые признаки которой появились в 2000-2003 годах с развитием очередных прорывных технологий: 3d-печать, массовое производство электромобилей и взрывной рост интернет-продаж. В настоящее время в различных странах мира происходит настоящий технологический бум, инновационные разработки в самых разных сферах деятельности буквально меняют существовавшие ранее подходы. Венгерский профессор Борис Санто считает, что инновация является результатом творческого труда [6]. Инновации в качестве определяющего фактора экономического роста развитых стран рассматривал австрийский и американский исследователь Йозеф Шумпетер. Он связал предпринимательскую функцию «с новшествами, реализацией параметров развития, созданием новой системы стоимостей». Она одновременно дитя и жертва развития. Без развития нет предпринимательской прибыли, а без последней не бывает развития» [8]. Если раньше важнейшим фактором развития экономики многих стран были минеральные ресурсы (нефть, газ, руда и т.д.), то теперь на первый план вышли творческие неординарные личности и команды, способные создавать прорывные инновации. Еще недавно казавшиеся несбыточной мечтой, сегодня различные инновации уже прочно входят в обыденную жизнь людей. Это электромобили и электроскутеры, 3d-печать, разнообразные гаджеты со все более продвинутыми характеристиками, интернет-торговля, технология блокчейн, новейшие медицинские препараты. Эти инновационные разработки

являются драйверами роста экономик своих стран и регионов. Одним из таких крупнейших инновационных технологических центров является Кремниевая долина в штате Калифорния. Профессор В.В. Радаев пишет про Кремниевую долину следующее: «Здесь на малых по размеру территориях происходило взрывное по характеру развитие малых фирм, часто производящих одну и ту же или сходную продукцию. Соседствующие фирмы находятся в состоянии жесткой конкуренции, которая заставляет их постоянно учиться друг у друга, перенимать технологические и организационные инновации в процессе институционального изоморфизма. Они взрастают на интенсивном обмене знаниями и информацией, на горизонтальной мобильности квалифицированных кадров, мигрирующих между фирмами, и на общей поддерживающей инфраструктуре» [3]. В ситуации, когда на наших глазах разворачивается технологическая революция, мы не можем остаться в стороне. На территории всей Российской Федерации надо обеспечить технологический бум, прорывной рост всей экономики за счет продвижения революционных инноваций.

Начинать проекты «с нуля» по типу татарстанского Иннополиса — это достаточно дорогое удовольствие. На создание инновационного технополиса Иннополис в Республике Татарстан потребовалось около 20 миллиардов рублей из федерального и республиканского бюджетов, это огромная сумма, сравнимая со всем бюджетом города Казань с миллионным населением [10]. Гораздо проще использовать уже имеющуюся инфраструктуру и человеческие ресурсы, создать инновационное предприятие на базе имеющегося типичного предприятия постсоветского типа. Разработку стратегии преобразования российских постсоветских градообразующих предприятий в инновационные успешные организации следует начать с ключевого тезиса — устойчивое развитие организации, связанное с развитием технологий и возможностью конкурировать на внешних мировых рынках. Это возможно лишь при наличии сплоченной команды творчески мыслящих людей. Следует признать факт, что добыча и переработка полезных ископаемых, традиционно опреде-

лявшие экономику большинства постсоветских организаций, больше не будут обеспечивать все потребности таких предприятий (в том числе из-за истощения месторождений полезных ископаемых, найденных еще в эпоху Советского Союза). Это должны признать и четко осознать все уровни управления региона, в котором располагается предприятие — республиканский и муниципальный, а также непосредственно сам менеджмент предприятия. Главным ресурсом инновационного развития предприятия должен отныне стать человеческий капитал. Инвестиции в человеческий капитал в организациях теперь должны стать приоритетными, задача — создание условий для творческого, высокопроизводительного труда. Примером здесь может служить подход, использующийся в компаниях Amazon, Alphabet и Facebook. Эти компании созданы в виде кампусных университетских городков по принципу «open space». Здесь кроме достойной зарплаты (как правило, более 10 тысяч долларов в месяц) и бесплатных обедов, химчистки и парикмахерской организован и удобный распорядок работы для творческих людей. Сотрудники могут сами выбирать, в какое время им работать (можно и ночью), один день в неделю они могут посвятить своим разработкам и проектам. Также можно пригласить на работу своих друзей, членов семьи. Есть различные помещения для работы (офисы, коворкинги, изолированные кабинеты, стилизованные под космические спутники, зеленые зоны, кафе, возможность работать лежа). В компании Alphabet приветствуется свободный стиль одежды, который способствует творческому течению мыслей (сами основатели компании Alphabet Ларри Пейдж и Сергей Брин предпочитают именно свободный стиль одежды). Машинами здесь редко кто пользуется, даже менеджмент компании обычно использует велосипеды или сигвеи. Кстати, этот момент нужно взять на заметку российским менеджерам, которые нередко тратят большие деньги из резервных фондов своих компаний на покупку дорогостоящих иностранных автомобилей. Как здесь не вспомнить классика менеджмента Фредерика Тейлора: «главнейшей задачей управления предприятием должно быть обеспечение

максимальной прибыли для предпринимателя в соединении с максимальным благосостоянием для каждого занятого в предприятии работника» [9].

В качестве примера стратегии создания инновационной компании «с нуля» можно назвать подход основателя компаний SpaceX и Tesla американского миллиардера Илона Маска. Сегодня его проекты, еще недавно казавшиеся научной фантастикой, осуществляются и шагают по планете. Новейший проект – Hyperloop, вакуумный сверхскоростной поезд, заинтересовал самые разные страны, в том числе и Россию. Рассматриваются варианты строительства тоннеля Hyperloop на Дальнем Востоке, а также между Москвой и Казанью. Еще одна компания Маска — Tesla – специализируется на производстве электромобилей и электрогрузовиков. На примере компании Tesla можно увидеть и исследовать пошаговую стратегию Илона Маска. Его стратегия заключается в следующих составляющих:

1. Формируется замысел, проект, даже если он нереализуем с позиций отдельных скептиков. Рассматривается возможный спрос со стороны потребителей на выпускаемый проектом продукт. Изучается социальная и экономическая эффективность. Например, социальная эффективность выпуска электромобилей Tesla заключается в том, что улучшается экология городов благодаря отсутствию выбросов в атмосферу.

2. Формируется команда единомышленников, обладающих творческим, смелым, нестандартным мышлением. Классная команда высококвалифицированных специалистов – основа продвижения проекта (стартапа). И. Маск для осуществления проекта Tesla Motors собрал лучших специалистов автомобильной индустрии из США и Канады.

3. Осуществляется поиск места производства. Компания Илона Маска выкупила заброшенный автомобильный завод General Motors на краю Кремниевой долины и превратила его в супертехнологичный и предельно роботизированный завод по производству электромобилей.

4. Запуск тестового единичного производства инновационного продукта с высокой сто-

имостью, затем серийного производства. Наконец, в случае успеха массовое производство инновационного продукта с относительной низкой ценой для потребителя. Первые электромобили Tesla были чрезвычайно дороги, около 50 тысяч долларов. Впоследствии компания И. Маска наладила массовое производство относительно дешевых электромобилей стоимостью 35 тысяч долларов. Причем в США существуют государственные субсидии для покупателей электротранспорта, поэтому покупка Tesla Model 3 обойдется даже дешевле 35 тысяч долларов.

5. Расширение рынков сбыта. Компания Tesla объявила о строительстве заводов в Германии и Китае. В мире расширяется сеть бесплатных заправок, оборудованных солнечными батареями. Растет число потребителей электромобилей в самых странах мира. Сегодня бум электромобилей в США, Норвегии, Канаде, Японии, Таиланде, Южной Корее.

Попробуем адаптировать подобную стратегию успеха по созданию инновационной высокотехнологичной организации на базе типичного постсоветского градообразующего предприятия. Обозначим ключевые положения такой стратегии по примеру стратегии, использующейся в компании Tesla Motors:

1. Определение нового облика такого предприятия, его позиционирование как инновационной организации, открытой для «умных» инвестиций и для интересных разработок. Курс на прозрачность менеджмента и системы мотивации, поддержка инициативных, творческих сотрудников, эдхократическая организационная структура [5], определение высокотехнологичной продукции, которое предприятие намерено выпускать. Известный гур в области менеджмента Генри Минцберг дает такое определение эдхократии: «Эдхократия — высокоорганичная организационная система с незначительной формализацией поведения» [7].

2. Вливания в человеческие ресурсы – помощь работникам организации в повышении квалификации, медицинских услугах, помощь в приобретении жилья, использование бесплатных парикмахерских, прачечных. Увольнение людей безынициативных, неспособных на творческие решения, стремящихся

все оставить «как есть». Это позволит создать почву для появления творчески мыслящих, хорошо образованных и здоровых работников, которым будут интересны прорывные инновационные проекты.

3. Создание на территории предприятия комфортных территорий для ведения венчурного бизнеса – технопарков, коворкингов, а возможно даже и создание организации-коворкинга. Создание творческой поисковой атмосферы в организации. Привлечение инвестиций со всего мира, создание возможностей для прихода реальных бизнес-ангелов [4].

4. Запуск процедуры реинжиниринга на предприятии, применение новых технологий, конверсия производственного процесса. Производство первых высокотехнологичных продуктов и услуг на территории региона, в случае успеха увеличение объемов продукции. К примеру, выпуск дешевой отечественной стиральной машины-автомата мог бы найти своих потребителей в регионе. Можно наладить производство электроскутеров, телефонов, планшетов, ноутбуков, 3d-принтеров различного типа, в том числе строительных.

5. Выход на рынок других регионов, а

впоследствии и стран. Здесь надо использовать преимущества интернет-торговли. Самый яркий пример – китайская, а теперь уже и международная платформа Alibaba. Здесь можно купить все что угодно: от фонарика до мощных ноутбуков. Такая платформа по продвижению высокотехнологичных товаров привлечет своих покупателей в самых разных странах мира.

Реализация такой стратегии позволила бы создать на территории Российской Федерации множество градообразующих предприятий инновационного типа, выпускающих высокотехнологичную, востребованную продукцию. Были бы решены и косвенные задачи — привлечение инвестиций в экономику, генерация высокотехнологичных производств, решение проблемы отсутствия высокооплачиваемых рабочих мест. Также такая стратегия может решить проблему депрессивных моногородов России, вдохнуть в них новую жизнь. В случае успеха такая стратегия может быть взята на вооружение различными регионами Российской Федерации, на территории которых находится большое количество моногородов.

Список литературы

1. АвтоВАЗ на дальних рубежах: кому нужны Лады за границей? URL: <https://www.zr.ru/content/articles/911299-avtovaz-na-dalnikh-rubezhakh-ko/>

2. Иннополис: российская Кремниевая долина на государственные деньги URL: www.rbc.ru/magazine/2017/06/59256c969a7947e6f963c242

3. Радаев В.В. Экономическая социология. - М.: Издательский дом ВШЭ. – 2005. – С. 149.

4. Терелянский П.В., Мельников А.С. Факторы, определяющие инновационное развитие городской агломерации // Актуальные проблемы экономики и менеджмента. – 2016. – № 4. – С. 62-67.

5. Бикметов Р.Ш. Формирование эдхократической структуры отечественных организаций в условиях формирования инноваций. Дискуссия. – 2016. – № 5. – С. 49-54. Электронный ресурс: <http://www.journal-discussion.ru/publication.php?id=1607>.

6. Санто Б. Инновация как средство эконо-

мического развития / пер. с венг. с изм. и доп. авт. - М.: Прогресс, 1990. – 295 с.

7. Минцберг Г. Структура в кулаке: создание эффективной организации / пер. с англ. СПб.: Питер, 2002. – С. 433.

8. Шумпетер Й.А. Теория экономического развития. Капитализм, социализм и демократия / пер. с нем. - М.: ЭКСМО, 2007. – 864 с.

9. Тейлор Ф.У. Научная организация труда // Управление это наука и искусство. - М.: 1992. – С. 224

10. Иннополис: российская Кремниевая долина на государственные деньги URL: www.rbc.ru/magazine/2017/06/59256c969a7947e6f963c242

References

1. AvtoVAZ at distant boundaries: who needs Ladas abroad? URL: <https://www.zr.ru/content/articles/911299-avtovaz-na-dalnikh-rubezhakh-ko/>

2. Innopolis: the Russian Silicon Valley on the state money of URL: www.rbc.ru/magazine/2017/06/59256c969a7947e6f963c242

7/06/59256c969a7947e6f963c242

3. Radayev V.V. Economic sociology. M.: HSE publishing house. – 2005. – P. 149

4. Terelyansky P.V., Millers of A. S. The factors defining innovative development of city agglomeration. Current problems of economy and management. – 2016. – № 4. – P. 62-67.

5. Bikmetov R.Sh. Formation of edkhokraticheskoy structure of the domestic organizations in the conditions of formation of innovations. Discussion. – 2016. – № 5. – Page 49-54. Electronic resource: <http://www.journal-discussion.ru/publication.php?id=1607>.

6. B. Innovation's Santo as means of economic development: the lane with венг. with amendment

and an additional bus of M.: Progress, 1990. – 295 p.

7. Mintsberg G. Structure in a fist: creation of the effective organization: the lane with English SPb.: St. Petersburg, 2002. – P. 433.

8. Schumpeter J.A. Theory of economic development. Capitalism, socialism and democracy: the lane with him. M.: EKSMO, 2007. – 864 p.

9. Taylor F.U. The scientific organization of work//Management is a science and art. – M., 1992. – P. 224

10. Innopolis: the Russian Silicon Valley on the state money of URL: www.rbc.ru/magazine/2017/06/59256c969a7947e6f963c242



Ромодановская Н.Б.

Romadanovskaya N.B.

преподаватель кафедры «Продюсерское мастерство»,

ФГБОУ ВО «Всероссийский государственный институт кинематографии им С.А. Герасимова (ВГИК)»,

г. Москва, Российская Федерация

УДК 338.46

ОПТИМИЗАЦИЯ УПРАВЛЕНИЯ КИНОКОМПАНИЯМИ С ПОМОЩЬЮ МАРКЕТИНГОВЫХ АНТИКРИЗИСНЫХ СТРАТЕГИЙ

Статья посвящена апробации разработанных автором методических рекомендаций для реализации маркетинговой антикризисной стратегии в киноиндустрии. Наиболее предпочтительным инструментом стратегического планирования был выбран SWOT-анализ, как метод, ориентированный на состояние конкретного предприятия в современных рыночных условиях и более детально изучающий его внутреннюю среду. SWOT-матрица была построена для всех объектов исследования и определила, на какие внутренние ресурсы киностудии могут опираться, разрабатывая антикризисную маркетинговую политику.

Также были определены антикризисные маркетинговые стратегии, относящиеся к рыночному поведению компаний и успешно используемые на предприятиях социально-культурной сферы уже много лет. Эмпирически было доказано и выбрано несколько наиболее эффективных стратегий для каждого объекта исследования.

Ключевые слова: антикризисный маркетинг, SWOT-анализ, наступательные стратегии, нишевые стратегии, управление кинокомпаниями.

FILM COMPANIES MANAGEMENT'S OPTIMIZATION WITH MARKETING ANTI-CRISIS STRATEGIES

The present article is devoted to approbation of the methodical recommendations developed by the author for marketing anti-crisis strategy in the film industry. The most preferred strategic was chosen SWOT- matrix as a method focused on enterprise in modern market conditions and more thoroughly studying its internal environment. SWOT-matrix was built for all objects of research and determined on what internal resources film studios can rely on, developing an anti-crisis marketing policy.

Anti-crisis marketing strategies related to the market behavior of companies and successfully used in enterprises of the socio-cultural sphere for many years have also been determined. Empirically, several of the most effective strategies for each research object were selected.

Key words: anti-crisis marketing, SWOT-matrix, forward strategies, niche strategies, film companies management.

Сегодня в кинопроизводстве существуют две важнейшие проблемы, которые требуют решения в виду неопределенности будущих изменений на данном рынке. Первая из них состоит в поиске такого варианта формирования бюджета компании, который защищает от негативного воздействия кризисных ситуаций в экономике отрасли. Вторая заключается в разработке методов маркетинга, поддерживающих принятие управленческих решений, позволяющих не только избежать банкротства,

но активно работать в условиях неопределенности, обеспечивая финансовую стабильность [15].

В процессе формирования модели управления кинокомпаниями автором было выявлено, что для кинокомпаний, находящихся в состоянии финансовой неустойчивости при восстановлении платежеспособности более целесообразно использовать маркетинговые технологии в комплексе антикризисных мер. С учетом того, что разрабатываемая модель

управления кинокомпанией нацелена на оптимизацию всей системы управления, в том числе и в кризисном состоянии, автором были

предложены методические рекомендации для реализации маркетинговой антикризисной стратегии в киноиндустрии (рис. 1).



Рисунок 1. Методические рекомендации для реализации маркетинговой антикризисной стратегии в киноиндустрии

Данные рекомендации разработаны для определения подходящих инструментов и методов (в том числе зависящих от финансовых особенностей компании) и включают в себя сбор всей необходимой маркетинговой информации и применение классических маркетинговых стратегий в условиях кризиса.

Следует отметить, что при выборе аналитического инструмента стратегического планирования необходимо учитывать особенности как аудиовизуальной сферы, так и самой кинокомпания. Сравнивая наиболее функциональные и популярные системы [6], например, такие как SWOT-анализ и PEST-анализ, было выявлено, что PEST-анализ больше ориентирован на состояние рынка и потребительские предпочтения. SWOT-анализ же, наоборот, оценивает состояние конкретного предприятия в современных рыночных условиях и бо-

лее детально изучает его внутреннюю среду. Так как при использовании данных методических рекомендаций внешние факторы подробно рассматриваются на других этапах, то для предприятий киноиндустрии SWOT-анализ является более предпочтительным.

В своей основе методология SWOT-анализа создана для определения сильных и слабых сторон фирмы, её возможностей и вероятных угроз, и для установления связей между ними. Классическое представление информации в SWOT-анализе — составление таблицы [13] с описанием сильных сторон компании (S), слабых сторон (W), потенциально используемых возможностей (O) и угроз (T).

Основными достоинствами SWOT-анализа принято считать возможность его применения в любой сфере экономики, адаптации к различным объектам исследования (как к

компании в целом, так и к её отдельным бизнес-направлениям или рынкам, на которых она функционирует), использования не только при стратегическом планировании, но и при оперативном контроле деятельности организации [3].

Основные недостатки SWOT-матрицы, такие как необходимость работать в ограниченных рамках и отсутствие количественных параметров эффективности, конкретных мероприятий для достижения поставленных целей и динамики [2], в данном случае будут решены посредством остальных этапов реализации стратегии.

Стоит также подчеркнуть, что объективность SWOT-анализа для кинокомпаний зависит от того, насколько детально и объективно проанализирована первоначально полученная

информация, как маркетинговая, так и финансовая.

Приступая к апробации этих методических рекомендаций, необходимо обозначить, что объекты исследования — киностудия Мосфильм, ОАО «Киностудия Ленфильм», ОАО «Киностудия им. М. Горького» — находятся в стадии посткризисного управления. Полученная ранее автором информация о финансовом состоянии киностудий подтвердила необходимость внедрения маркетинговых технологий и переработки различных маркетинговых стратегий, относящихся к таким признакам, как масштаб рынка, рыночное поведение и приоритет средств маркетинга.

В таблице 1 представлен SWOT-анализ первого объекта исследования – ОАО «Киностудия «Ленфильм».

Таблица 1. SWOT-анализ ОАО «Киностудия «Ленфильм»

| Сильные стороны (S) | Возможности (O) |
|---|--|
| <ul style="list-style-type: none"> – сильный товарный знак; – большой опыт работы в отрасли; – хорошая репутация и известность в отрасли; – высокая квалификация руководителей и персонала киностудии; – благосклонное отношение зрительской аудитории | <ul style="list-style-type: none"> – обширный фильмофонд; – сдача в аренду оборудования и павильонов; – сотрудничество с зарубежными агентами — привлечение проектов копродукции; – переход на съемку в цифровом формате; – продажа прав на показ фильмов из фильмотеки телеканалам или другим компаниям; – лицензионные соглашения на использование товарного знака |
| Слабые стороны (W) | Угрозы (T) |
| <ul style="list-style-type: none"> – неудовлетворительная структура баланса; – фактическая неплатежеспособность; – устаревшие основные средства киностудии; – киностудия самостоятельно снимает не более двух-трех фильмов в год; – отсутствие маркетингового отдела на киностудии, отсюда отсутствие маркетинговой стратегии и маркетинговых исследований; – неэффективное распределение бюджета | <ul style="list-style-type: none"> – большое количество современно оснащенных студий; – зависимость от государственной политики и возможное снижение государственного финансирования на производство кинофильмов; – несоблюдение условий контрагентами; – сильные позиции конкурентов, имеющих более современное оборудование и более устойчивое финансовое положение |

«Ленфильм», являясь старейшей киностудией в России, обладает обширным фильмофондом, имеет налаженные связи с ведущими кинематографистами, и поэтому многие специалисты по-прежнему отмечают его сильный товарный знак, несмотря на множество проблем в финансовой сфере.

Однако слабые стороны киностудии очень опасны для её дальнейшего существования, особенно неудовлетворительность структуры баланса и фактическая неплатежеспособность, приведшие «Ленфильм» к пред-

банкротному состоянию. В первую очередь руководству студии надо решить проблему отсутствия системы маркетинга в функционировании компании, которая может детально оценить положение на рынке и найти пути выхода из кризисной ситуации благодаря внутренним возможностям.

Соответственно, исходя из таблицы 1, для оптимизации стратегии управления «Ленфильм» наиболее предпочтительны мероприятия для преодоления слабых сторон при использовании представленных возможностей и

мероприятия, использующие сильные стороны предприятия во избежание угроз. К такому типу мероприятий для ОАО «Ленфильм» можно отнести следующие: сдача в аренду производственных мощностей для производства рекламы и другого коммерческого продукта, привлечение проектов копродукции, организацию экскурсий, заключение лицензионных соглашений на использование товарного знака и т. д.

Одной из сильнейших сторон киностудии является благосклонное отношение к ней зрительской аудитории, с удовольствием смотрящей кинофильмы, снятые на киностудии в период её расцвета. Обладая сильным товарным знаком, ассоциирующимся в сознании отечественного зрителя с шедеврами, произведенными «Ленфильмом» еще в советский период, киностудия сможет улучшить свои финансовые показатели при реализации прав на свою «золотую коллекцию». В настоящее время данная возможность студии всё еще не доступна её руководству, так как Госфильмо-

фонд отказался передавать права на коллекцию киностудии, считая, что это «противоречит государственным интересам».

Тем самым зависимость от государственной политики является одной из основных внешних угроз для «Ленфильма», наряду со снижением государственного финансирования на производство фильмов и, как следствие, падением спроса на аренду производственных мощностей и появление новых современно оснащенных киностудий.

Одним из решений проблемы сокращения доходов от аренды может стать привлечение коммерческих клиентов, представление услуг для телепроизводства и производства рекламы. Также одним из путей сокращения убытков и увеличения прибыли могло бы стать заключение лицензионных соглашений на использование товарного знака «Ленфильм».

Следующим рассматриваемым объектом исследования является киностудия им. М. Горького, сформированная для нее SWOT-матрица представлена в таблице 2.

Таблица 2. SWOT-анализ ОАО «Киностудия им. М. Горького»

| Сильные стороны (S) | Возможности (O) |
|---|--|
| <ul style="list-style-type: none"> – фильмотека киностудии; – большой опыт работы в отрасли; – известность в отрасли; – участие в различных кинофестивалях; – заинтересованность персонала в развитии компании | <ul style="list-style-type: none"> – диверсификация деятельности (сдача в аренду павильонов, экскурсий); – продажа прав на показ фильмов из фильмотеки телеканалам или другим компаниям; – лицензионные соглашения на использование товарного знака |
| Слабые стороны (W) | Угрозы (T) |
| <ul style="list-style-type: none"> – неудовлетворительная структура баланса; – устаревшее оборудование; – износ основных средств киностудии; – небольшое количество заказчиков | <ul style="list-style-type: none"> – большое количество современно оснащенных студий; – зависимость от государственной политики; – несоблюдение условий контрагентами; – сильные позиции конкурентов, имеющих более современное оборудование и более устойчивое финансовое положение |

ОАО «ТПО «Центральная киностудия детских и юношеских фильмов им М. Горького» сложно назвать достаточно конкурентоспособной — у неё, как и у киностудии «Ленфильм» не так много внутренних сильных сторон, кроме того существуют такие слабые стороны, как неудовлетворительность структуры баланса и устаревшее оборудование. Но при этом можно утверждать, что киностудия им. М. Горького с помощью грамотного ис-

пользования инструментов продвижения и маркетинга создаёт впечатление более успешной киностудии, чем «Ленфильм». Одним из таких методов является постоянное участие в различных кинофестивалях, благодаря чему киностудия развивает свой бренд и по праву остаётся одной из самых известных кинокомпаний в отрасли.

Основные возможности для развития киностудии – оказание услуг для кинопроиз-

водства и продажа прав на кинокартины. При этом фильмотека киностудии им. М. Горького не так велика, как у «Ленфильма» или «Мосфильма», что не позволяет рассчитывать на высокие доходы по данному виду деятельности, но они все равно составляют от 20 до 30 % от общей выручки ежегодно.

Одна из важных угроз для киностудии, с учетом устаревания её сценарно-постановочных средств, – большое количество современно оснащенных частных студий. Лучшим видом мероприятия для преодоления слабых сторон при использовании возможностей применительно к киностудии им. М. Горького является расширение числа заказчиков с помощью предоставления услуг для съемок телеконтента, рекламы или музыкальных клипов. Однако это сложно осуществить без обновления материально-технического оснащения студии.

Также киностудия им. М. Горького, как и «Ленфильм», может заняться заключением

лицензионных соглашений на использование товарного знака. Это может укрепить рыночные позиции киностудии, так как, являясь государственной собственностью, она очень сильно зависит от государственной политики в аудиовизуальной сфере.

Несмотря на указанные выше недостатки в стратегическом управлении киностудией им. М. Горького, ей все же удалось избежать убытков в условиях кризиса, что является свидетельством наличия у киностудии потенциала для успешного преодоления возникших трудностей при правильно сформированной маркетинговой антикризисной стратегии.

Киностудия «Мосфильм» единственная из всех объектов исследования оставалась в состоянии финансовой устойчивости, поэтому цель оптимизации её управления – увеличение возможностей киностудии для поддержания положительной динамики всех её показателей. SWOT-матрица для киностудии «Мосфильм» представлена в таблице 3.

Таблица 2. SWOT-анализ ФГУП «Киноконцерн «Мосфильм»

| Сильные стороны (S) | Возможности (O) |
|---|--|
| <ul style="list-style-type: none"> – хорошая репутация и известность в отрасли; – высокая квалификация руководителей и персонала киностудии; – юльшой опыт работы в отрасли; – современное съемочное оборудование; – сотрудничество с крупными кинотеатральными сетями; – заинтересованность персонала в развитии компании; – маркетинговая активность; – собственные курсы профессиональной подготовки персонала; – обширный фильмофонд | <ul style="list-style-type: none"> – продажа прав на показ фильмов из фильмотеки телеканалам или другим компаниям; – диверсификация деятельности; – расширение профессиональной подготовки сотрудников; – сотрудничество с зарубежными агентами - привлечение проектов копродукции |
| Слабые стороны (W) | Угрозы (T) |
| <ul style="list-style-type: none"> – киностудия самостоятельно снимает не более трех-пяти фильмов в год; – невозможность увеличения затрат на маркетинг для каждого фильма; – рост цен на рынке рекламы | <ul style="list-style-type: none"> – нестабильность экономической ситуации; – изменение государственной политики в кинематографии; – появление новых киностудийных комплексов; – финансовые риски, связанные с некупаемостью снятых фильмов |

Имея в своем распоряжении пятнадцать съемочных павильонов, три натурные площадки и полный комплекс предоставляемых услуг для кинопроизводства, «Мосфильм» занимает ведущие позиции в производстве отечественного кино-, теле- и видеопродукции. Сильной стороной киностудии является

то, что в её распоряжении находится современное производственное оборудование, съемочные павильоны, современная студия звукозаписи, собственные музеи, обширная коллекция фильмов, большой штат квалифицированных сотрудников, собственные курсы профессиональной подготовки персонала.

При организации кинотеатрального проката своих фильмов киноконцерн «Мосфильм» сотрудничает с крупными сетями, например, с «Каро Премьер».

Разумеется, основной рекомендуемой стратегией по матрице SWOT для «Мосфильма» является реализация цикла мероприятий, использующих сильные стороны для увеличения своих возможностей. Он может включать в себя увеличение объемов производства, предоставление услуг при производстве копродукции, расширение образовательной деятельности для повышения квалификации персонала.

Но нельзя забывать о слабых сторонах киностудии, таких как невозможность увеличения затрат на маркетинг для своих новых проектов, которых и так снимается немного – не более трех-пяти в год. Основными угрозами функционирования киностудии «Мосфильм» являются некупаемость производимых фильмов, нестабильность экономической ситуации в России и изменение государственной политики в сфере кинематографии.

Анализ сильных и слабых сторон, потенциальных возможностей и угроз функционирования объектов исследования выявил, опираясь на какие внутренние ресурсы киностудий следует разрабатывать антикризисную маркетинговую политику. Так как более предпочтительным циклом мероприятий было выбрано развитие возможностей и сильных сторон кинокомпаний, из трех отобранных на первом этапе признаков классических маркетинговых стратегий наиболее эффективным может оказаться рыночное поведение компаний [4]. Также это обосновывается тем, что все рассматриваемые киностудии уже давно существуют на аудиовизуальном рынке.

В таком случае основными для реализации станут маркетинговые стратегии средних и крупных фирм, квалифицированные по следующим признакам:

- зависимость от состояния рынка (нового или существующего) и продукции компании (новой или существующей);
- отношения с конкурентами;
- зависимость от положения организации на рынке [7].

Стратегии, учитывающие маркетинговую деятельность в зависимости от состояния рынков и товаров, можно считать одними из самых универсальных.

1. Закрепление на рынке. При такой стратегии у компании нет необходимости в разработке особых инноваций: рынок сам по себе развит, товар достаточно знаком потребителям, и компании в таком случае выбирают стратегию последователей. Они пытаются сохранить свою долю на рынке, попутно обходя возможные «подводные камни», и подражают подходящей больше всего в их положении «чужой» стратегии. Стратегия проникновения на рынок не имеет в виду простое копирование [17] – «последователю» необходимо заняться разработкой собственной стратегии роста, которая пусть и будет похожа на стратегию конкурентов, но не должна провоцировать от них каких-либо ответных действий.

Один из самых популярных примеров использования подобной стратегии – противостояние двух самых крупных издательств графических романов Marvel и DC Comics. Когда DC Comics в 1960-х годах вышли на новую волну популярности с «Американской лигой справедливости», Marvel искал не менее увлекательную идею и создал на их примере «Фантастическую четверку». Тем самым они не только сэкономили на разных исследовательских разработках и коммуникациях с потребителями, но и получили от издания романов еще большую прибыль, чем DC Comics. В продолжение в аудиовизуальной сфере можно упомянуть кинокомпанию «20th Century Fox» с кинофильмами «Фантастическая четверка» и «Фантастическая четверка — 2», которые собрали в мировом прокате около 600 миллионов долларов в 2005-2007 годах. Достойным ответом стала проработка компанией «WDSSPR» других героев Marvel, которая создала новую франшизу и фактически породила жанр комикса на большом экране, когда кассовые сборы фильма «Мстители» в 2012 году составили около 1,5 миллиарда долларов. Наблюдая за этим успехом, компания «Warner Brothers» с 2013 занялась съемкой франшизы такого же уровня – но уже с героями DC Comics, и, хотя кассовые сборы

«Warner Brothers» от «Человека из стали» и «Бэтмен против Супермена» не такие внушительные, они все равно превысили бюджеты фильмов почти в 4 раза.

Киностудия «Ленфильм» и киностудия им. М. Горького вполне могут использовать эту стратегию, используя поведение киностудии «Мосфильм» на рынке как объект для подражания.

2. Целью стратегии развития рынка является привлечение новых покупателей. Необходимого результата можно добиться, используя следующие варианты стратегий:

- стратегия географической экспансии: расширение территории внедрения товара;
- стратегия создания новых рынков: привлечение к товару новых групп потребителей в пределах той же территории [19].

Такие стратегии можно использовать и в аудиовизуальной сфере. Студии могут предоставлять свои производственные мощности в аренду иностранным съемочным группам или открывать свои филиалы, оснащенные собственным оборудованием, в местах с хорошей натурой, не имеющих поблизости крупных киностудий. Лучше всего такую стратегию может реализовывать киностудия «Мосфильм», которая сотрудничает с большим количеством зарубежных партнеров и имеет современное съемочное оборудование.

Также одним из вариантов использования стратегий новых рынков может стать создание маленьких детских киностудий. Киностудия им. М. Горького, которая раньше специализировалась на детских фильмах, может вполне успешно реализовывать эту стратегию, тем более что она до сих пор производит небольшое количество мультипликационных и детских фильмов, некоторые из которых участвовали на российском фестивале анимационного кино в Суздале. Руководство кинокомпании может создать отдел специалистов, которые будут устраивать экскурсии для детей, рассказывать, как делаются небольшие мультипликационные фильмы, а затем предложить детям попробовать свои силы в этом виде творчества. Со временем это может привлечь большую аудиторию к кинофильмам студии.

3. Малоизвестный товар или создание нового продукта – всегда рискованная стратегия, но при успехе она может принести огромную прибыль, так как товар окажется единственным и уникальным на рынке. Во время реализации этой стратегии одной из главных проблем является преодоление консерватизма потребителей, но если производителями правильно будет подобрана ниша для товара и целевая аудитория, спрос на такой оригинальный товар может резко возрасти [9].

В кинематографе реализацией такой стратегии может стать создание на базе любого из объектов исследования подразделения по производству 4D- и 5D-фильмов, хотя эффективнее всего с этим справится киноконцерн «Мосфильм» как самая финансово устойчивая и современно оснащенная киностудия.

4. Стратегия диверсификации – наиболее многофункциональная стратегия, поэтому ей уделяют внимание фирмы любого профиля. Под «диверсификацией» принято понимать расширение деятельности фирмы [5], при этом самой распространенной стратегией является производство компанией нового товара, отличающегося от прежней продукции и выпускаемого на новый для неё рынок.

Диверсификацию как стратегию выхода из кризиса следует рассматривать всем трем объектам исследования. По большей части они все снимают только художественные фильмы, но могут начать производить мультипликационные или научно-популярные фильмы, как стала делать киностудия им. М. Горького несколько лет назад. Также на базе киностудий могут быть созданы подразделения по производству рекламы и клипов.

По отношению к конкурентам основными стратегиями являются оборонительные и наступательные.

Основной целью оборонительной стратегии является отстаивание своих позиций на рынке. К оборонительным стратегиям обычно прибегают компании-лидеры рынка, имеющие сильные конкурентные позиции [12]. Можно вспомнить самый известный пример победы компании-гиганта в киноиндустрии посредством оборонительной стратегии – «Walt Disney Company» над «Pixar». Послед-

няя в течение двадцати лет составляла умелую конкуренцию множеству мультипликационных студий, являлась наиболее успешной коммерческой студией за все время кинематографа, но не смогла устоять в долгой борьбе с одним из старейших и крупнейших игроков, которым являлся «Disney». В итоге «Pixar» была присоединена к «Walt Disney Company» в 2006 году.

Существует и другой удачный пример применения оборонительной стратегии. Одно из крупнейших мировых издательств «Elsevier» около двадцати пяти лет назад столкнулось с тем, что один из их конкурентов, «Pergamon Press», начал предлагать подписку на свои журналы Библиотеке конгресса США на порядок дешевле, чем «Elsevier». Этот конфликт закончился разорением «Pergamon» и приобретением их «Elsevier» за 400 миллионов долларов.

Среди рассматриваемых автором киностудий именно ФГУП «Киноконцерн «Мосфильм» может в качестве маркетинговой стратегии выбрать оборонительную, поскольку имеет сильные позиции на рынке и явные преимущества перед конкурентами.

Но не стоит забывать и о неудачных примерах данной стратегии, потому что ограничение действий компании исключительно обороной является одной из форм «маркетинговой близорукости» [5]. «Metro Goldwyn Mayer» считала, что сможет постоянно функционировать, производя только фильмы о Джеймсе Бонде, а после падения своих финансовых показателей попыталась заняться производством кинофильмов других жанров. Руководство студии бросило все ресурсы на экранизацию «Золотого компаса», рассчитывая на успешную франшизу в духе «Гарри Поттера», но из-за неправильного позиционирования «Золотой компас» провалился, и «Metro Goldwyn Mayer» пришла к банкротству.

«The Walt Disney Company» кроме оборонительной стратегии постоянно занимается диверсификацией производства, приобретая небольшие каналы, развивая детские парки, компания даже открыла свой театр. Это всё сделало из изначально небольшой киностудии одну из самых крупнейших компаний со-

циально-культурной отрасли в мире.

Фирмы, недолго существующие на рынке, вынуждены выбирать наступательные стратегии, так как они всегда стремятся занять более высокие позиции в своей отрасли.

Принято выделять следующие атакующие стратегии:

- атака против лидера рынка;
- атака против близких компаний-конкурентов;
- атака против небольших местных и региональных фирм [10].

Претендент, реализующий наступательные стратегии, имеет важное преимущество – он движим одной целью и бросает все свои ограниченные ресурсы для ее достижения, что для лидера производства товара уже является рутинной и повседневной работой [11].

В аудиовизуальной сфере существует множество примеров, когда компания – претендент на лидерство смогла выбить почву из-под ног «компаний-гиганта» и обойти его. Одним из таких стало сотрудничество «Summit Entertainment» и «Lionsgate», которые провели детальный анализ потребностей основной кинотеатральной аудитории и удачно отобрали и экранизировали популярные молодежные серии книг («Сумерки», «Голодные игры», «Дивергент» и т.д.), которые стали мировыми блокбастерами. В настоящее время в этом жанре ни одна из американских компаний-мейджеров, реализующих подобного типа проекты («Universal Pictures» с «Историей одного вампира», «Sony Pictures» с «Орудиями смерти»), не смогла с ними соперничать.

«Dream Works Animation» осталась независимой киностудией и за двадцать лет своего существования смогла сделать гигантский скачок, начав составлять конкуренцию «Disney». Из отечественных кинопроизводящих компаний примером успешного использования атакующих стратегий можно назвать российскую кинокомпанию «Enjoy movies», которая почувствовала потребности кинозрителей в легких комедиях и стала специализироваться на производстве кинолент этого жанра. В итоге более 90 % фильмов кинокомпании окупались, а некоторые даже стали лидерами российского кинопроката.

Наступательные стратегии могут быть использованы и небольшими компаниями. Например, маленькая киностудия, имеющая в своем распоряжении два павильона, может предлагать их по более выгодной цене, чем «Мосфильм», и предоставлять больше возможностей для творческих решений создателей фильма. Рентал-хаусы могут предлагать более современное съемочное оборудование, чем лидеры отрасли, по более выгодным ценам. Также достоинство небольших компаний в том, что они могут быть основаны в городах, где нет крупных студий. Поэтому одним из вариантов реализации атакующей стратегии для объектов исследования может стать создание филиала студии, к примеру, в Краснодарском крае, где имеются обширные возможности для натуральных съемок.

В зависимости от занимаемых компанией позиций на рынках принято выделять четыре вида фирм, которые используют упомянутые выше маркетинговые стратегии: лидеров, претендентов, последователей и фирмы, оперирующие в нише [18].

При выборе позиции на рынке обычно выбирается и стратегия компании: например, лидер занимает большую долю рынка. Чтобы удержать, а тем более расширить свое господствующее положение, ему необходимо стремиться к увеличению, как всего рынка, так и своего сегмента: заниматься поиском новых потребителей, снижать издержки и, тем самым, цены и т.д. [14]. Очевидно, что на сегодняшний день позицию лидера киноотрасли уверенно занимает киноконцерн «Мосфильм». Если раньше «Ленфильм» и киностудия им. М. Горького могли соперничать с ним, сейчас они утратили своё лидерское положение.

Претендент, при выбранной модели атакующей стратегии, использует все возможные и невозможные маркетинговые средства, направляя их на лидера и других конкурентов [1]. Претендент ведет ценовую войну, снижает издержки на производство и цены, производит дорогостоящие товары, занимается расширением ассортимента продукции, также разрабатывая новые товары, совершенствуя распределение и сбыт, повышая уровень ус-

луг или постоянно занимаясь разработкой различных рекламных кампаний.

Положение киностудии «Ленфильм» и киностудии им. М. Горького не позволяет им выбрать стратегию претендента, поскольку для этого нужно обладать соответствующими ресурсами и вести активную маркетинговую деятельность. На сегодняшний день ни одна из этих киностудий не имеет ни ресурсов, ни активных маркетинговых программ.

К «последователям» обычно относят компании, которые пытаются сохранить свою долю на рынке, попутно обходя возможные «подводные камни», и подражают больше всего подходящей в их положении «чужой» стратегии. Стратегия последователя, или иначе «имитация продукта», зачастую оказывается гораздо лучше и эффективнее, чем стратегия создания нового продукта.

Как уже рассматривалось ранее, стратегия последователей может оказаться для «Ленфильма» и киностудии им. М. Горького достаточно успешной. Однако в случае применения такой стратегии обеим киностудиям придется активно заняться маркетингом с целью поиска путей адаптации действий «Мосфильма» к условиям своего функционирования, исходя из своих возможностей.

Компания, работающая в нише, занимается обслуживанием небольших сегментов рынка, тем самым не являясь хоть сколько-нибудь значимым конкурентом для крупных фирм [16]. Их особенностью является то, что они специализируются на конкретном товаре или услугах. Если компания функционирует в нескольких нишах одновременно, то она еще больше преумножает свои шансы на успешное существование даже в условиях жесткой конкуренции.

Нишевая стратегия – еще один вариант стратегии для двух финансово нестабильных объектов исследования. Раньше киностудия им. М. Горького специализировалась на производстве детских и юношеских фильмов, но затем, по причине отсутствия спроса, объем производства таких фильмов сократился практически до нуля, что в том числе и привело к ухудшению финансово-хозяйственной деятельности киностудии. Около десяти лет

назад студия нашла выход из ситуации, избрав для себя нишу производства документальных и научно-популярных фильмов. Возможно кроме этой ниши студия снова постарается занять нишу детского кино, так как сегодня спрос на фильмы этого жанра снова начинает расти.

Подводя итоги, можно сказать, что для реализации и поддержания эффективной антикризисной политики киностудия им. М. Горького и киностудия «Ленфильм» могут успешно использовать на практике следующие антикризисные маркетинговые стратегии:

- в зависимости от состояния рынка — проникновение на рынок в качестве стратегии последователей, диверсификация деятельности;

- по отношению к конкурентам — наступательные стратегии;

- в зависимости от положения фирмы на рынках — стратегия последователей, нишевая стратегия.

ФГУП киноконцерну «Мосфильм», в свою очередь, предпочтительнее использовать другие стратегии:

- в зависимости от состояния рынка - стратегия географической экспансии и создания новых рынков, стратегия разработки нового товара, диверсификация деятельности;

- по отношению к конкурентам - оборонительные стратегии;

- в зависимости от положения фирмы на рынках - стратегия лидера.

Список литературы

1. Асташова Ю.В. Теория поколений в маркетинге // Вестник Южно-Уральского государственного университета. – 2014. – № 1. – С. 3.
2. Воронина В.М., Кокарев Д.В. SWOT-анализ как современный инструмент исследования в целях антикризисного управления предприятием // Слияния и Поглощения. – 2007. – № 3 (49). – С. 25.
3. Гвозденко А.Н. Использование методики многофакторного SWOT-анализа для разработки стратегических направлений деятельности // Маркетинг и маркетинговые исследования. – 2006. – № 4. – С. 14.
4. Годин А.М. Маркетинг: учебное пособие. — 10-е изд., перераб. и доп. — М.: ИТК Дашков и Ко, 2013. – С. 264.
5. Голубков Е.П. Маркетинг для профессионалов: практический курс. — М.: Юрайт, 2016. – С. 189.
6. Клейнер Г.Б. Стратегическое планирование: основы системного подхода. Модернизация экономики и общественное развитие. В 3-х книгах. — М.: Издательский дом ГУ-ВШЭ, 2008. – С. 513.
7. Кревэнс Д. Стратегический маркетинг. — 6-е изд. — М.: Вильямс, 2017. – С. 394.
8. Литовченко, В.П. Финансовый анализ. — М.: ИТК Дашков и Ко, 2014. – 216 с.
9. Манн И.И. Маркетинг на 100 %. – М.: Манн, Иванов и Фербер, 2015. – С. 117.
10. Моргунов В.И. Международный маркетинг. — М.: ИТК Дашков и Ко, 2017. – С. 20.
11. Нетёсова А.В. Маркетинговые исследования: учебно-практическое пособие / под ред. А.В. Нетёсовой. – М.: Евразийский открытый институт, 2011. – С. 105.
12. Ноздрева Р.Б. Маркетинг: учебное пособие — М.: Аспект Пресс, 2016. – С. 205.
13. Пашкус Н.А., Пашкус В.Ю. Стратегический маркетинг. – М.: Юрайт, 2016. – С. 185.
14. Портер М. Конкурентная стратегия. Методика анализа отраслей и конкурентов. – М.: Альпина Паблишер, 2016. – С. 315.
15. Ромодановская Н.Б. Разработка и эффективность маркетинговой модели управления кинокомпаниями // Международный научно-исследовательский журнал. – 2016., – № 5.
16. Соловьев Б.А. Маркетинг. – М.: ИНФРА-М, 2016. – С. 162.
17. Хруцкий В.Е. Внутрифирменное бюджетирование. Теория и практика. – 3-е изд, испр. и доп. – М.: Юрайт, 2017. – 458 с.
18. Цахаев Р.К. Маркетинг. – М.: ИТК Дашков и Ко, 2017. – С. 99.
19. Черчилль Г.А. Маркетинговые исследования в организациях – 5-е изд. – СПб: Питер, 2007. – С. 598.

Bibliography

1. Astashova Yu.V. Theory of Generations in Marketing / Yu.V. Astashova // Bulletin of the South Ural State University. – 2014. – №1. – P. 3
2. Voronina V.M., Kokarev D.V. SWOT-analysis as a modern research tool for the purposes of crisis management of an enterprise // Mergers and Acquisitions. – 2007. – №3 (49). – P. 25.
3. Gvozdenko A.N. Using a Multi-Factor SWOT Analysis Method for Developing Strategic Areas of Activity, Marketing and marketing research. – 2006. – №4. – P. 14.
4. Godin A.M. Marketing: study guide / A.M. Godin. - 10th ed., Pererab. and add. - M.: ITK Dashkov and Co., 2013. – P. 264
5. Golubkov E.P. Marketing for Professionals: A Practical Course. – M.: Yurayt, 2016. – P. 189.
6. Kleiner G.B. Strategic planning: the basics of a systems approach. Modernization of the economy and social development. In 3 books. - M.: Publishing House of the State University Higher School of Economics, 2008. – P. 513.
7. Crevens D. Strategic marketing. – 6th ed. – M.: Williams, 2017. – P. 394.
8. Litovchenko V.P. The financial analysis. - M.: ITK Dashkov and Co., 2014. – 216 p.
9. Mann I.I. Marketing 100 %. – M.: Mann, Ivanov and Ferber, 2015. – P. 117.
10. Morgunov V.I. International marketing. - M.: ITK Dashkov and Co., 2017. – P. 20.
11. Netësova A.V. Marketing research: educational and practical manual / ed. A.V. Netyosova. // Eurasian Open Institute, 2011. – P. 105.
12. Nozdreva R.B. Marketing: study guide - Moscow: Aspect Press, 2016. – P. 205.
13. Pashkus N.A., Pashkus V.Yu. Strategic marketing. - M.: Yurayt, 2016. – P. 185.
14. Porter M. Competitive Strategy. Methods of analysis of industries and competitors. - M.: Alpina Publisher, 2016. – P. 315.
15. Romodanovskaya N.B. Development and effectiveness of the marketing model of management of film companies. - E.: International Scientific Research Journal, № 5, 2016.
16. Soloviev B. A. Marketing. - M.: INFRA-M, 2016. – P. 162.
17. Khrutsky V.E. Intrafirm budgeting. Theory and practice. - 3rd ed. and add. - M.: Yurayt, 2017. – 458 p.
18. Tsakhaev R.K. Marketing. - M.: ITK Dashkov and Co., 2017. – P. 99.
19. Churchill G.A. Marketing Research in Organizations - 5th ed. - SPb: Peter, 2007. – P. 598.



Хамматдинова Г.И.

Hammatdinova G.I.

*магистрант, ФГБОУ ВО «Уфимский государственный
нефтяной технический университет».*

г. Уфа, Российская Федерация

УДК 338.45:622.276-043.86(470+571)

НЕФТЯНАЯ ПРОМЫШЛЕННОСТЬ РФ: ОСОБЕННОСТИ РАЗВИТИЯ И ОСНОВНЫЕ ПРОБЛЕМЫ

Нефтяная промышленность является одной из ключевых отраслей в экономике России. Добыча нефти является весьма прибыльным бизнесом, в мире существует несколько стран, которые являются крупнейшими поставщиками нефти. В данный список входят Саудовская Аравия, Россия, Китай, Иран, США и др. Россия среди стран по нефтедобыче занимает второе место, ее доля на мировом рынке нефти и нефтепродуктов составляет 9,1 %.

Нефтяная отрасль в России имеет богатую историю. Началом добычи нефти можно считать 1745 год. Далее с развитием промышленности развивалась и отрасль, главным нефтяным районом был Кавказ. Исторического максимума добыча нефти достигла в 1989 году, а далее стала постепенно снижаться. После развала СССР нефтяные предприятия, ранее принадлежавшие государству, были приватизированы, что спровоцировало падение эффективности отрасли. Далее второй подъем отрасль ощутила в начале 2000-х годов. Нефть является основным экспортным продуктом России и в наши дни [2].

Сегодня множество регионов РФ развиваются за счет нефтяной промышленности. Особое место здесь занимает Западная Сибирь, где разрабатывается более 300 нефтяных и газовых месторождений. Многие экономические аналитики спорят о зависимости РФ от «нефтяной иглы». Но, не смотря на это, все антикризисные программы направлены именно на снижение зависимости от нефти. Пока цена на углеводороды не поднимется на мировом рынке, кризисная ситуация в стране вряд ли изменится в лучшую сторону [8].

Актуальность данной работы обусловлена тем, что на сегодняшний день нефтяной комплекс в России играет одну из главных ролей в развитии экономики. Экспорт нефти на сегодняшний день приносит государству 33 % всего экспорта.

Цель исследования — рассмотреть современное состояние нефтяного комплекса России и определить главные проблемы его развития.

Ключевые слова: добыча нефти, экспорт, развитие, проблемы, динамика, нефтегазовый комплекс, нефтепереработка, тенденции развития, экономика, нефтяная промышленность.

RUSSIAN OIL INDUSTRY: DEVELOPMENT PECULIARITIES AND MAIN PROBLEMS

The oil industry is one of the key industries in the Russian economy. Oil production is a very profitable business, in the world there are several countries that are the largest suppliers of oil. This list includes Saudi Arabia, Russia, China, Iran, the United States, etc. Russia among the countries in oil production is the second, its share in the world oil and petroleum products market is 9.1 %.

The oil industry in Russia has a rich history. The beginning of oil production can be considered 1745 year. Further with the development of industry, the industry developed, the Caucasus was the main oil area. The historical maximum oil production reached in 1989, and then began to decline gradually. After the collapse of the USSR, the oil enterprises that previously belonged to the state were privatized, which provoked a drop in the efficiency of the industry. Then the second growth was felt by the industry in the early 2000s. Also, oil is Russia's main export product in our days [2].

Today, many regions of the Russian Federation are developing at the expense of the oil industry. A special place here is occupied by Western Siberia, where more than 300 oil and gas fields are being developed. In spite of the fact, that many economic analysts dispute on dependence of the Russian Federation on «oil dependency», all anti-recessionary programs are directed to decrease in dependence on oil. Until the price of hydrocarbons rises in the world market, the crisis country situation will hardly change for the better. [8]

The relevance of this work is due to the fact that today the oil complex in Russia plays one of the main roles in the development of the economy. Export of oil to date brings the state 33 % of all exports.

The purpose of the study is to examine the current state of the Russian oil complex and identify the main problems of its development.

Key words: oil production, export, development, problems, dynamics, oil and gas complex, oil refining, trends, the economy, the oil industry.

Для того чтобы выделить актуальные проблемы нефтяной отрасли России, следует рассмотреть основные тенденции развития отрасли. Рост добычи нефти в России стабильно идет с начала 2000-х. Хотя и в последние годы темпы роста замедлились, начиная с 2010 года, добыча нефти в России преодолела планку в 500 млн тонн в год и уверенно держится выше этого уровня, бесперебойно повышаясь.

В 2016 году в России было добыто 547,497 млн тонн нефти с газовым конденсатом, первичная переработка нефти составила 279,365 млн тонн в год (-1,2 % к 2015 г.). По итогам 2016 г. Россия заняла первое место в мире по объему добычи нефти, опередив Саудовскую Аравию и США. На рисунке 1 приведена динамика добычи нефти в России начиная с 1874 года.

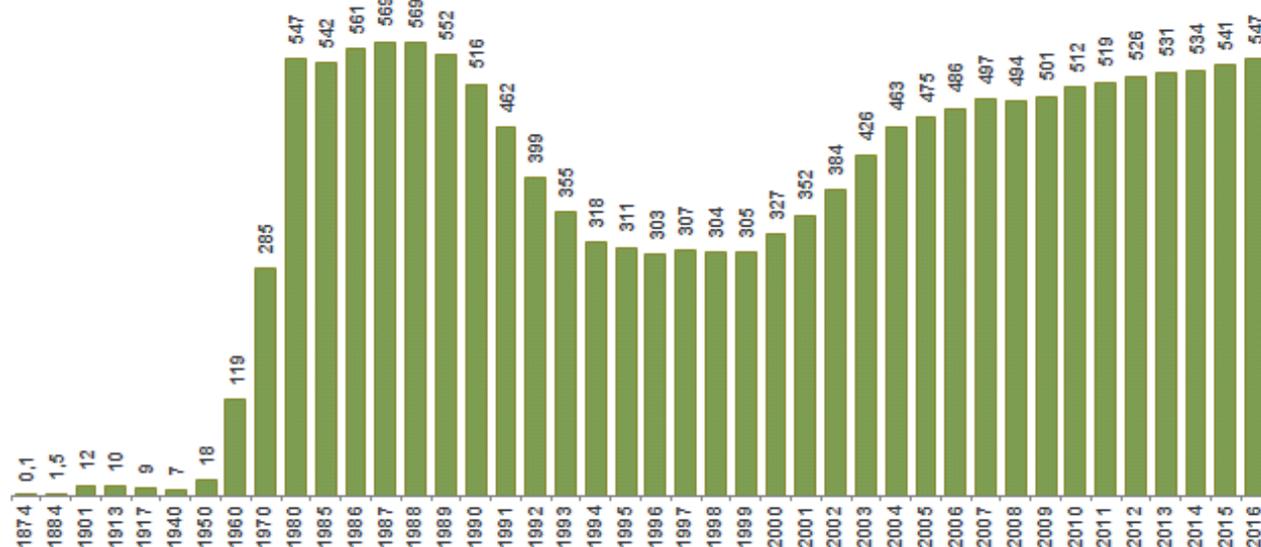


Рисунок 1. Динамика добычи нефти в России [4]

Однако при том, что добыча нефти показывает положительную динамику, можно отметить негативный фактор, который влиял на отрасль – это падение цен на нефть в последние годы, вызванное экономическими санкциями, кризисом и нестабильной политической ситуацией. Так как нефть занимает значительную роль в формировании ВВП России, падение цен на нефть на мировом рынке напрямую

повлияли на бюджет России. У сложившейся ситуации есть две стороны. Да, бюджет страны уменьшился. Но с другой стороны, страна наконец-то начала обращать внимание и поддерживать те отрасли, которые совсем были запущены. Ведь сколько лет идёт речь о том, чтобы слезть уже из этой нефтяной «иглы». На рисунке 2 можно наглядно рассмотреть, какую долю бюджета страны занимают не-

фтегазовые доходы. На сегодняшний день Россия держит курс на то, чтобы уровень нефтегазовых доходов бюджета страны не пре-

вышал одной четверти, что необходимо для обеспечения нужного уровня диверсификации экономики страны.



Рисунок 2. Доля нефтегазовых доходов в бюджете страны

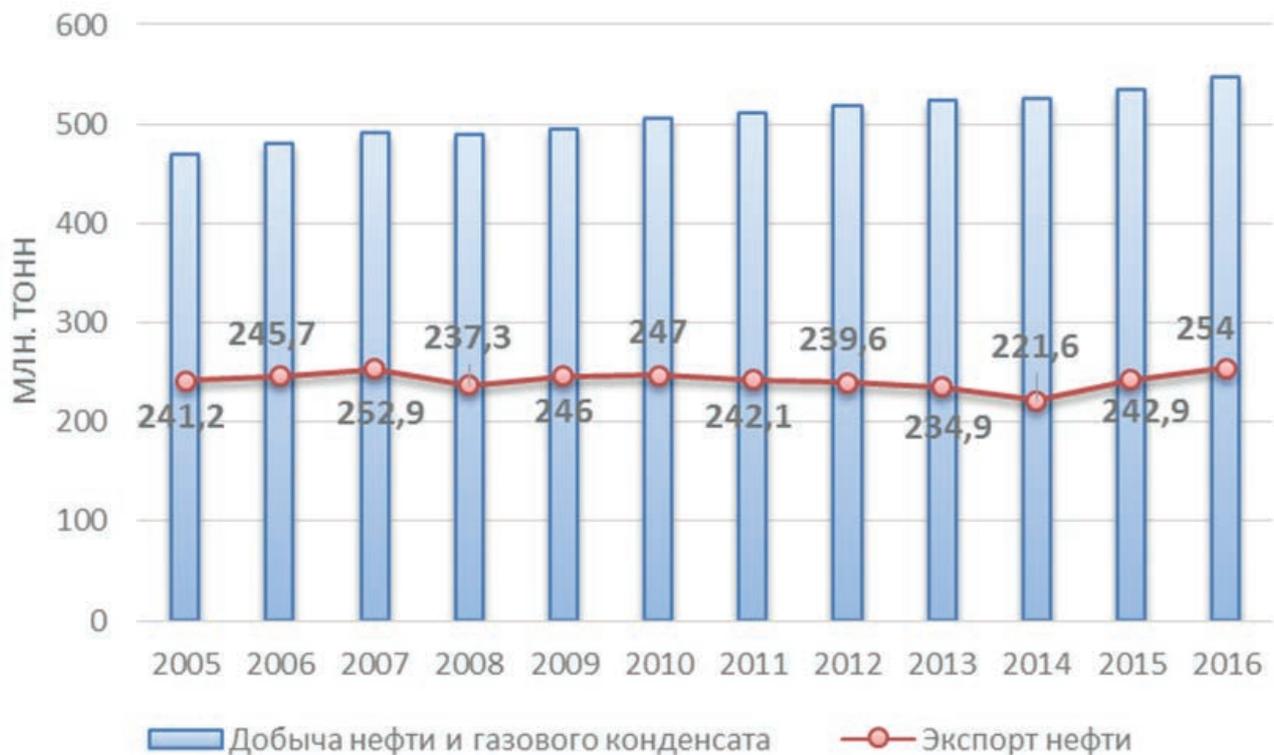


Рисунок 3. Добыча и экспорт нефти в России за последние 11 лет

На рисунке 3 приведена статистика добычи и экспорта российской нефти начиная с 2005 года.

Низкие цены, установленные на нефть на мировом рынке, не произвели заметного

эффекта на главную отрасль национальной экономики России. Наоборот, отечественные нефтяники увеличили производство на полтора процента, а экспорт сырой нефти и нефтепродуктов вырос аж на 26 %. Также наряду с

ростом добычи нефти в последние годы увеличилась ее переработка внутри страны. На отдачу отрасли также не повлияли введенные санкции, ограничившие доступ к передовым технологиям освоения трудноизвлекаемых запасов и к долгосрочному кредитованию.

Ситуация сложилась таким образом, что между экспортерами нефти идет война не за прибыль по цене, а за объемы. В результате победит в этой войне тот, у кого, во-первых, ниже себестоимость добычи и доставки нефти на рынок, а во-вторых, имеется запас прочности в виде накопленных в период высоких цен финансовых резервов. И на сегодняшний день наибольший потенциал среди всех участников рынка у Саудовской Аравии, главного игрока в картеле ОПЕК.

Один из самых главных недостатков нефтяной отрасли России — недостаточное разви-

тие нефтеперерабатывающего сегмента. Даже представить трудно, что за все время существования демократической России на ее территории не было построено ни одного нефтеперерабатывающего завода (НПЗ). Степень износа российских НПЗ в среднем составляет 65 %, при этом загружены заводы менее чем на 80 %. На сегодняшний день максимальную загрузку (100 %) имеет только «Киришский НПЗ», принадлежавший «Сургутнефтегазу», и «Лукойл». Коэффициент загрузки мощностей приблизился к отметке в 95 %.

В 2016 году добыча нефти и газового конденсата в России выросла на 2,5 % по сравнению с аналогичным показателем 2015 г. Примерно 95 % всей добычи пришлось на 11 крупнейших вертикально-интегрированных нефтяных компаний (ВИНК) (рисунок 4).

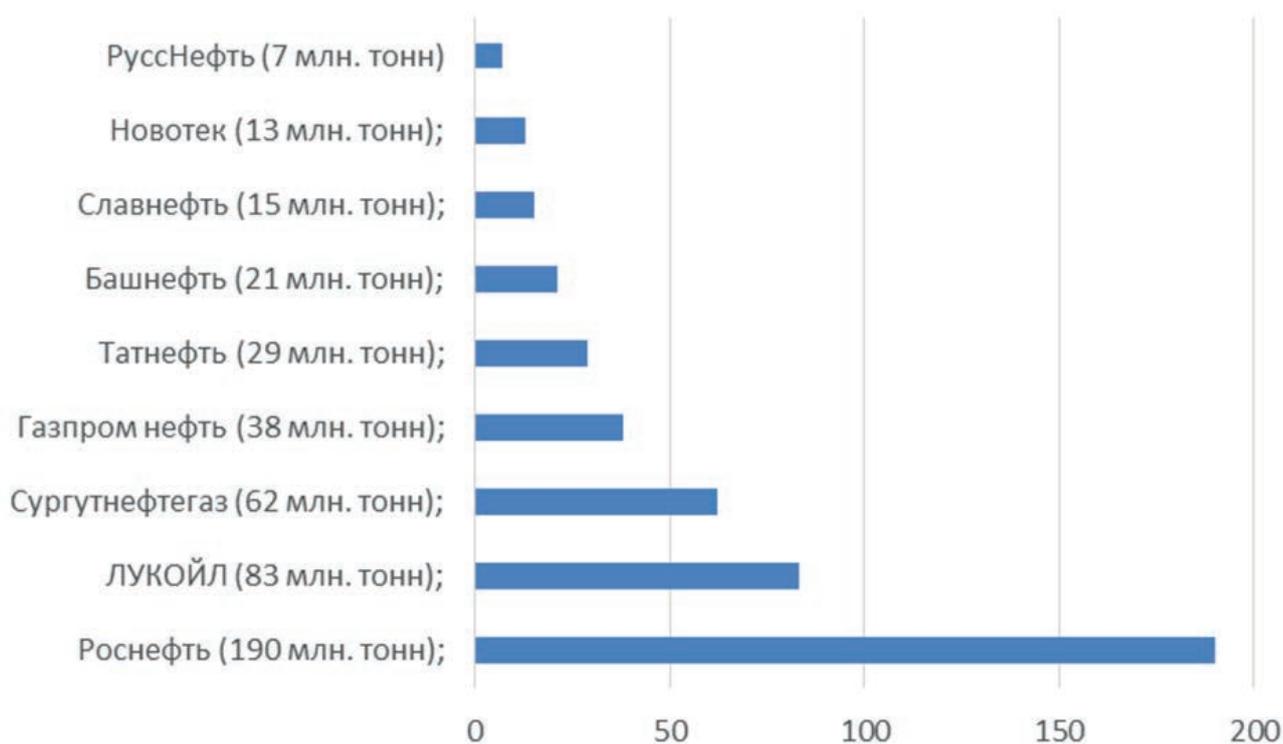


Рисунок 4. Добыча нефти в 2016 году крупнейшими ВИНК РФ

Как видно из рисунка 3, в последние годы в первичную переработку поступает более половины добываемой нефти в России. Основными видами производимой продукции являются дизельное топливо, топливный мазут и бензин (в том числе автомобильный).

За последние три года переработка на отечественных НПЗ приблизилась к цифре 290

млн тонн.

Несмотря на то, что из-за технологической отсталости глубина переработки нефти в России находилась ниже мирового уровня, в последние годы прослеживается тенденция к росту средней глубины переработки нефти на отечественных НПЗ. Но она всё еще недостаточна, если сравнивать с глубиной перера-

ботки на НПЗ промышленно развитых стран, которая составляет около 75-80 %, а в США – свыше 90 %. В России за 2016 год этот показатель был на уровне 71,2 %.

Но несмотря на всю сложность ситуации, нефтеперерабатывающая промышленность России в целом характеризуется высокой конкурентоспособностью на внутреннем и мировом рынке, так как она полностью обеспечена сырьём, у неё сравнительно невысокий уровень затрат на электроэнергию, полуфабрикаты, другие материальные ресурсы и охрану окружающей среды. Россия остается крупнейшим в мире экспортёром нефти и нефтепродуктов, притом что потребности внутреннего рынка полностью удовлетворены.

В настоящее время на рынке нефтепродуктов в России доминируют ВИНК, в собственности которых сосредоточены более 70 % перерабатывающих мощностей страны.

На начало 2017 года более половины производства нефтепродуктов приходилось на три крупнейшие компании страны: «Роснефть», «ЛУКОЙЛ» и «Газпром нефть». На сегодняшний день эти компании продолжают увеличивать объем нефтепереработки на российских НПЗ [9].

Рынок нефтепродуктов в России полностью под властью стратегий вертикально-интегрированных нефтяных компаний, формирующихся под воздействием цен на нефть, товарной структуры и географии спроса.

Россия входит в число трех крупнейших в мире экспортёров нефти и нефтепродуктов. Высокая конкурентоспособность обуславливается полной обеспеченностью сырьём и сравнительно невысоким уровнем затрат на электроэнергию, полуфабрикаты, другие материальные ресурсы и охрану окружающей среды.

Нефтяные компании России столкнулись с тем, что при снижении цен на сырье стоимость его добычи оставалась на высокой отметке. Если, ориентируясь на данные из отчетности

крупнейшей компании в отрасли – «Роснефти», подсчитать, сколько стоит добыть и продать баррель нефти в России сегодня, то мы получим цифру не ниже \$40.

Несмотря на то, что нефтедобывающие компании не снижали темпов бурения, самые мощные компании страны – «Роснефть», «Лукойл» и «Сургутнефтегаз» – слегка снизили добычу (на 0,7 - 1%). Им выгодней работать на действующих промыслах, не вводя в эксплуатацию новые залежи и тем более не начиная разработки трудноизвлекаемых, а следовательно, дорогостоящих запасов. К быстрому истощению месторождений ведет то, что давно введенные в строй промыслы эксплуатируются усиленно и не всегда рационально. Если разложить позицию нефтяных компаний по сегменту добычи в матрицу БКГ, то они займут положение «дойной коровы» – быстро взять по максимуму все, что можно, с тех залежей, которые еще способны давать нефть без особых дополнительных затрат, и наплевать на будущее, тем более что период низких мировых цен, судя по всему, наступил на долгие годы. К сожалению, мало кто понимает, что опустошение старых запасов в недрах и отказ от разведки и разработки новых месторождений – бомба замедленного действия. Имеющийся на сегодняшний день рост добычи российской нефти при таких условиях — явление временное.

Итак, выделим несколько важнейших проблем, с которыми сталкивается нефтяная отрасль [3]:

- низкая скорость добычи нефти из-за труднодоступности месторождений;
- использование устаревших и изношенных основных фондов и техники в процессе добычи и переработки нефти;
- недостаточная глубина переработки нефти;
- нерациональное применение новых инновационных технологий в процессе добычи нефти.

сии. Экономика и управление. – 2015. – № 5. – С. 8-17.

2. Крутихин М. Как нефтяная отрасль России реагирует на дешевую нефть //Иносми.Ру. Электронный ресурс. URL: <http://inosmi.ru/>

Список литературы

1. Конторович А.Э., Эдер Л.В. Новая парадигма стратегии развития сырьевой базы нефтедобывающей промышленности Российской Федерации // Минеральные ресурсы Рос-

economic/20160120/235108515.html. (Дата обращения 26.03.17);

3. Мкртчян Г.М., Эдер Л.В., Филимонова И.В. Эффективность управления компаниями нефтегазовой отрасли России в условиях кризиса // Менеджмент в России и за рубежом. – 2016. – № 2. – С. 48-57.

4. Нефтяная отрасль России. Исследование VYGON Consulting. Электронный ресурс. URL: https://vygon.consulting/upload/iblock/c88/vygon_consulting_russian_oil_industry_outlook_2017_resume.pdf. Дата обращения 26.03.17);

5. Токарев А.Н. Инновации как предпосылка стабилизации нефтедобычи в Западной Сибири // Сибирская финансовая школа. – 2015. – № 6 (113). – С. 105-110.

6. Шафраник Ю.К., Бушуев В.В., Мастепанов А.М. Потенциал «энергетической цивилизации» и геополитика // Энергетическая политика. – 2015. – № 5. – С. 3-11.

7. Эдер Л.В., Филимонова И.В., Моисеев С.А. Нефтегазовый комплекс Восточной Сибири и Дальнего Востока: тенденции, проблемы, современное состояние // Бурение и нефть. – 2015. – № 12. – С. 3-12.

8. Министерство энергетики Российской Федерации, URL: <http://www.minenergo.gov.ru>

9. Коммерсант. ru, 24 января 2017 г.

10. Ризванова М.А. Хамматдинова Г.И. Проблемы и тенденции развития нефтяной промышленности России // Вестник молодого ученого УГНТУ. – 2016. – №2. – С 41-44.

References

1. Kontorovich A.E., Eder L.V. New paradigm of the strategy for the development of the raw material base of the oil-producing industry of

the Russian Federation // Mineral resources of Russia. Economics and Management. – 2015. – №. 5. – P. 8-17.

2. Krutikhin M. How the Russian oil industry responds to cheap oil // Inosmi.Ru. Electronic resource. URL: <http://inosmi.ru/economic/20160120/235108515.html>. (Contact Date 26.03.17);

3. Mkrтчyаn G.M., Eder L.V., Filimonova I.V. Management Efficiency of Companies in the Oil and Gas Sector of Russia in the Crisis Conditions // Management in Russia from abroad. – 2016. – № 2. – P. 48-57.

4. Oil industry of Russia. VYGON Consulting research. Electronic resource. URL: https://vygon.consulting/upload/iblock/c88/vygon_consulting_russian_oil_industry_outlook_2017_resume.pdf. The date of the appeal is March 26, 17)

5. Tokarev A.N. Innovations as a prerequisite for stabilizing oil production in Western Siberia // Siberian Financial School. – 2015. – № 6 (113). – P. 105-110.

6. Shafranik Yu.K., Bushuev V.V., Mastepanov A.M. The potential of the “energy civilization” is a geopolitics // Energy policy. – 2015. – № 5. – P. 3-11.

7. Eder L.V., Filimonova I.V., Moiseev S.A. Oil and gas complex of Eastern Siberia and the Far East: trends, problems, current state // Burenie нефt. – 2015. – № 12. – P. 3-12.

8. Ministry of Energy of the Russian Federation, URL: <http://www.minenergo.gov.ru>

9. Merchant ru, January 24, 2017

10. Rizvanova M.A. Hammatdinova G.I. Problems and trends in the development of the oil industry in Russia // Bulletin of the young scientist USPTU. – 2016. – № 2. – P. 41-44.



Карамова В.В.

Karamova V.V.

Магистрант,

ФГБОУ ВО «Башкирский государственный университет»,

г. Уфа, Российская Федерация

УДК 339.138: 338.454

ПОЗИЦИОНИРОВАНИЕ БРЕНДА/ПРОДУКЦИИ ОРГАНИЗАЦИИ КАК ИНСТРУМЕНТ ПОВЫШЕНИЯ ЭФФЕКТИВНОСТИ ЕЁ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

В данной статье исследуется проблема позиционирования в нефтегазовой отрасли. Актуальность темы исследования обусловлена тем, что в современных условиях рыночной экономики центральной проблемой разработки стратегии организации является задача высокоэффективного обеспечения позиционирования продукции на рынке. Однако данный маркетинговый инструмент на современном этапе искаженно понимается российскими нефтегазовыми компаниями и, как результат, неэффективно ими используется. В связи с этим применение инструмента «позиционирование» компаниями нефтегазового рынка актуально вдвойне, так как данный рынок относится к числу рынков с массовым потреблением производимой продукции и несколькими крупными рыночными игроками, отсюда дифференциация здесь имеет определяющее значение. В работе автором раскрывается содержание понятия «позиционирование», на основе анализа существующих концепций сформулировано авторское определение понятия «позиционирование», более полно отражающее его природу. В статье приведены и описаны основные методы позиционирования бренда/продукции на рынке, применяемые в мировой практике. В связи с отсутствием в научной среде единого алгоритма разработки стратегии позиционирования автором предложена собственная методика проведения позиционирования бренда/продукции на рынке. Автором выявлены и описаны характерные особенности и основные факторы позиционирования компаний нефтегазовой отрасли, а также степень значимости каждого из них. Основное содержание исследования составляет анализ рыночного положения российских нефтегазовых компаний в сегменте розничной реализации моторных топлив, в том числе ПАО АНК «Башнефть», а также восприятия брендов и потребительской лояльности исследуемых компаний. По результатам анализа дана общая характеристика результатов позиционирования ПАО АНК «Башнефть», отражающая сильные и слабые стороны, а также управленческие ошибки сети АЗС «Башнефть». На основе проведенного исследования автором даются общие рекомендации по совершенствованию стратегии позиционирования ПАО АНК «Башнефть», способствующие увеличению рыночной доли компании и повышению лояльности потребителей.

Ключевые слова: маркетинг, позиционирование, сегментирование рынка, этапы и методы позиционирования, нефтегазовая отрасль, рынок моторных топлив.

POSITIONING OF THE BRAND/PRODUCTS OF THE ORGANIZATION AS A TOOL TO IMPROVE THE EFFICIENCY OF IT'S ACTIVITIES

This article is devoted to the problem of positioning in the oil and gas industry. The relevance of the research topic is due to the fact that in modern conditions of a market economy the central problem of the development of an organization's strategy is the task of highly efficient product positioning in the market. However, at the present stage this marketing tool is incorrectly understood by Russian oil and gas companies, and as a result, they are used inefficiently. In this regard, the use of the "positioning" tool by the companies of the oil and gas market is doubly relevant, since this market is one of the markets with mass consumption of products and several large market players, hence the

differentiation here is crucial. The author discloses content of the term of «positioning», based on the analysis of existing concepts the author's definition of the concept of positioning is formulated which more fully reflects its nature. The article presents and describes the main methods of brand/product positioning on the market, used in world practice. Due to the lack of a single algorithm for developing a positioning strategy in the scientific environment, the author suggested his own procedure of brand/product positioning on the market. The author identified and described the characteristic features and main factors of the positioning of companies in the oil and gas industry, as well as the degree of significance of each of them. The main content of the research is an analysis of the market position of Russian oil and gas companies in the retail segment of motor fuels, including JSOC Bashneft, as well as brand perception and consumer loyalty of the analyzed companies. According to the results of the analysis, a general characteristic of the positioning results of JSOC Bashneft is given, showing the strengths and weaknesses, as well as management errors of the Bashneft network of petrol stations. On the basis of the conducted research the author gives general recommendations for improving the positioning strategy of JSOC Bashneft, which contribute to increasing of the market share and customer loyalty.

Keywords: marketing, positioning, market segmentation, stages and methods of positioning, oil and gas industry, market of motor fuels.

Чтобы выжить в современных экономических условиях и эффективно функционировать, компании необходимо обладать не только качественным предложением, но и уметь правильно его преподнести на рыночном пространстве. Для решения этой задачи фирмы используют такой инструмент как маркетинг. В сферу маркетинга входят такие функции как анализ и систематизация данных о структуре рынка, текущей рыночной ситуации, внутренней среде компании, ее потенциале, а также принятие рациональных управленческих решений на основе полученных данных. Одним из важных управленческих решений является выбор эффективной стратегии позиционирования. Под позиционированием подразумевается процесс поиска и закрепления такой рыночной позиции компании/бренда, продукта/услуги, которая будет выгодно отличать ее (его) от положения конкурентов. Другими словами – поиск рыночной ниши, не занятой другими, и эффективное функционирование в ней.

Данный маркетинговый инструмент на современном этапе искаженно понимается российскими нефтегазовыми компаниями, и как результат – неэффективно используется. Многие воспринимают позиционирование как рекламу, PR и другие формы продвижения. Но это лишь малая часть всего функционала позиционирования. В связи с этим вопрос раскрытия применимости инструмента «позиционирование» является весьма актуальным. Еще большую актуальность придает тот факт,

что нефтегазовый рынок относится к числу рынков с массовым потреблением производимой продукции и несколькими крупными рыночными игроками, отсюда дифференциация здесь имеет определяющее значение.

В научной литературе дается множество подходов к определению понятия «позиционирование». Далее приведены основные из них.

Родоначальники теории позиционирования Д. Траут и Э. Райс дают следующее определение: «Позиционирование начинается с товара. Это может быть продукт, услуга, компания, социальный институт или даже человек. Возможно, вы сами. Но позиционирование не есть то, что производитель делает со своим товаром. Позиционирование – это операция на сознании потенциальных покупателей. То есть вы позиционируете продукт в умах своих клиентов» [4]. Суть позиционирования, по мнению Д. Траута и Э. Райса, заключается в том, чтобы найти место в сознании своей аудитории, не потеряться в потоках «информационного шума». Для этого очень важно составить «сверхпростые» сообщения о своём товаре, выделив его самую яркую особенность. То есть чтобы сообщение проникло вглубь человеческого сознания, его нужно максимально упростить [4].

По-своему преподнес идею «позиционирования» профессор Г. Хулей. Основным достоинством его теоретических разработок является то, что он рассматривает конкурентное позиционирование вместе с рыночной сег-

ментацией, делая ключевой упор на то, что оба этих процесса неотделимы друг от друга, и их особая связь заключается в том, что они завязаны на человеческом восприятии [5].

По мнению Филиппа Котлера, позиционирование бренда определяется как акт проектирования рыночного предложения компании таким образом, чтобы оно занимало особое и ценное место в сознании целевой аудитории [3].

Согласно Дэвиду Аакеру, позиционирование бренда – часть фирменного стиля и предложения ценности, которое доводится до сведения целевых клиентов [1].

В соответствии с концепцией позиционирования, предлагаемой профессорами Мичиганского университета Джоном Майерсом и Радживом Батра, позиционирование определяется как совокупность ассоциаций, которые бренд/продукция вызывает у потребителя [2]. Ассоциации могут охватывать физические атрибуты продукта, дополнительные способы использования продукта, образ потребителя и так далее. Позиционирование бренда, согласно Дж. Майерсу и Р. Батра, это, по сути, механизм создания в сознании потребителя относительной ментальной схемы, в которой конкретный бренд/продукт располагается в определенном месте согласно оценке потре-

бителя сходств и различий с другими конкурирующими брендами/продуктами.

Синтезируя все вышеприведенные определения понятия «позиционирование», можно предложить следующее наиболее удачное его определение: позиционирование – это процесс сегментации целевой аудитории, идентификации потребностей клиентов (как явных, так и скрытых), составления психологического портрета целевого потребителя и создания позитивного восприятия бренда/продукции и особой позиции в сознании потребителя посредством правильно составленных коммуникационных сообщений.

С чего начать и какие шаги необходимо предпринять для составления грамотной стратегии позиционирования? На самом деле, на данный вопрос в научном круге нет точного и прозрачного ответа. Учеными и предпринимателями предлагаются некоторые схемы позиционирования, однако четко выстроенной и понятной методики составления стратегии позиционирования нет.

Далее будет приведен собственный авторский взгляд на то, как может выглядеть схема-последовательность позиционирования бренда/продукции (рис. 1). Схема имеет циклический вид, что указывает на возможность репозиционирования.



Рисунок 1. Схема-последовательность позиционирования бренда/продукции

На первом этапе составления концепции позиционирования бренда необходимо провести сегментацию рынка и выделить ту целевую аудиторию, на которую и будет нацелена разрабатываемая программа позиционирования. Компания может действовать на множестве различных сегментов рынка, наибольший успех при этом будет достигаться при

разработке стратегии позиционирования для каждого рыночного сегмента.

Следующий этап заключается в составлении психологического портрета целевого потребителя. Он включает в себя потребности клиента, мотивы покупки, явные и скрытые желания и фобии. Также на данном этапе выявляются проблемы потребителей – ры-

ночные пробелы, неудовлетворенный спрос. Процесс создания такого портрета достаточно трудоемкий, но очень важный, так как на основе его дальнейшего анализа выявляются основные факторы, влияющие на покупателя при выборе бренда/товара. На данном этапе необходимо привлечь как специалистов-маркетологов, так и профессиональных психологов.

На третьем этапе разработки концепции позиционирования на базе анализа психологического портрета потребителя определяются основные атрибуты бренда, на которые ориентируется покупатель при выборе товара, а также их весовые значения.

На четвертом этапе производится анализ рыночной ситуации и конкурентов. Выполняется сравнительный анализ конкурентов, раскрывающий преимущества и недостатки рыночного предложения каждой из компаний, а также используемый метод позиционирования.

На основе полученных на предыдущих этапах данных организации необходимо определиться с методом позиционирования, который будет использоваться ею. В мировой практике выделяют следующие шесть основных методов позиционирования товара:

1. Позиционирование «проблема-решение». В данном случае товар позиционируется как уникальное средство решения проблемы потребителя, которая была выявлена на предыдущих этапах.

2. Ассоциативный метод. Здесь коммуникационные сообщения строятся таким образом, чтобы закрепить бренд/товар в сознании покупателя некоей ассоциацией за счет яркого образа. Это может быть известная личность, конкретная местность, историческая отсылка к прошлому и тому подобное.

3. По способу использования продукции. При данной форме позиционирования применение товара связывают с определенным обстоятельством.

4. По отличительным признакам. При данном позиционировании делается акцент на конкретные выгодные свойства и качества продукции, которые указывают на преимущество перед товарами конкурентов, на их отличительность.

5. Против определенного конкурента.

Здесь основной фокус при позиционировании сосредоточен на противопоставлении своей продукции товару определенного конкурента. Организация указывает слабые стороны товара-конкурента и заявляет намерение преподнести рынку отличную замену.

6. По типу целевой аудитории. Данный вид позиционирования основан на выделении группы покупателей со своими особыми потребностями, со специфическим типом поведения при выборе товара. При таком позиционировании компания прямо указывает адресность в своих коммуникационных сообщениях на конкретную целевую группу.

На шестом этапе формируется само «уникальное» предложение для целевого потребителя в соответствии с выбранным методом позиционирования. «Уникальность» заключается в наличии того сочетания качеств и свойств продукции, которое способно полностью удовлетворить запросы именно данной целевой группы.

7. Самый важный этап. Создаются те самые коммуникационные сообщения, которые проникают вглубь сознания потребителя и побуждают к покупкам именно данного конкретного бренда.

8. Практическая реализация стратегии позиционирования.

9. Контроль и анализ промежуточных результатов по реализации стратегии, её корректировке или репозиционировании бренда/продукции при необходимости.

Разумеется, существуют некоторые особенности позиционирования в зависимости от специфики деятельности организации. Так, например, при разработке стратегии позиционирования нефтегазовой компании необходимо учитывать следующие моменты:

1) важным атрибутом бренда в нефтегазовой отрасли, который учитывается в первую очередь при выборе покупателем товара, является качество продукции;

2) технологические, нормативные и экономические параметры продукции здесь играют первостепенную роль, а эстетические и эргономические – вовсе не учитываются или учитываются по минимуму;

3) в связи с возрастанием внимания мирового сообщества к вопросам экологии, компании целесообразно будет инвестировать

в природоохранные мероприятия, а также в инновационные проекты по улучшению экологических характеристик нефтепродуктов;

4) одним из важных компонентов имиджа нефтяной компании являются станции обслуживания клиентов. Так как многие АЗС-компании управляются в основном дилерами франшизы, создание сильной надежной дилерской сети является важной задачей организации при позиционировании бренда.

Рассмотрим практические результаты позиционирования на примере нефтяной компании ПАО АНК «Башнефть». Для анализа выберем российский розничный рынок мо-

торного топлива.

ПАО АНК «Башнефть» – вертикально-интегрированная нефтяная компания, входит в топ-10 предприятий России по объему добычи нефти и в топ-5 – по нефтепереработке. С 2016 года является дочерней организацией ПАО НК «Роснефть».

В структуре российского производства моторных топлив ПАО АНК «Башнефть» занимает одно из лидирующих позиций (рис. 2). Так, в 2017 году выпуск моторных топлив компании составил 10,6 млн тонн – 9,1 % от общероссийского объема производства.

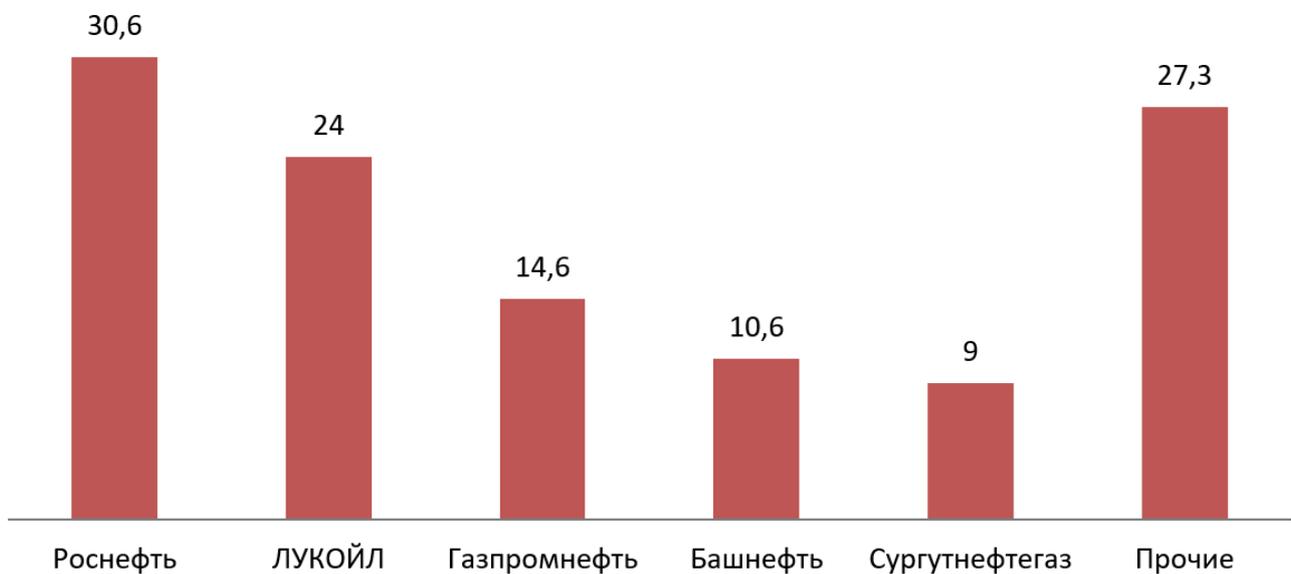


Рисунок 2. Производство моторных топлив в Российской Федерации в 2017 году, млн т²

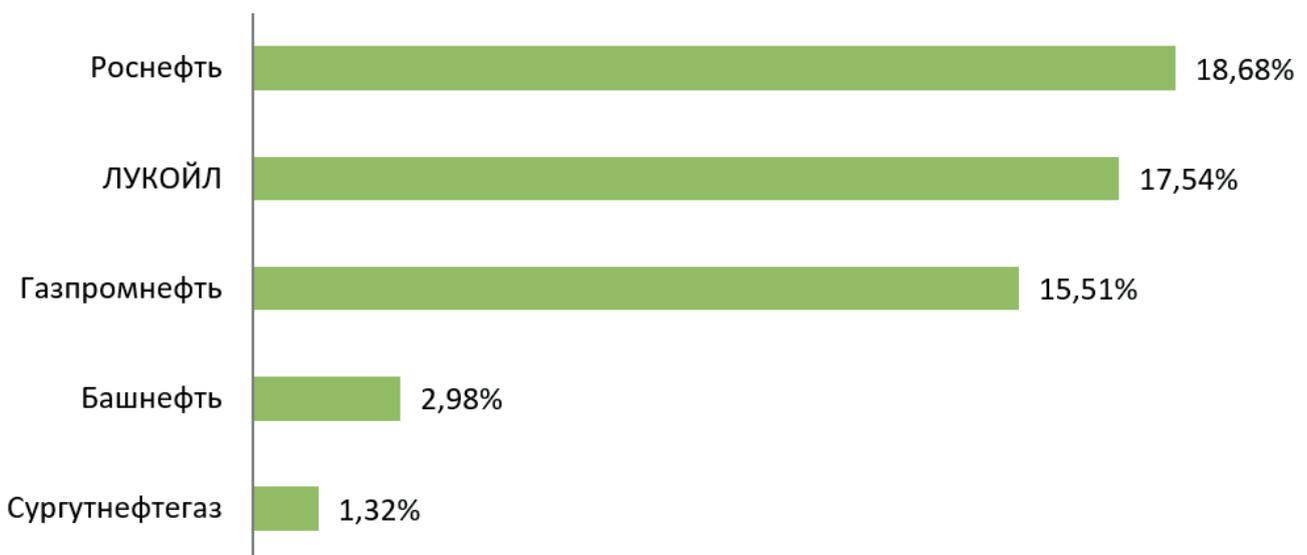


Рисунок 3. Доля нефтяных компаний в структуре розничной реализации моторного топлива через АЗС за 2017 год, в %³

На рисунке 3 отражена структура реализации моторного топлива через АЗС на российском рынке. Так, розничные объемы реализации моторного топлива ПАО АНК «Башнефть» в 2017 году достигли 1,7 млн тонн, что составляет 2,98 % от общероссийского объема потребления моторных топлив.

На рисунке 3 отражены рыночные показатели по реализации моторных топлив через собственные и арендованные АЗС под своим брендом.

Кроме указанных на графиках нефтяных компаний на розничном рынке моторных топлив присутствуют также зарубежная ком-

пания Shell, российско-британская компания ТНК-ВР, Татнефть и множество других независимых топливных компаний, закупающих продукцию у лидеров рынка.

Компания «Башнефть» занимает лидирующие позиции по многим рыночным позициям. Однако как обстоит дело с восприятием данного бренда клиентами АЗС? Для освещения данного вопроса были проанализированы данные исследований Росстандарта, отзывы реальных водителей на сайтах ai-92.ru и Oil-Club.

Обобщенный рейтинг российских автозаправочных станций представлен в таблице 1.

Таблица 1. Обобщенный рейтинг российских автозаправочных станций

| Место | Атрибут бренда Сеть АЗС | Качество топлива | Цена | Качество обслуживания и сервис | Стимулирующие мероприятия | Местоположение (географическая представленность, удобство расположения) |
|-------|-----------------------------------|---------------------|------|--------------------------------------|------------------------------|--|
| 1 | Лукойл | + | | | + | + |
| 2 | Газпром нефть | + | | + | + | |
| 3 | ТНК | + | + | | | + |
| 4 | Shell | + | | + | | |
| 5 | ВР | | | + | + | |
| 6 | Роснефть | + | + | | | + |
| 7 | Татнефть | | + | | + | |
| 8 | Башнефть | + | + | | + | |
| 9 | ЛТК (Липецкая Топливная Компания) | | + | + | | |
| 10 | Трасса | | | + | | |

В таблице также выделены те атрибуты бренда, которые наиболее удачно реализованы и представлены в АЗС конкретной компании и являются ее сильными сторонами. Безусловно, выделенные сильные стороны автозаправочных станций проявляются не во всех точках сети. Многие автозаправки работают по франшизе, и не все управляющие соблюдают нормы и правила, установленные компанией для всей сети АЗС.

В ходе исследования была выявлена степень значимости каждого из атрибутов бренда. Иерархия атрибутов по их значимости выглядит следующим образом:

1. Цена. Этот фактор в России всегда был основным при решении о покупке. Особен-

но сейчас, в ситуации стабильного снижения реального дохода населения, данный атрибут становится еще более значимым.

2. Качество топлива. Значимость данного фактора также связана с вышеуказанным обстоятельством: потребитель, покупая топливо, хочет быть уверен, что оно не навредит автомобилю и не принесет тем самым дополнительные убытки.

3. Местоположение АЗС. Для клиента также важно географически удобное равномерное расположение автозаправочных станций. Здесь действует фактор времени: не всегда покупатель готов потратить свое ценное время на долгий путь до автозаправки с привлекательным соотношением «цена – качество»,

он скорее предпочтет тот вариант, который будет географически выгодно расположен.

4. Качество обслуживания и сервис. В данной сфере деятельности сервис не так значим для клиента, как предыдущие атрибуты. Под сервисом здесь подразумеваются дополнительные и сопутствующие услуги для клиента. Качественное обслуживание, доброжелательное отношение к покупателю всегда сказывается на потребителей положительно, создавая эмоциональную привязку к данной АЗС.

5. Стимулирующие мероприятия, в том числе программа лояльности клиентов. Дан-

ные факторы также важны для покупателя, но в меньшей мере.

При составлении рейтинга были учтены усредненные значения оценок атрибутов бренда. В связи с этим данный рейтинг может быть несправедлив для конкретной местности, но отражает обобщенную картину положения компаний на общероссийском рынке.

Так, согласно рейтингу сеть АЗС «Башнефть» занимает 8 место в системе предпочтительности потребителей. Иначе обстоит дело, если взглянуть на рейтинг АЗС по Республике Башкортостан (таблица 2). Здесь «Башнефть» занимает лидирующую позицию.

Таблица 2. Рейтинг автозаправочных станций по Республике Башкортостан

| Место | Сеть АЗС |
|-------|---------------|
| 1 | Башнефть |
| 2 | Газпром нефть |
| 3 | Лукойл |
| 4 | Роснефть |
| 5 | Salavat |
| 6 | Другие АЗС |

В чем причина такой разницы между региональным и общероссийским рейтингом? После более подробного анализа материалов рыночных исследований и отзывов потребителей причина становится очевидной: сеть АЗС «Башнефть» в основном сконцентрирована в Республике Башкортостан, количество автозаправок в других регионах крайне мало и расположено неудачно. Более того, большинство АЗС в других регионах находится под управлением франчайзи, которые, в свою очередь, зачастую не соблюдают стандарты и нормы обслуживания клиентов. Отсюда вытекают две большие слабые стороны данной сети АЗС, которые частично перекрывают ее сильные стороны, – некачественное обслуживание клиентов и отсутствие рациональной конфигурации сети автозаправочных станций.

Необходимо заметить, что многие потребители отмечают отличное качество моторного топлива на АЗС «Башнефть», которое ничуть не уступает качеству продукции лидеров рынка, а кто-то и вовсе утверждает о его превосходстве. Также покупателей привлекает цена продукции, которая на порядок ниже цен, устанавливаемых на АЗС лидеров-конку-

рентов.

Несмотря на оптимальное соотношение «цена – качество» АЗС «Башнефть» – особо значимых атрибутов для покупателя, компания не входит в число лидеров рейтинга потребительских предпочтений в сегменте моторных топлив. Ошибками сети АЗС «Башнефть» в данном случае являются:

1. Отсутствие рациональной конфигурации сети автозаправочных станций.
2. Некачественное обслуживание клиентов, вызванное отсутствием жесткого контроля над держателями франшиз.
3. Слабая неэффективная коммуникационная программа. Отсутствие активного продвижения бренда, четкой стратегии позиционирования.

Предлагается следующая модель действий ПАО АНК «Башнефть» для более эффективного функционирования на розничном рынке моторных топлив и увеличения рыночной доли на данном сегменте: сохранение высокого уровня качества моторного топлива; поддержание привлекательной для потребителей ценовой политики; инвестирование в развитие сети АЗС (расширение); более жесткий

контроль за держателями франшиз; построение и реализация отлаженной системы продвижения, включающей составление эффективных коммуникационных сообщений.

Данная модель предусматривает оперирование тремя атрибутами бренда: сохранение позиций по атрибутам «цена», «качество», а также улучшение атрибута «местоположение». Частично в ней освещается и такой фактор как «качество обслуживания клиентов», но он не является основным.

Для эффективной реализации данной модели позиционирования компания должна разработать программу продвижения, способную донести до сознания потребителя идею о высоком качестве продукции в сочетании с невысоким уровнем цен, а также надежности компании.

Список литературы

1. Аакер Д. Создание сильных брендов / Пер. с англ. 2 изд. – М.: Издательский дом Гребенникова. – 2008. – 440 с.
2. Батра Раджив, Майерс Джон Дж., Аакер Дэвид А. Рекламный менеджмент / Пер. с англ. 5-е изд. – М.; СПб.: К.: Вильямс, 2004. – 784 с.
3. Котлер Ф., Гари А. Основы маркетинга. - 5-е изд. - М.: Вильямс. – 2017. – 752 с.
4. Траут Дж. Позиционирование: битва за умы. 20-е изд. / Эл Райс, Джек Траут. – СПб.: Питер, 2015. – 342 с.
5. Хулей, Г. Маркетинговые стратегии и конкурентное позиционирование. / Г. Хулей, Дж. Сондерс, Н. Пирси. – Днепропетровск.: Balance Business Books. – 2013. – 800 с.

Выводы

Выбор стратегии позиционирования является одним из важнейших управленческих решений. При ее составлении и реализации необходимо соблюдать логическую последовательность, а также учитывать особенности, связанные со спецификой деятельности организации. В данной работе приведены результаты позиционирования ПАО АНК «Башнефть», отражающие сильные и слабые стороны, а также управленческие ошибки сети АЗС «Башнефть». В результате исследования были даны рекомендации по совершенствованию стратегии позиционирования компании.

Referenses

1. David A. Aaker. Building Strong Brands. -No.2.–Moscow: Izdatel'skij dom Grebennikova, 2008. – 440 p.
2. R Batra, G. Myers; D Aaker. Advertising Management. – № 5. – Moscow; Saint Petersburg; Kiev: Vil'yams. – 2004. – 784 p.
3. Philip Kotler, Gary Armstrong, John Saunders, Veronica Wong. Principles of Marketing. – Moscow: Vil'yams, 2017. – 752 p.
4. Al Ries, Jack Trout. Positioning: The Battle for Your Mind. – SPb.: Petersburg, 2015. – 342 p.
5. Graham J. Hooley, John A. Saunders, Nigel Piercy. Marketing Strategy and Competitive Positioning. Dnepropetrovsk.: Balance Business Books, 2013. – 800 p.



Маликов Р.И.
Malikov R.I.

*доктор экономических наук, профессор,
заведующий кафедрой
«Проектный менеджмент и экономика
предпринимательства»
Института экономики и сервиса
ФГБОУ ВО «Уфимский государственный
нефтяной технический университет»,
Российская Федерация, г. Уфа*



Гришин К.Е.
Grishin K.E.

*доктор экономических наук, профессор,
профессор кафедры «Макроэкономическое
регулирование и государственное управление»,
исполняющий обязанности директора Инсти-
тута экономики, финансов и бизнеса
ФГБОУ ВО «Башкирский государственный
университет»,
Российская Федерация, г. Уфа*

УДК 339.138: 338.454

МЕТОДОЛОГИЧЕСКИЕ ПОДХОДЫ К ИССЛЕДОВАНИЮ РЕГИОНАЛЬНОЙ ЭКОСИСТЕМЫ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА

В статье рассматриваются вопросы разработки и обоснования новой методологии исследования региональной системы предпринимательства. Обосновывается положение, согласно которому в целях повышения качества научных исследований регионального предпринимательства наиболее перспективным представляется использование экосистемного подхода, позволяющего учитывать влияние контекста на генерацию и развитие предпринимательских процессов в локальных пространственных континуумах. На основе анализа работ, ведущих зарубежных и отечественных ученых исследованы существующие подходы к структурной организации предпринимательских экосистем. Предложено авторское определение понятия «региональная экосистема предпринимательства». Разработан новый методологический подход к идентификации параметров и определению структуры региональной экосистемы предпринимательства. Определено, что структурно региональная экосистема предпринимательства представляет собой совокупность шести взаимоинтегрированных доменов: социокультурный контекст, финансы, человеческий капитал, институциональный контекст, инфраструктура, рынок. Делается предположение, что у каждой региональной экосистемы предпринимательства есть свои экономические агенты – стейкхолдеры экосистемы, заинтересованные в ее дальнейшем эффективном развитии. Обосновывается, что ключевой задачей разработки и реализации государственной политики в сфере развития предпринимательства на региональном уровне является организация эффективного взаимодействия между стейкхолдерами экосистем. Вводится понятие продуктивности предпринимательской экосистемы, под которой понимается рост количества активных (осуществляющих хозяйственную деятельность) бизнес-структур в регионе за единицу времени. На основе оценки степени реализации региональными экосистемами предпринимательства своих ресурсно-регуляторных и социокультурных функций предложен методический подход к их типологизации. Разработана модель оценки потенциала бизнес-емкости региональной системы предпринимательства, позволяющая определять параметры благоприятной предпринимательской экосистемы и на основе этого принимать рациональные управленческие решения, способствующие максимально долгому поддержанию комфортных условий для развития предпринимательства в регионе. Делается вывод, что в настоящее время разработка комплексной методологии проектирования благоприятной региональной экосисте-

мы предпринимательства является важнейшей прикладной задачей, решение которой позволит повысить эффективность работы по развитию предпринимательства в российских регионах.

Ключевые слова: предпринимательство, региональная экосистема предпринимательства, экосистемный подход, домены предпринимательских экосистем, стейкхолдеры предпринимательских экосистем.

METHODOLOGICAL APPROACHES TO THE RESEARCH OF THE REGIONAL ECOSYSTEM OF ENTREPRENEURSHIP

The article examines the development and justification of a new methodology for the study of the regional business system. The author substantiates the provision that in order to improve the quality of scientific research of regional entrepreneurship, the most promising is the use of the ecosystem approach, which allows considering the influence of the context on the generation and development of entrepreneurial processes in local spatial continuums. Based on the analysis of the works of leading foreign and domestic scientists, the existing approaches to the structural organization of entrepreneurial ecosystems are explored. The author's definition of the concept of «regional ecosystem of entrepreneurship» is proposed. A new methodological approach to identifying the parameters and determining the structure of the regional business ecosystem was developed. It is defined that the structurally regional ecosystem of entrepreneurship is a set of mutually integrated six domains: sociocultural context, finance, human capital, institutional context, infrastructure, market. It is assumed that each regional ecosystem of entrepreneurship has its own economic agents – the stakeholders of the ecosystem – interested in its further effective development. It is substantiated that the key task of development and implementation of state policy in the sphere of entrepreneurship development at the regional level is organization of effective interaction between ecosystem stakeholders. The concept of the productivity of the entrepreneurial ecosystem is introduced, which means the growth of the number of active (carrying out economic activities) business structures in the region per unit of time. Based on the assessment of the extent to which the regional ecosystems of entrepreneurship have implemented their resource-regulatory and sociocultural functions, a methodological approach to their typologization has been proposed. A model for assessing the potential of the business capacity of the regional business system has been developed, which makes it possible to determine the parameters of a favorable entrepreneurial ecosystem and, on the basis of this, make rational management decisions that maximize the long-term maintenance of comfortable conditions for the development of entrepreneurship in the region. It is concluded that at present the development of an integrated methodology for the design of a favorable regional business ecosystem is the most important applied task, the solution of which will increase the efficiency of work on the development of entrepreneurship in the Russian regions.

Key words: entrepreneurship, regional ecosystem of entrepreneurship, ecosystem approach, domains of entrepreneurial ecosystems, stakeholders of business

Проблема развития частной деловой инициативы и предпринимательства в России остается неоднозначной. С одной стороны, государство предпринимает значительные усилия по развитию малого и среднего предпринимательства, с другой – все эти усилия не приводят к взрывному росту бизнес-активности. По-прежнему результативность развития предпринимательства в России остается крайне незначительной относительно показателей ведущих мировых экономик. Вместе с тем ни у кого не вызывает сомнения, что от степени развития предпринимательства [2] во многом зависит эффективное решение

стратегических задач социально-экономического развития нашего государства. Совсем не случайно, что в Указе Президента РФ В.В. Путина «О национальных целях и стратегических задачах развития Российской Федерации на период до 2024 года» от 7 мая 2018 года № 204 одним из приоритетных направлений при реализации национальных проектов (программ) определено развитие малого и среднего предпринимательства и поддержка индивидуальной предпринимательской инициативы [6]. По нашему мнению, реализация национального проекта в сфере стимулирования развития предпринимательства и поддержки

индивидуальной предпринимательской деятельности имеет шанс на успех, если будет базироваться на самых современных теоретико-методологических и прикладных подходах и концепциях, абсорбирующих в себе самые передовые зарубежные и отечественные научно-исследовательские практики.

Одной из таких концепций, получившей довольно широкое распространение в зарубежной практике исследования предпринимательства, является экосистемный подход, начало которому положили работы J.F. Moore [21], который впервые использовал понятие «экосистема» применительно к бизнес-деятельности, предложив понятие «бизнес-экосистема», под которым он подразумевал экономическое сообщество, состоящее из совокупности взаимосвязанных организаций и физических лиц. В последствии Moore расширил это определение, и данная концепция приобрела новый смысл, будучи определена как различное количество бизнес-сетей и связанных с ними элементов [22]. В дальнейшем исследование предпринимательства через призму экосистемного подхода нашло большое число последователей и на эту тему было опубликовано значительное количество работ [1, 7, 9, 10, 12, 13, 14, 16, 19, 20, 23, 24 и др.]. В данных исследованиях были предложены различные определения понятия «бизнес-экосистема». Например, Gossain, Kandiah [13] и Peltoniemi, Vuori [23] экосистему рассматривают как многочисленные взаимосвязанные организации, а в работах Den Harding, Van Asseldonk [9], Den Hartigh, Tol, Visscher [10] и других бизнес-экосистема определяется как сеть или коалиция организаций, корпораций, малых и средних предприятий, развивающихся вокруг общей технологической базы или платформы. При этом, несмотря на некоторые особенности подходов, большинство исследователей [12, 13, 14, 16, 18] сходятся в одном: бизнес-экосистема представляет собой «сеть-популяцию» организаций, взаимодействующих между собой и со средами.

Как известно, любая экосистема включает в себя ряд взаимосвязанных ключевых элементов, которые постоянно взаимодействуют и взаимно усиливают друг друга [7]. Экосистема предпринимательства имеет аналогич-

ное построение и включает в себя целый ряд элементов, которые объединяются и взаимодействуют между собой для содействия инновациям и росту [26]. Следовательно, подход к предпринимательским экосистемам подчеркивает, что предпринимательство, как процесс, происходит в сообществе взаимозависимых участников [11]. В настоящее время учеными, экспертами, различными организациями (ОЭСР, Всемирный банк и Всемирный экономический форум и др.) создан и апробирован целый инструментальный комплекс для оценки развития предпринимательских экосистем, среди которых можно выделить следующие подходы: Babson College – Babson Entrepreneurship Ecosystem Project, George Mason University – Global Entrepreneurship and Development Index, Koltai and Company – Six + Six, World Bank – Doing Business, GSM Association – Information and Communication Technology Entrepreneurship, World Economic Forum – Entrepreneurship Ecosystem и целый ряд других. В качестве объектов для оценки выступают различные элементы экосистем: политика, финансы, инфраструктура, рынки, человеческий капитал, система поддержки, социокультурный контекст, НИОКР, качество жизни, институты, макроэкономические условия и др.

В рамках предложенных подходов акцент делается на исследовании различных элементов экосистем. Так, например, в рамках проекта Всемирного банка «Ведение бизнеса» (Doing Business) особое внимание уделяется политике и благоприятной среде. D. Isenberg (Babson Entrepreneurship Ecosystem Project) формулирует шесть элементов экосистемы: политика, финансы, культура, система поддержки, человеческий капитал и рынки [15]. Его подход в значительной степени совпадает с подходом Всемирного экономического форума, в котором отмечены элементы (ключевые факторы) успешной экосистемы, в числе которых доступные рынки; финансовые ресурсы; человеческий капитал/ рабочая сила, системы поддержки / наставники, правительство и нормативно-правовая база, образование и обучение, университеты как драйверы развития, культурная среда.

С нашей точки зрения, весьма интересный

подход к определению основных компонентов экосистем предпринимательства предлагает S. Koltai [17]. Его модель Six + Six по развитию предпринимательства основывается на концептуальной установке, согласно которой ни один фактор (элемент экосистемы) в отдельности не может способствовать развитию предпринимательства. Напротив, бизнес активно развивается, когда несколько секторов и участников сознательно работают вместе, чтобы создать благоприятную среду для предпринимательства. Эти шесть направлений (параметров) работы по развитию предпринимательства – идентифицировать → обучить → наставничество (подключение к предпринимательской сети) → финансировать → поддерживать (стимулировать) → пропагандировать – являются ключевыми столпами сильной экосистемы. А участвовать в их реализации должны шесть участников: неправительственные организации (НПО), корпорации, фонды, правительство, академические институты и инвесторы. Кроме того, Koltai указывает на взаимосвязь всех элементов бизнес-экосистемы и подчеркивает, что для успешного развития предпринимательства необходимо, чтобы различные участники работали вместе, взаимно координируя свою деятельность. Также весьма важным, с нашей точки зрения, представляется утверждение Koltai о том, что ошибочно думать о всех предпринимателях как о изобретателях новых продуктов (инноваторах). По его мнению, только около 20 процентов предпринимателей являются новаторами в этом узком смысле. Восемьдесят процентов являются коммерциализаторами, которые выносят на рынок новые идеи. Таким образом, при реализации государственной политики в сфере предпринимательства необходимо сознательно проектировать экосистемы, которые помогают развиваться как инновационным, так и репликативным предпринимателям [17].

Методологический подход к анализу параметров региональных экосистем предпринимательства

Поскольку все экосистемы предпринимательства содержат множественные и взаимосвязанные компоненты, проектирование и

конструирование такой экосистемы подразумевают сбалансированный подход, где одинаковое внимание должно уделяться развитию всех элементов. Вместе с тем, как показывает практика, такой подход используется редко, поскольку у государства, как правило, ограничены ресурсы, которые необходимы для такой целенаправленной работы. В результате работа часто фокусируется на элементах экосистемы предпринимательства, которые являются относительно просты в реализации, например, такие как развитие инфраструктуры поддержки предпринимательства или реализация обучающих программ в сфере предпринимательства. Однако такие подходы редко приводят к значительной активизации предпринимательской деятельности ввиду того, что они, как правило, не устраняют основополагающие причины и факторы, сдерживающие развитие предпринимательства. Кроме того, как утверждает Isenberg, «многие правительства используют ошибочный подход к созданию экосистемы предпринимательства. Они преследуют некоторый недостижимый идеал экосистемы и ориентируются на экономику, которая совершенно не похожа на их модель экономики» [15]. Он подчеркивает, что, несмотря на то, что экосистема предпринимательства любой страны может быть сопоставлена с аналогичной экосистемой в другой стране, каждая экосистема остается уникальной, поскольку она является результатом взаимодействия сотен элементов в различных контекстуальных условиях.

В этой связи представляется, что каждая страна, каждый регион в процессе формирования экосистемы предпринимательства должны исследовать и учитывать свои специфические контекстуальные условия [8] во всем их многообразии, ориентироваться на свои сильные и слабые стороны и использовать проектные подходы, в основе которых лежит учет местных реалий.

В целом необходимо отметить, что в рамках экосистемного подхода к исследованию предпринимательства огромное значение приобретает учет влияния на развитие предпринимательских процессов конкретного пространственно-временного контекста во всем своем многообразии. Это очень важный

фактор, актуальность которого для нашего государства приобретает особую значимость, учитывая то, что регионы Российской Федерации отличаются друг от друга не только по экономическим, производственным, природно-ресурсным параметрам, но и зачастую имеют разную социокультурную и институциональную среду [3, 4], что уже само по себе предполагает наличие большого разнообразия контекстов. В этой связи представляется целесообразным отказ от «тиражирования» федеральных «рамочных образцов» в качестве матрицы для формирования региональных программ поддержки малого и среднего предпринимательства, поскольку такой подход не учитывает того разнообразия исходных условий и предпосылок, которое существует на уровне субъектов и муниципальных образований РФ [5]. Поэтому предпринимательство должно исследоваться в привязке к ре-

гиональному контексту. Именно поэтому мы предлагаем использовать экосистемный подход, прежде всего на региональном уровне.

По нашему мнению, региональную экосистему предпринимательства можно представить как совокупность взаимосвязанных субъектов предпринимательства (как потенциальных, так и существующих), среды их функционирования и взаимодействий между ними (системы обмена), определяющих степень генерации, развития и угасания предпринимательских процессов в локальной пространственной среде. Структурно региональная экосистема предпринимательства представляет собой совокупность взаимосвязанных шести доменов: социокультурный контекст, финансы, человеческий капитал, институциональный контекст, инфраструктура, рынок (рис. 1).



Рисунок 1. Совокупность доменов региональной экосистемы предпринимательства

При этом каждый домен включает в себя целую палитру элементов, активно взаимодействующих друг с другом и с элементами других доменов. В этой связи мы утверждаем,

что рост бизнес-активности в регионе определяется не просто степенью развития доменов предпринимательских экосистем, а прежде всего уровнем их комплементарности и

качеством организации взаимодействия между ними. Именно взаимодействие между доменами приводит к активизации предпринимательских процессов, под которыми нами понимается устойчивая, целенаправленная совокупность последовательно выполняемых экономическим агентом, самостоятельно или с привлечением иных экономических агентов, действий (работ), осуществляемых на инициативной и рискованной основе, которые по определенной технологии преобразуют входы (ресурсы) в выходы (продукцию, услуги) с целью получения предпринимательского дохода. Следовательно, экосистема предпринимательства будет успешно функционировать, если функционально ее домены будут синхронизованы. Наш подход основывается на работах D. Isenberg [15] и S. Koltai [17] и исходит из базового предположения, что ни один отдельный фактор не может стимулировать и поддерживать предпринимательство. Это подчеркивает важность учета ключевого и определяющего свойства предпринимательских экосистем – эмерджентности. Поэтому очень важно, чтобы домены экосистемы предпринимательства развивались комплексно и скоординировано. Только в этом случае можно рассчитывать на то, что экосистема в максимальной степени будет способствовать генерации и развитию предпринимательских процессов.

Далее в своем исследовании мы исходим из того, что у каждой экосистемы предпринимательства есть свои экономические агенты, заинтересованные в ее дальнейшем развитии, которых мы будем называть стейкхолдерами экосистемы. Стейкхолдеры играют важнейшую роль в развитии предпринимательских экосистем, при этом они могут быть не напрямую заинтересованы в развитии предпринимательства и росте деловой активности, а косвенно, путем заинтересованности в развитии соответствующего домена. Например, такой элемент региональной экосистемы предпринимательства, как образовательная система имеет огромный потенциал воздействия на предпринимательство, но до настоящего времени он не может реализоваться ввиду того, что стейкхолдеры не рассматривают предпринимательское образование как приоритет образовательной политики и, соответственно,

не предпринимают действий, позволяющих изменить сложившуюся ситуацию.

Таким образом, организация взаимодействия со стейкхолдерами экосистем становится ключевой задачей разработки и реализации государственной политики в сфере развития предпринимательства на региональном уровне. Как известно, глубина взаимодействия со стейкхолдерами экосистемы может варьироваться от небольшой связи до самой глубокой формы, участия, когда информация протекает в обоих направлениях. Глубокое вовлечение стейкхолдеров в развитие различных доменов предпринимательских экосистем будет способствовать многополярной координации и коллективному управлению, что, в свою очередь, может купировать возникновение потенциальных конфликтов, которые зачастую возникают из-за отсутствия взаимного доверия и неосведомленности сторон. Таким образом, глубокое вовлечение стейкхолдеров может преодолеть инерцию системы, позволяя им стать активными участниками управления экосистемами, тем самым способствуя снятию ограничений, препятствующих развитию предпринимательства.

В целом, необходимо понимать, что государственная экономическая политика должна быть ориентирована на вовлечение в процессы развития предпринимательства как можно большего числа стейкхолдеров экосистем ввиду того, что только сбалансированная и синхронная деятельность стейкхолдеров может принести ощутимый результат в работе по развитию бизнеса.

В конечном итоге, качество развития доменов экосистем и активность и скоординированность деятельности стейкхолдеров оказывают существенное влияние на способность региональной экосистемы предпринимательства реализовывать свои функции. При этом мы исходим из того, что региональная экосистема предпринимательства выполняет две важнейшие функции: ресурсно-регуляторную и социокультурную. Ресурсно-регуляторная функция экосистемы предпринимательства – это ее способность воздействовать на формирование и распределение материальных, финансовых, информационных потоков, а также условия доступа к ним (на реализацию этих функций влияет качество развития таких

элементов экосистем как формальные институты, инфраструктура, система поддержки, образование и т.д.). Социокультурная функция экосистемы предпринимательства – это способность воздействовать на модели взаимодействия (в том числе неформальные) между экономическими агентами в контуре экосистемы (на реализацию этих функций влияет качество развития таких элементов экосистем, как традиции, ценности, неформальные институты, социальный капитал и сети и т.д.). Соответственно, можно предположить, что

экосистема предпринимательства, способная на максимуме реализовывать эти функции, будет наиболее комфортной с точки зрения генерации и развития предпринимательских процессов в регионе. В этой связи мы предлагаем для классификации региональных экосистем предпринимательства использовать условную оценку степени реализации двух обозначенных функций на основе бальной оценки в диапазоне от 1 (минимальный уровень выполнения функций) до 10 баллов (максимальный уровень выполнения функций) (рис. 2).

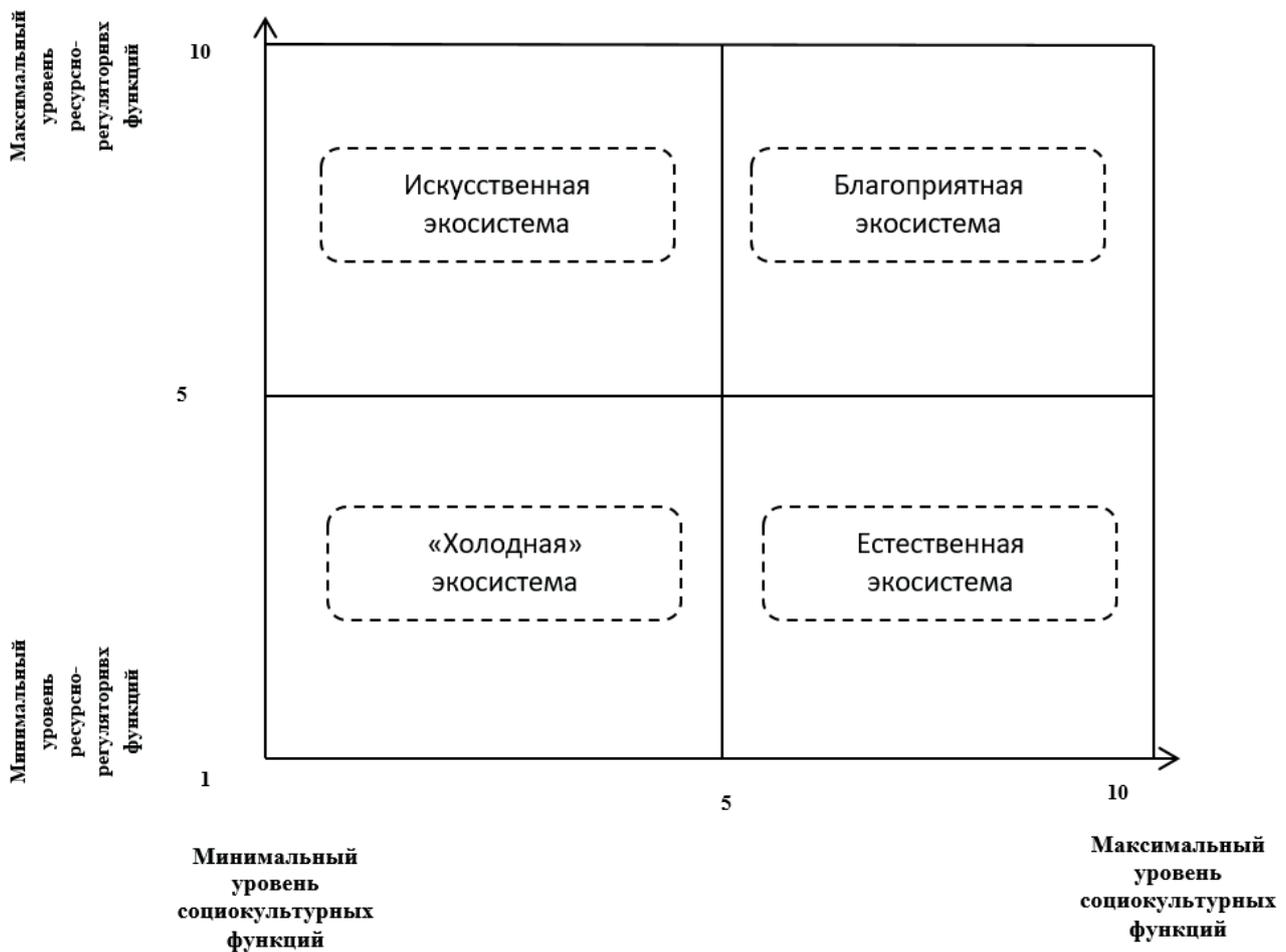


Рисунок 2. Типы региональных экосистем предпринимательства

По нашему мнению, в этом контексте можно говорить о четырех типах региональных экосистем, которые мы условно называем: «холодная» экосистема предпринимательства (диапазон качества выполнения ресурсно-регуляторных функций от 1 до 5 баллов, диапазон качества выполнения социокультурных функций от 1 до 5 баллов); искусственная

экосистема предпринимательства (диапазон качества выполнения ресурсно-регуляторных функций от 5 до 10 баллов, диапазон качества выполнения социокультурных функций от 1 до 5 баллов); естественная экосистема предпринимательства (диапазон качества выполнения ресурсно-регуляторных функций от 1 до 5 баллов, диапазон качества выполнения

социокультурных функций от 5 до 10 баллов) и благоприятная экосистема предпринимательства (диапазон качества выполнения ресурсно-регуляторных функций от 5 до 10 баллов, диапазон качества выполнения социокультурных функций от 5 до 10 баллов).

При этом определение уровней выполнения функций экосистемой может производиться как на основе экспертных оценок, так и с применением комплексного подхода, включающего в себя использование социологических (экспертных) опросов, статистических методов, а также инструментария эконометрического моделирования.

В целом, по нашему мнению, тип региональной экосистемы предпринимательства во многом определяет ее продуктивность, под которой мы понимаем прирост количества активных (осуществляющих хозяйственную деятельность) бизнес-структур в регионе за единицу времени. Например, по нашему мнению, в настоящее время максимальную продуктивность может обеспечивать искусственная экосистема предпринимательства, в которой весьма велика роль качества государственной политики в сфере предпринимательства. Однако при этом нужно понимать, что продуктивность экосистемы предпринимательства ограничивается ресурсной обеспеченностью предпринимательских процессов. Другими словами, можно сказать, что рост числа активно функционирующих в регионе бизнес-структур не может быть бесконечным, даже в условиях максимального уровня функциональности экосистемы, в том числе обеспеченной качественной и эффективной политикой органов региональной власти, что может быть подтверждено предлагаемой нами моделью.

Модель

В разработанной модели используются две переменные, для субъектов бизнеса и для органов региональной власти:

$E(t)$ – количество субъектов предпринимательства во время t

$G(t)$ – ресурсы органов власти, направляемые на формирование и поддержание благоприятной институциональной конфигурации экосистемы.

Предполагается, что в условиях увели-

чения количества субъектов бизнеса в определенном регионе, усиления конкуренции и физической ограниченности ресурсов, используемых в хозяйственной деятельности, величина реального дохода на один субъект бизнеса является убывающей функцией численности хозяйствующих субъектов:

$$\lambda(E) = f_1 \left(1 - \frac{E}{l}\right), \quad (1)$$

где λ – реальная норма дохода субъекта бизнеса; f_1 – динамика изменения средней нормы дохода при наличии ресурсных ограничений (отн. ед.); E – количество бизнес-структур (ед.); l – количество бизнес-структур, при котором $\lambda = 0$ (ед.).

Таким образом, для $E > l$ прибавочная доходность бизнес-структур отрицательная (уровень доходности совокупности бизнес-структур на территории ниже, чем необходимо для рентабельной деятельности бизнеса).

С учетом того, что в условиях благоприятной институциональной среды и имеющихся ресурсных ограничений увеличение числа бизнес-структур превышает ресурсы, необходимые для рентабельной хозяйственной деятельности бизнеса ($E' = wE$), и что удельная скорость роста количества бизнес-структур – линейная функция средней нормы реального дохода бизнеса ($w = f_2 \lambda(E)$), мы получаем логистическую модель прироста количества бизнес-структур:

$$E' = w_0 E \left(1 - \frac{E}{l}\right), \quad (2)$$

где $w_0 = f_1 f_2$, а f_2 – соответственно, показатель динамики изменения численности бизнес-структур в зависимости от состояния предпринимательской экосистемы (отн. ед.). В данном контексте параметр l можно рассматривать как показатель «бизнес-емкости» предпринимательской экосистемы. При этом под бизнес-емкостью предпринимательской экосистемы подразумевается показатель максимально возможного насыщения бизнес-структурами предпринимательской экосистемы региона, при котором всем субъектам предпринимательства обеспечивается режим достаточной рентабельности хозяйственной деятельности. Таким образом, при $E < l$ бизнес функционирует в режиме рентабельности (ресурсов, необходимых для прибыльной деятельности хозяйствующих

субъектов, достаточно, что позволяет организовываться и рентабельно функционировать новым субъектам бизнеса). В условиях, когда $E > l$, ресурсов для рентабельной деятельности всех бизнес-структур не хватает, происходит сокращение количества субъектов бизнеса.

Таким образом, при составлении дифференциального уравнения для ресурсов, направляемых органами власти на формирование и поддержание благоприятной предпринимательской экосистемы (G), необходимо отметить, что часть совокупного дохода бизнеса изымается государством в виде налоговых платежей (n), которая вычисляется по формуле:

$$n = f_3 \lambda (E)E, \quad (3)$$

где f_3 – доля реального дохода бизнес-структур, направляемая в бюджет в виде налоговых отчислений (отн. ед.). Расходы органов власти, направляемые на формирование благоприятной предпринимательской экосистемы, для простоты будут приниматься пропорциональными количеству бизнес-структур на территории. Данное предположение исходит из того, что с увеличением числа бизнес-структур соответственно растут расходы, связанные с формированием и поддержанием благоприятной предпринимательской экосистемы. Таким образом, для G мы получаем следующее уравнение:

$$G' = \lambda_0 E \left(1 - \frac{E}{l}\right) qE, \quad (4)$$

где λ_0 – ставка налогообложения доходов бизнес-структур с учетом налоговых льгот (отн. ед.); q – средние удельные расходы на поддержание благоприятной предпринимательской экосистемы в расчете на одну бизнес-структуру (стоим.ед.).

По нашему мнению, существует некое пороговое значение l_{max} , определяемое ресурсным потенциалом территории. Соответственно, можно сделать вывод, что доход от инвестиций в формирование и поддержание благоприятной предпринимательской экосистемы подчиняется закону уменьшающейся отдачи.

Таким образом, функцию $l(G)$ можно записать в следующем виде:

$$l(G) = l_0 \left(1 + s \frac{G}{g_0 + G}\right), \quad (5)$$

где l_0 – бизнес-емкость экосистемы предпри-

нимательства в условиях отсутствия необоснованного вне рыночного вмешательства со стороны органов государственной власти (развитие бизнеса на принципах либертарианской модели функционирования) (ед.); s – максимально возможный рост количества бизнес-структур, с положительной рентабельностью l при неограниченных ресурсах

$$\left(s = \frac{l_{max} - l_0}{l_0}\right)$$

(отн. ед.); g_0 – показатель, указывающий на то, как l зависит от G (относительный прирост l при увеличении G от нуля до g_0 составляет $s/2$).

Объединив вместе полученные уравнения, после некоторых упрощений мы получим параметральную модель развития экосистемы предпринимательства:

$$\begin{cases} E' = wE \left(1 - \frac{E}{l(G)}\right) \\ G' = E \left(1 - \frac{E}{l(G)}\right) lE, \\ l(G) = 1 + s \frac{G}{g_0 + G} \end{cases} \quad (6)$$

Предложенный инструментарий позволяет органам власти просчитывать параметры благоприятной предпринимательской экосистемы и на основе этого принимать рациональные управленческие решения, способствующие максимально долгому поддержанию комфортных условий для развития предпринимательства в регионе.

Выводы

Представленный в статье исследовательский подход позволяет предложить контуры методологического подхода к формированию и развитию региональных предпринимательских экосистем, способствующих росту бизнес-активности в регионах.

В рамках разработки методологического подхода к формированию и развитию региональных предпринимательских экосистем особое внимание должно уделяться следующим моментам:

1. Корректная идентификация доменов и элементов региональной предпринимательской экосистемы.

2. Установление всей совокупности связей между доменами и элементами региональной предпринимательской экосистемы и построение логики взаимодействия с точки зрения генерации предпринимательских процессов.

3. Корректная и максимально полная идентификация стейкхолдеров региональной предпринимательской экосистемы, заинтересованных как в развитии отдельных доменов экосистем, так и предпринимательской экосистемы в целом.

4. Обоснование системы мер, направленных на интеграцию интересов стейкхолдеров региональной предпринимательской экосистемы с точки зрения развития предпринимательства.

5. Разработка инструментария институциональной модернизации региональной экосистемы предпринимательства, способствующая активизации скоординированной деятельности стейкхолдеров.

Список литературы

1. Дорошенко С., Шеломенцев А. Предпринимательская экосистема в современных социоэкономических исследованиях // Журнал экономической теории. – 2017. – №4. – С. 212-221.

2. Маликов Р., Гришин К. Уровень административных барьеров как индикатор качества взаимодействия властных и предпринимательских структур // Вестник УГАЭС: Наука, образование, экономика: Научно-практический журнал. – 2013. – № 4(6). – С.55-65.

3. Маликов Р., Гришин К. Генерация зон положительных институциональных аттракторов в процессе институциональной реконфигурации региональной деловой среды // Общество и экономика. – 2017. – № 3-4. – С. 98-112.

4. Солодилова Н., Маликов Р., Гришин К. Региональная система предпринимательства: параметры развития и потенциал реконфигурации // Экономика региона. – 2017. – Т. 13. - Вып. 4. – С. 1107-1122. DOI 10.17059/2017-4-11.

5. Чепуренко А. Совмещающая универсальные концепции с национальной спецификой: поддержка малого и среднего предпринимательства // Вопросы государственного и муниципального управления. – 2017. – № 1. – С. 7-30.

6. Указ Президента Российской Федерации от 07.05.2018 г. № 204 О национальных целях и стратегических задачах развития Российской Федерации на период до 2024 года. URL:

В целом представляется, что разработка комплексной методологии проектирования благоприятной региональной экосистемы предпринимательства является важнейшей прикладной задачей и должна стать предметом дальнейших исследований региональных аспектов функционирования бизнес-общества.

Исследование выполнено при финансовой поддержке РФФИ и Академии наук Республики Башкортостан в рамках научного проекта № 18-410-020001 «Реконфигурация экосистемы предпринимательства как фактор повышения деловой и инвестиционной активности в регионе»

<http://www.kremlin.ru/acts/bank/43027>.

7. Acs Z.J., Audretsch D.B., Lehmann E.E., Licht G. National Systems of Entrepreneurship // Small Business Economics. – 2016. – Vol. 16. – № 4. – P. 527-535. DOI: 10.1007/s11187-016-9705-1.

8. Chepurenko A. Entrepreneurial Activity in Post-Socialist Countries: Methodology and Research Limitations // Foresight and STI Governance. – 2017. – Vol. 11. – № 3. – P. 11-24.

9. Den Harding E., Van Asseldonk T. Business Ecosystems: A research framework for investigating the relation between structure, firm strategy and the pattern of innovation diffusion // ECOON - European Chaos/Complexity in Organizations Network. – 2004. – 38 p.

10. Den Hartigh E., Tol M., Visscher W. The Health of a Business Ecosystem // ECOON - Annual Meeting Organizations as Chaotic Panaarchies. – 2006. – 39 p.

11. Freeman, John H. and Audia, Pino G., Community Ecology and the Sociology of Organizations. Annual Review of Sociology, – Vol. 32, August 2006. Available at SSRN. URL: <https://ssrn.com/abstract=1082494>

12. Galateanu E., Avasilcai S. Business ecosystem architecture // Annals of the Oradea University. – 2013. – Issue 1. – P. 79-84.

13. Gossain S., Kandiah G. Reinventing Value: The New Business Ecosystem. Strategy & Leadership. – 1998. – Vol. 26(5). – P. 28-33.

14. Iansiti M., Levien R. The keystone advantage: what the new dynamics of business

ecosystems mean for strategy, innovation, and sustainability// Harvard Business School Press. – 2004. – 282 p.

15. Isenberg D. The Entrepreneurship Ecosystem Strategy as a New Paradigm for Economic Policy: Principles for Cultivating Entrepreneurship. Babson Entrepreneurship Ecosystem Project. Dublin, from DanIsenberg 2011. URL: <http://entrepreneurial-revolution.com/2011/05/11/the-entrepreneurship-ecosystem-strategy-as-a-new-paradigm-for-economic-policy-principles-for-cultivating-entrepreneurship/>

16. Karhiniemi M. Creating and sustaining successful business ecosystems //Helsinki school of economics. – 2009. – 117 p.

17. Koltai S. Six + Six Model.2013. URL: <http://koltai.co/home/six-six> OECD

18. Lewin R.; Regine B. On the Edge in the World of Business. In Lewin, R. Complexity: Life at the Edge of Chaos// The University of Chicago Press. – 1999. – P. 197-211.

19. Mason C., Brown R. Entrepreneurial Ecosystems and Growth Oriented Entrepreneurship. TheHague, Netherlands. – 2014. – 38p.

20. Mercan B., Goktas D. Components of Innovation Ecosystems: A Cross-Country Study// International Research Journal of Finance and Economics, 2011. – № 76. – P. 102-112.

21. Moore J. Predators and prey: a new ecology of competition // Harvard Business Review. – 1993. – № 71. – P. 76-86.

22. Moore J. The Death of Competition: Leadership and Strategy In The Age of Business Ecosystems//Harper Business. 1996. URL: <http://herbrubenstein.com/articles/THE-DEATH-OF-COMPETITION.pdf>

23. Peltoniemi M., Vuori E. Business ecosystems as a tool for the conceptualization of the external diversity of an organization// Compexity, Science and Society Conference. – 2005. – 8p.

24. Power T., Jerjian G. Ecosystem: Living the 12 principles of networked business// Pearson Education Ltd. – 2001. – 392 p.

25. Spigel B. The Relational Organization of Entrepreneurial Ecosystems. Entrepreneurship Theory and Practice. – 2017. – №. 41 (1), – P. 49-72

26. Stam E. Entrepreneurial ecosystems and regional policy: a sympathetic critique. European Planning Studies. – 2015. – Vol. 23. – Issue 9. – P. 1759-1769.

References

1. Doroshenko S., Shelomentsev A. Entrepreneurial ecosystem in modern socioeconomic research // Journal of Economic Theory. – 2017. – № 4. – P. 212-221

2. Malikov R. Grishin K. The level of administrative barriers as an indicator of the quality of interaction between power and entrepreneurial structures // Vestnik USAES: Science, Education, Economics: Scientific and Practical Journal. – 2013. – № 4 (6). – P. 55-65.

3. Malikov R., Grishin K. Generation of zones of positive institutional attractors in the process of institutional reconfiguration of the regional business environment // Society and Economics. – 2017. – № 3-4. – P. 98-112.

4. Solodilova N., Malikov R., Grishin K. Regional Enterprise System: Development Parameters and Reconfiguration Potential // The Economy of the Region. – 2017. – Т. 13. – ed. 4. – P. 1107-1122 DOI 10.17059 / 2017-4-11.

5. Chepurenko A. Combining universal concepts with national specifics: supporting small and medium-sized enterprises // Issues of state and municipal management. – 2017. – № 1. – P. 7-30.

6. The Decree of the President of the Russian Federation No. 204 of May 7, 2018 On national goals and strategic tasks for the development of the Russian Federation for the period up to 2024. URL: <http://www.kremlin.ru/acts/bank/43027>

7. Acs Z.J., Audretsch D.B., Lehmann E.E., Licht G. National Systems of Entrepreneurship // Small Business Economics. – 2016. – Vol. 16. – № 4. – P. 527–535. DOI: 10.1007/s11187-016-9705-1.

8. Chepurenko A. Entrepreneurial Activity in Post-Socialist Countries: Methodology and Research Limitations// Foresight and STI Governance. – 2017., – Vol. 11. – № 3. – P. 11-24.

9. Den Harding E., Van Asseldonk T. Business Ecosystems: A research framework for investigating the relation between structure, firm strategy and the pattern of innovation diffusion // ECOON - European Chaos/Complexity in

Organizations Network. – 2004. – 38 p.

10. Den Hartigh E., Tol M., Visscher W. The Health of a Business Ecosystem // ECOON - Annual Meeting Organizations as Chaotic Panaarchies. – 2006. – 39 p.

11. Freeman, John H. and Audia, Pino G., Community Ecology and the Sociology of Organizations. Annual Review of Sociology, Vol. 32, August 2006. Available at SSRN: URL: <https://ssrn.com/abstract=1082494>

12. Galateanu E., Avasilcai S. Business ecosystem architecture // Annals of the Oradea University. – 2013. – Issue 1. – P. 79-84.

13. Gossain S., Kandiah G. Reinventing Value: The New Business Ecosystem. Strategy & Leadership. – 1998. – Vol. 26 (5). – P. 28-33.

14. Iansiti M., Levien R. The keystone advantage: what the new dynamics of business ecosystems mean for strategy, innovation, and sustainability// Harvard Business School Press. – 2004. – 282 p.

15. Isenberg D The Entrepreneurship Ecosystem Strategy as a New Paradigm for Economic Policy: Principles for Cultivating Entrepreneurship. Babson Entrepreneurship Ecosystem Project. Dublin, from DanIsenberg 2011. URL: <http://entrepreneurial-revolution.com/2011/05/11/the-entrepreneurship-ecosystem-strategy-as-a-new-paradigm-for-economic-policy-principles-for-cultivating-entrepreneurship/>

16. Karhiniemi M. Creating and sustaining successful business ecosystems //Helsinki school of economics. – 2009. – 117 p.

17. Koltai S. Six + Six Model.2013. URL: <http://koltai.co/home/six-six> OECD

18. Lewin R.; Regine B. On the Edge in the World of Business. In Lewin, R. Complexity: Life at the Edge of Chaos// The University of Chicago Press. – 1999. – P. 197-211.

19. Mason C., Brown R. Entrepreneurial Ecosystems and Growth Oriented Entrepreneurship. TheHague, Netherlands. – 2014., – 38 p.

20. Mercan B., Goktas D. Components of Innovation Ecosystems: A Cross-Country Study// International Research Journal of Finance and Economics, 2011. – № 76. – P. 102-112.

21. Moore J. Predators and prey: a new ecology of competition // Harvard Business Review. – 1993. – № 71. – P. 76-86.

22. Moore J. The Death of Competition: Leadership and Strategy In The Age of Business Ecosystems//Harper Business. 1996. URL:<http://herbrubenstein.com/articles/THE-DEATH-OF-COMPETITION.pdf>

23. Peltoniemi M., Vuori E. Business ecosystems as a tool for the conceptualization of the external diversity of an organization// Compexity, Science and Society Conference. – 2005. – 8 p.

24. Power T., Jerjian G. Ecosystem: Living the 12 principles of networked business// Pearson Education Ltd. – 2001. – 392 p.

25. Spigel B. The Relational Organization of Entrepreneurial Ecosystems. Entrepreneurship Theory and Practice. – 2017. – № 41 (1). – P. 49-72

26. Stam, E. Entrepreneurial ecosystems and regional policy: a sympathetic critique. European Planning Studies. - 2015. – Vol. 23. – Issue 9. – P. 1759-1769.



Гайшина Р.Р.
Gajšina R.R.

магистрант,

*Институт экономики и сервиса,
ФГБОУ ВО «Уфимский государственный
нефтяной технический университет»,
Российская Федерация, г. Уфа*



Ишмухаметов Э.М.
Ishmuhametov E.M.

магистрант,

*Институт экономики и сервиса,
ФГБОУ ВО «Уфимский государственный
нефтяной технический университет»,
Российская Федерация, г. Уфа*



Хусаева А.И.
Hisaeva A.I.

*кандидат экономических наук, доцент,
ФГБОУ ВО «Уфимский государственный
нефтяной технический университет»,
Российская Федерация, г. Уфа*



Салихова С.Ф.
Salihova S.F.

*кандидат экономических наук, доцент,
ФГБОУ ВО «Уфимский государственный
нефтяной технический университет»,
Российская Федерация, г. Уфа*

УДК 339.17

ОРГАНИЗАЦИОННО-ЭКОНОМИЧЕСКИЙ МЕХАНИЗМ РАЗВИТИЯ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА В ЭЛЕКТРОННОЙ СРЕДЕ

В данной статье рассматриваются основные и вспомогательные элементы организационно-экономического механизма развития бизнеса в интернет-пространстве – наиболее перспективной среде для создания и ведения предпринимательства в современных экономических условиях. Актуальность темы исследования обусловлена быстрым, прогрессивным развитием информационных технологий и электронной персональной техники, с использованием которых наблюдается стремительный рост участников электронной торговли в рамках глобальной сети.

Для создания целостной концепции использования организационно-экономического механизма развития бизнеса разработана методика внедрения веб-технологий в структуру частного хозяйствования. Основная цель методики заключается в определении алгоритма трансформации традиционного предпринимательства в инновационное, востребованное современным социумом. В статье раскрыта сущность таких понятий как «формат официального сайта», «интернет-магазин», «сайт услуг», «организационно-экономический механизм», которые отражают главным образом структуру электронной торговли. Приведённые факторы роста потребительского интереса к онлайн-покупкам объясняют растущую популярность исследуе-

мого вида хозяйственной деятельности. Повсеместная информатизация общества принуждает к прогрессу не только бизнес-сферу, но и государство, деятельность которого по определенным причинам не всегда ясна народонаселению.

Организационно-экономический механизм развития предпринимательства в глобальной сети позволяет конкретизировать функциональное назначение и специфику электронной торговли, построить четкий план действия для каждого элемента организационной структуры компании, определить основные ориентиры хозяйственной деятельности в Интернете и смоделировать этапы развития имеющихся бизнес-процессов. В качестве примера организационно-экономического механизма развития предпринимательства в статье приведена модель разработки сайта услуг как наиболее распространённого вида коммерческой практики: упорядочены и охарактеризованы элементы механизма, особое внимание уделено параметрам успешного внедрения бизнеса в электронно-сетевой формат и особенностям последующей работы в сети. На основе проведенных исследований сделаны выводы о необходимости использования интернет-ресурсов в качестве эффективного инструмента развития хозяйствования независимо от вида и рода деятельности компании.

Ключевые слова: предпринимательство, организационно-экономический механизм, веб-ресурсы, электронная коммерция, веб-сайт, интернет-магазин, сайт услуг, факторы успеха электронной торговли, структура электронного бизнеса, информационные технологии.

ORGANIZATION AND ECONOMIC MECHANISM OF ENTERPRISE DEVELOPMENT IN THE ELECTRONIC ENVIRONMENT

In this article examines the main and auxiliary elements of the organization and economic mechanism of business development of the Internet space - the most promising environment for creating and running business in the current economic condition. The relevance of the research topic is due to the rapid, progressive development of information technologies and electronic personal equipment, which use the growth of e-commerce participants within the global network.

To create a holistic concept of using the organizational and economic mechanism for business development, a methodology has been developed for introducing web technologies into the structure of private management. The main purpose of the methodology is to determine the algorithm for transforming traditional demand by modern society. The article reveals the essence of such concepts as «the format of the official website», «online store», «website services», «organizational and economic mechanism», which reflect mainly the structure of e-Commerce. These factors of growth of consumer interest in online shopping explain the growing popularity of the studied type of economic activity. The widespread informatization of society forces not only the business sphere, but also the state, whose activities are not always clear to the population for certain reasons.

The organizational and economic mechanism of business development in the global network allows specifying the functional purpose and specifics of e-Commerce, to build a clear action plan for each element of the organizational structure of the company, to determine the main guidelines of economic activity on the Internet and to simulate the stages of development of existing business processes. As an example of the organizational and economic mechanism of business development in the article shows the model of website development services as the most common type of commercial practice: ordered and characterized by the elements of the mechanism, special attention is paid to the parameters of the successful implementation of business in the electronic network format and the features of subsequent work in the network. On the basis of the conducted research conclusions about the need for the use of Internet resources as an effective tool for the development of management, regardless of the type and kind of activity of the company.

Keywords: business, organizational-economic mechanism, web-resources, website, online store, electronic commerce, website with services, success factors for electronic commerce, e-business structure, information technology.

Широкое распространение информационных технологий во всем мире и в частности в России обуславливает стремительный рост количества российских интернет-пользователей на отечественных и иностранных сетевых площадках. Веб-ресурсы, как инновационные

инструменты торговли, представляют особый интерес для предпринимателей в связи с имеющейся возможностью интеграции всех субъектов экономики в особую информационно-коммерческую среду. Не только частные, но и государственные предприятия под экспансивным влиянием информационного развития испытывают потребность в проектировании собственного хозяйствования на электронно-сетевой формат. Это вызвано не только последствиями всеобщей компьютеризации, но и индивидуальными предпочтениями людей, работающих и существующих в условиях современной экономики. Таким образом, проблема образования и устойчивого функционирования организационно-экономического механизма развития предпринимательства в электронной среде носит актуальный характер для экономической науки и хозяйственной практики в целом.

В настоящее время от использования или,

наоборот, игнорирования веб-ресурсов во многом зависит скорость и качество экономического роста и, следовательно, финансовый успех компании. Чтобы выдерживать конкуренцию со стороны поставщиков аналогичной продукции или услуг, предпринимателю необходимо адаптироваться к изменениям информационных технологий, то есть соответствовать господствующим тенденциям рынка, использовать электронные ресурсы в качестве эффективного инструмента продвижения хозяйствования. Первоначальным этапом внедрения веб-технологий в предпринимательство является выбор методики формирования электронного инструментария, который определяется исходя из наличия готового бизнес-проекта или же из фактически несуществующего, но проектируемого бизнес-плана, а также из финансового подспорья хозяйствования (рис. 1).



Рисунок 1. Методика внедрения электронных технологий в развитие предпринимательства

На определенном этапе внедрения электронных технологий в развитие собственного бизнеса перед субъектом хозяйствования встает задача создания официального сайта (главного информационного ресурса компании). Наличие в глобальной сети «фирмен-

ных» сайтов существенно облегчает поиск и фильтрацию сведений, необходимых интернет-пользователю как потенциальному клиенту. В зависимости от вида и масштаба предпринимательской деятельности официальные сайты могут создаваться в различных форма-

тах:

1. Интернет-магазин – для прямой продажи товаров от определенного бренда или от нескольких производителей. В том случае, если хозяйствование предполагает производство и/или сбыт продукции, то официальный сайт необходимо развивать в формате интернет-магазина, который помимо основной информации о деятельности компании, её истории и контактов имеет полноценный каталог товаров с подробным описанием, стоимостью, наличием. Интернет-витрина является электронным прототипом реального магазина, в котором осуществляются покупки в режиме реального времени.

2. Сайт услуг – информационная веб-страница о предоставляемых компанией услугах. Поскольку через Интернет невозможно (в большинстве случаев) оказать какую-либо услугу напрямую, создаются официальные сайты, рекламирующие данные услуги в формате информационной стены. То есть организация, занимающаяся оказанием юридических, медицинских, строительных и прочих услуг, переносит свой сервис на электронный формат с подробным описанием фирменной деятельности. Такой тип сайтов создается не для онлайн-продаж, а для привлечения пользователей к бренду и, соответственно, для расширения клиентской базы.

3. Лендинг (Landing Page) – веб-ресурс для продажи конкретного товара или услуги. В отличие от корпоративных сайтов, лендинги представляют собой одностраничный контент, максимально раскрывающий свойства и назначение определенного типа товара или услуги. Лендинги могут функционировать на базе официальных сайтов (для средних и крупных компаний) или являться самостоятельным информационным ресурсом (для малых фирм и индивидуальных предпринимателей).

4. Сайт-визитка – информационный веб-ресурс, содержащий данные об организации, частном лице, контактные сведения, прайс-листы для ознакомления пользователей с брендом/именем. В отличие от многофункциональных сайтов веб-визитка является бюджетным ресурсом для развития бизнеса в Интернете.

5. Веб-блог – интернет-журнал событий, предназначенный для регулярных текстовых и мультимедийных публикаций с открытым доступом для комментирования, обсуждения товара, услуги или иной размещаемой информации. Ведение блогов реализуется на базе отдельных сайтов либо в качестве официальной страницы компании или индивидуального предпринимателя. Веб-блог выполняет функции самопрезентации, взаимосвязи с клиентурой для объединения интересов, продвижения товаров и услуг.

6. Веб-форум – электронная платформа для общения между пользователями Интернета. Чаще всего форум является составным элементом брендового сайта, реже выступает в роли самостоятельного информационного ресурса. Цель официальных форумов состоит в объединении потенциальных и реальных клиентов для создания тем обсуждения товаров или услуг. Также на веб-форумах пользователи могут вступать в диалог с сотрудниками компании, задавать вопросы по интересующему материалу, отвечать на вопросы других пользователей форума и оставлять рекомендации.

В настоящее время электронный бизнес является одной из ключевых тенденций в развитии мировой экономики. В России, начиная с 2011 года и по сегодняшний день, число электронных сделок растет, количество интернет-магазинов увеличивается. По прогнозам исследовательского агентства Data Insight, на 2018 год ожидается прирост внутривосточных онлайн-продаж на 18 % (рис. 2). Это обуславливается несколькими факторами:

- рост численности и активности интернет-пользователей;
- легкий доступ к Интернету с любых гаджетов;
- стремление осуществления выгодных покупок;
- появление конкурентоспособных отечественных и зарубежных фирм, предлагающих качественные товары по оптимальным ценам;
- уникализация ассортимента;
- рост количества «экстремальных покупателей» (пользователи, стремящиеся приобретать товары разного назначения исключительно в онлайн-режиме). По оцен-

кам экспертов университета InSales, количество «экстремальных покупателей» в США

достигает 37 %, в России – 61 %.

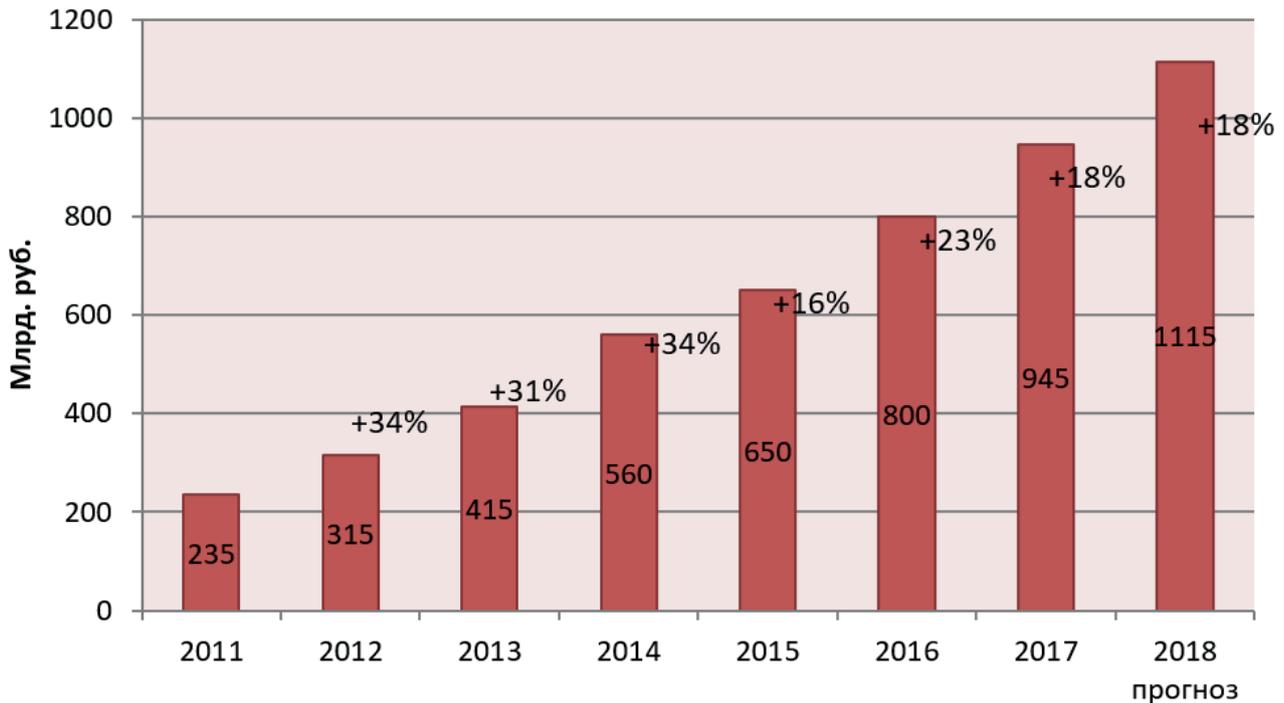


Рисунок 2. Динамика внутрисоссийских онлайн-продаж (материальные товары)

Вид предпринимательской деятельности является определяющим фактором при выборе формата официальной веб-страницы. В рамках интернет-магазина могут существовать как крупные сбытовые организации, так и малые предприниматели, если их главной бизнес-задачей является продажа материальной продукции. Для фирм, предоставляющих услуги, соответствует формат сайта услуг, который демонстрирует исключительно информационно-ознакомительный контент. В обоих случаях организационно-экономический механизм развития электронного бизнеса будет представлять совокупность инструментов воздействия на участников бизнес-процессов, гармонизирующую их экономические интересы и обеспечивающую качественное совершенствование предпринимательского потенциала субъектов хозяйствования. Целью механизма является создание дополнительных условий для развития предпринимательства путем использования электронных ресурсов в качестве элементов продвижения и интернет-пространства в качестве интегрированной торговой площадки. К субъектам организационно-экономического механизма

относятся: юридические лица (коммерческие предприятия, фирмы, компании), физические лица (частные предприниматели, потребители) и государство. Каждый из субъектов может быть наделен правами, как продавца, так и покупателя, в зависимости от типов их взаимодействия (рис. 3). Объектом механизма развития хозяйствования в электронной среде являются бизнес-процессы, осуществляемые в сети Интернет.

В рассматриваемом механизме необходимо конкретизировать его две основные составляющие:

- организационная – совокупность управленческих и координационных процедур, контролирующих полноту и качество проектирования ключевых и вспомогательных бизнес-процессов в веб-пространство, а также: организация работы официальных страниц в Интернете, обеспечение предоставления актуальной и достоверной информации о предпринимательской деятельности фирмы, настройка коммуникационных связей компании с потребителем, систематизирование методов продвижения бизнеса в Интернете согласно рекомендациям SMM-маркетинга, мотиваци-

онная поддержка сотрудников;

- экономическая – совокупность финансово-экономических операций, направленных на осуществление хозяйственной деятельности в рамках электронного пространства, а также: проведение экономического анализа интернет-рынка, распределение финансовых средств на создание и ведение рекламных веб-страниц, экономическая мотивация

сотрудников, упорядочение системы связей между субъектами электронно-торговых отношений.

Таким образом, преобразование предпринимательства с традиционного формата в электронный осуществляется путем объединения организационной и экономической составляющих.



Рисунок 3. Типы взаимодействия субъектов организационно-экономического механизма развития электронной торговли

Эффективное функционирование какой-либо компании происходит лишь при условии, что её модель внутреннего устройства обеспечивает успешное выполнение имеющихся бизнес-процессов. Аналогичное суждение можно принять и относительно веб-предпринимательства. Производительность интернет-магазинов, сайтов услуг и других информационно-торговых сетевых площадок зависит от разработанности организационно-экономического механизма, который имеет как общие, так и индивидуальные компоненты для каждого вида хозяйствования. Поскольку сфера услуг составляет в развитых странах основную часть экономики по числу занятого населения (более 60 %), сформируем модель организационно-экономиче-

ского механизма развития хозяйствования для сайта услуг (рис. 4).

Исходя из указанных выше определений, механизм развития и функционирования сайта услуг состоит из его субъекта – «организационные подразделения компании» и объекта – «бизнес-процессы». В зависимости от масштаба хозяйственной деятельности механизм может включать разное количество бизнес-процессов и регулирующих их организационных элементов соответственно. В основе сайта услуг лежит идея распространения актуальной информации о предоставлении компанией каких-либо услуг, вследствие чего отличительной чертой данной веб-страницы является её информативность, которая достигается усилиями веб-дизайнеров, специ-

алистами вёрстки, текстовыми редакторами (отдел продаж, маркетинговый и финансово-экономический отделы), а также экономико-ориентированными сотрудниками компании

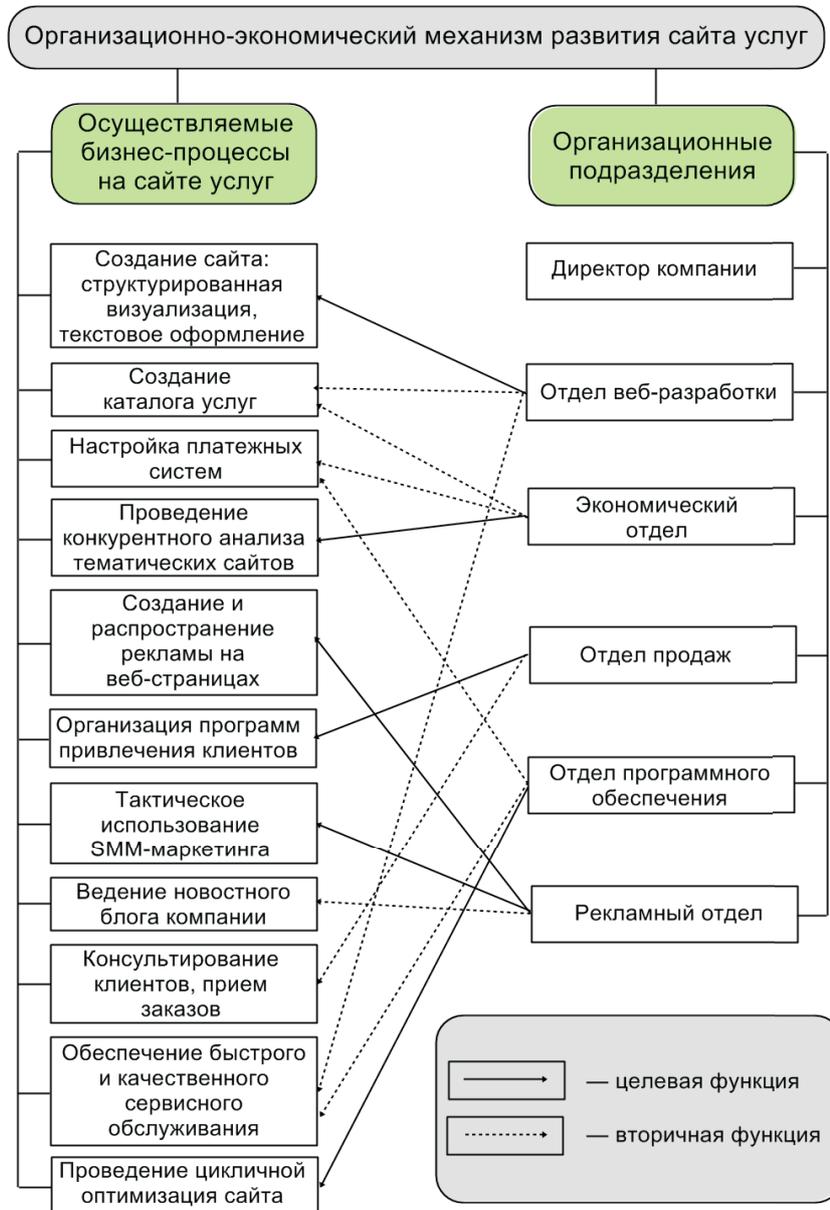


Рисунок 4. Рекомендуемый организационно-экономический механизм развития сайта услуг

Информативность сайта услуг достигается за счет его текстового (статейного) наполнения и визуализации контента. Данные процессы должны дополнять друг друга: информацию о какой-либо услуге необходимо сопровождать фото- и видео-обзором рабочих процессов. Таким образом, электронный каталог услуг, новостной блог и контактные данные, опубликованные в медиа-формате, позволят повысить интерес пользователей Интернета даже к малоизвестной компании и

её деятельности.

Коммерческий успех и популярность веб-сайта, а также уровень востребованности предлагаемых на нём услуг зависят от следующих факторов:

- систематического обновления основной информации о текущей деятельности предприятия;
- публикации графического и мультимедийного контента, описывающего объект предпринимательской деятельности;

- развитого коммуникационного сервиса с открытым доступом для взаимосвязи пользователей и модераторов (форумы, страницы для отзывов, рекомендаций, комментариев);

- оптимального коммерческого предложения, способного привлечь потенциальных клиентов к покупке услуги;

- социальной активности компании в сети Интернет для поддержания имиджа и репутации, повышения конкурентоспособности, само продвижения на сторонних, тематических сайтах;

- качества используемой веб-рекламы, способов продвижения услуг в социальных сетях;

- рационального соотношения качества и цены предлагаемых услуг.

Во многом эффективность перечисленных бизнес-процессов определяется сплоченной работой организационной структуры предприятия, которая имеет прямое воздействие на темпы и качество развития сайтов.

На основе проведенных исследований можно сделать следующие выводы:

1. Активное использование интернет-технологий в качестве инструментария развития

предпринимательства способствует быстрому вхождению на рынок объекта хозяйственной деятельности.

2. Организационно-экономический механизм совершенствования бизнес-проекта в рамках интернет-пространства позволяет систематизировать процессы становления и развития предпринимательства в электронной среде.

3. В связи с ростом числа пользователей глобальной сети повышается потребность в проекции бизнеса традиционного формата в электронный, характеризующийся низким «порогом входа», высоким уровнем скорости распространения информации, возможностью выделения целевой аудитории для узкопрофильных организаций, отсутствием территориальных барьеров, интерактивностью и динамичностью.

4. Для заявления компании на рынке посредством электронных технологий необходимо создание официальных веб-страниц различных медиа-форматов, наиболее подходящих под специализацию данного предприятия.

5. Вирин Ф. Интернет-торговля в России. Ожидания от 2018 [Электронный ресурс] // Режим доступа: <http://datainsight.ru/ecommerce2018> (дата обращения: 11.07.2018).

6. Сидорова О.В. Виды и организационные модели электронной коммерции // Креативная экономика. – 2012. – Т. 6. – № 1. – С. 95-100.

7. Валигурский Д.И. Организация предпринимательской деятельности: Учебник // Д.И. Валигурский. – 3-е изд. – М.: Дашков и К. – 2012. – 520 с.

8. Шемет А. Д. Формы электронной коммерции и её место в системе цифровой экономики // Наука и прогресс транспорта. Вестник Днепропетровского национального университета железнодорожного транспорта. – 2012. – № 41. – С. 311-315.

9. Ольшанский А.В. Использование электронной коммерции в современных условиях развития отечественных компаний // Научный результат. Серия «Технологии бизнеса и сервиса». – 2014. – № 1. – С. 80-88.

Список литературы

1. Сидорова О.В. Электронная коммерция как новая форма организации экономической деятельности // Креативная экономика. – 2011. – Т. 5. – № 9. – С. 63-68.

2. Шишкин Д.Г. Сущность организационно-экономического механизма развития предпринимательских структур // Российское предпринимательство. – 2013. – Т. 14. – № 2. – С. 27-33.

3. Бухтиярова Т.И., Дубынина А.В., Демьянов Д.Г. Элементы организационно-экономического механизма развития малого и среднего предпринимательства // Региональная экономика: теория и практика. – 2014. – № 35. – С. 2-14.

4. Мошкин И. Электронный бизнес. Факторы социально-экономического развития в информационной экономике // И. Мошкин. — Saarbrücken: LAP LAMBERT Academic Publishing GmbH & Co. KG, 2011. – 204 с.

References

1. Sidorova O.V. E-commerce as a new form of organization of economic activity // *Creative economics*. – 2011. – Volume 5. – No. 9. – P. 63-68.
2. Shishkin D.G. The essence of the organizational and economic mechanism of development of entrepreneurial structures // *Journal of Russian Entrepreneurship*. – 2013. – Volume 14. – № 2. – P. 27-33.
3. Bukhtiyarova T.I., Dubynina A.V., Demyanov D.G. Elements of the organizational and economic mechanism for the development of small and medium-sized enterprises // *Regional economy: theory and practice*. – 2014. – № 35. – P. 2-14.
4. Moshkin I. Electronic business. Factors of socio-economic development in the information economy // I. Moshkin. – Saarbrücken: LAP LAMBERT Academic Publishing GmbH & Co. KG KG, 2011. – 204 p.
5. Virin F. Internet Commerce in Russia. Expectations from 2018 [Electronic resource] // Access mode: <http://datainsight.ru/e-commerce2018> (reference date: 11.07.2018).
6. Sidorova O.V. Kinds and organizational models of electronic commerce // *the Creative economy*. – 2012. – Volume 6. – No. 1. – P. 95-100.
7. Valigursky D.I. Organization of entrepreneurial activities: Textbook // D. The Valigursky. – M.: Dashkov and K. – 2012. – 520 p.
8. Shemet A.D. Forms of electronic commerce and its place in the system of digital economy // *Science and progress of transport. Bulletin of the Dnepropetrovsk National University of Railway Transport*. – 2012. – № 41. – P. 311–315.
9. Olshansky A.V. The use of e-commerce in modern conditions for the development of domestic companies // *Scientific Result. Series «Technologies of business and service»*. – 2014. – № 1. – P. 80-88.



Каюмова Р.Ф.
Kayumova R.F.

кандидат технических наук, доцент кафедры «Технология и конструирование одежды», ФГБОУ ВО «Уфимский государственный нефтяной технический университет», г. Уфа, Российская Федерация



Гирфанова Л.Р.
Girfanova L.R.

кандидат технических наук, доцент кафедры «Технология и конструирование одежды», ФГБОУ ВО «Уфимский государственный нефтяной технический университет», г. Уфа, Российская Федерация



Андреанова О.Р.
Andrianova O.R.

доцент кафедры «Технология и конструирование одежды», ФГБОУ ВО «Уфимский государственный нефтяной технический университет», г. Уфа, Российская Федерация



Иванова К.Д.
Ivanova K.D.

Бакалавр кафедры «Технология и конструирование одежды», ФГБОУ ВО «Уфимский государственный нефтяной технический университет», г. Уфа, Российская Федерация

УДК 646.7

ИННОВАЦИОННЫЕ ПОДХОДЫ К РАБОТЕ С КЛИЕНТАМИ НА МАЛЫХ ПРЕДПРИЯТИЯХ ИНДУСТРИИ КРАСОТЫ

Статья посвящена проблеме развития рынка парикмахерских услуг на предприятиях индустрии красоты. Определяющим фактором для привлечения новых заказчиков и формирования постоянного контингента клиентов является персонализация услуг. Исследование регионального рынка услуг в области индустрии моды и красоты показало их востребованность и наличие некоторых проблем, связанных именно с персонализацией таких услуг. Создаваемые на всех предприятиях клиентские базы позволяют только накапливать сведения о клиентах и используются для заполнения отчетностей и рассылки рекламной информации, но каким образом не используется непосредственно в процессе предоставления услуги. Обеспечить индивидуальный подход к каждому клиенту, доступность и высокое качество работы с заказчиками может информатизация услуг салонов красоты, для реализации которой достаточно дополнить клиентские базы фото и антропометрическими данными клиентов. На фоне расширения перечня и повышения доступности программных продуктов для 3D анимации, стоит задача по их рациональному использованию для создания образов конкретных клиентов силами специалистов салонов красоты. Авторами предлагается алгоритм использования программных продуктов, основой которых будет накопление, систематизация и актуализация

вариантов персональных решений по подбору имиджа, в частности, прически, что позволит создать единое информационное пространство моделирования результата услуги. В результате анализа соотношения цена-возможности, предложено использовать три программных продукта: Blander – непосредственно для создания новой прически; DAZ Studio – для просмотра результата на манекене; iClone – для визуализации результата услуги на аватаре, максимально приближенном внешне к характеристикам заказчика. Предоставление новых возможностей по предварительной оценке результата будущей услуги не влияет на общее время ее оказания для клиента, увеличиваются затраты времени только самого предприятия, что приведет к увеличению стоимости услуги. Такая информатизация услуг позволяет привлекать к решению задач удаленных специалистов из любой точки мира, а клиенту оперативно и наглядно получать информацию по вариантам своего имиджа, что, несомненно, повысит конкурентоспособность таких салонов красоты и парикмахерских.

Ключевые слова: парикмахерские услуги, предприятия индустрии красоты, персонализация услуг, инновационные подходы к работе с клиентами, информатизация услуг, 3D-моделирование, дизайн причесок, дистанционные услуги.

INNOVATIVE APPROACHES TO WORK WITH CUSTOMERS AT SMALL ENTERPRISES OF THE BEAUTY INDUSTRY

Article is devoted to a problem of development of the market of hairdresser's services at the enterprises of the industry of beauty. The defining factor for involvement of new customers and formation of the constant contingent of clients is personalisation of services. The research of the regional market of services in the field of the industry of fashion and beauty showed their demand and existence of some problems connected with personalisation of such services. The client bases created at all enterprises allow to accumulate only the information about clients and are used for filling of otchetnost and mailing of an advertisement, but in no way is not used directly in the course of providing service. To provide individual approach to each client, availability and high quality of work with customers can informatization of services of beauty shops for which realization it is enough to add client bases with a photo and anthropometrical data of clients. Against the background of extension of the list and increase in availability of software products to 3D animation, there is a task of their rational use for creation of images of specific clients by forces of specialists of beauty shops. Authors offer an algorithm of use of software products which basis will be an accumulation, systematization and updating of versions of personal decisions on selection of image, in particular, of a hairstyle that allows to create a common information space of modeling of result of service. As a result of the analysis of a ratio the price opportunity, it is offered to use three software products: Blander – directly for creation of a new hairstyle; DAZ Studio – for viewing of result on a dummy; iClone – for visualization of result of service on the avatar as close as possible externally to characteristics of the customer. Granting new opportunities for preliminary estimate of result of future service does not influence the general time of its rendering for the client, expenses of time only of the enterprise increase that will lead to increase in cost of service. Such informatization of services allows to attract to the solution of tasks of removed experts from any point of the world, and to the client quickly and visually to obtain information on options of the image that, undoubtedly, increases competitiveness of such beauty shops and hairdressing salons.

Keyword: hairdressing services, enterprises of the industry of beauty, personalization of services, innovative approaches to working with clients, information services, 3D modeling.

Ассортимент услуг, предлагаемых в салонах красоты, постоянно расширяется. Одними из самых востребованных видов услуг были и остаются стрижки. Стрижки – это, как известно, один из способов отражения внутреннего мира человека, его стремлений и настроения. Женские стрижки бывают каскадные, ступенчатые, ассиметричные, многоуровневые,

подчеркивающие геометрию лица, есть также варианты стрижек с сильно смещенным пробором, с «рваными» краями и т.д. Мужчины сегодня стараются не отставать от женщин в плане эксклюзивности своего внешнего облика. Классическая мужская стрижка, как правило, выбор делового человека, для которого важны такие качества, как легкость в уходе

и элегантный внешний вид. Если говорить о креативных направлениях, то здесь лидируют стрижки с густыми челками, растрепанными или длинными волосами с каскадом, с ассиметричной прической. Разнообразны и стрижки для детей, которые должны украшать ребёнка, не мешая при этом ему вести активный образ жизни [1].

Согласно последним статистическим данным, в городе Уфа 999 салонов красоты и СПА [2]. Перечень услуг, предлагаемых парикмахерскими, разнообразен. Это стрижки, наращивание волос, химическая завивка, химическое выпрямление волос, плетение дредов, косичек, различные виды окрашивания, массаж головы и т.д.

Учитывая востребованность этого вида услуг, салоны красоты активизируют свою работу с заказчиками, создают базу данных, но, как показали предварительные исследования, в основном, чтобы донести информацию о салоне, скидках, акциях или поздравить с днём рождения. Определяющим фактором для привлечения новых заказчиков и формирования постоянных клиентов становится персонализация услуг. Её можно обеспечить путём формирования постоянной клиентской базы [3; С. 266]. Постоянно действующая клиентская база, в свою очередь, позволяет дифференцировать заказчиков, облегчает процесс реализации на предприятии клиентоориентированной политики и оценки лояльности клиентов [4; С. 83]. Высокая конкуренция среди предприятий индустрии красоты вынуждает искать новые инновационные подходы к работе с заказчиками.

Очевидно, что назрела необходимость в информатизации услуг салонов красоты, основой которых будет накопление, систематизация и актуализация вариантов персональных решений и модных тенденций. Необходимо отметить, что еще не существует полноценных систем автоматизированного проектирования в индустрии красоты, позволяющих создавать как отдельные элементы имиджа, так и образ в целом [5]. В вопросах создания образа более развитым является направление, связанное с проектированием одежды и предметов гардероба [6]. Современный рынок

информационных продуктов предоставляет специалистам возможность моделировать в цифровой среде с получением конечного результата оказания услуги в различных приложениях компьютерной 3D-графики, предназначенной для анимации. С точки зрения разработки новых причёсок и модификации уже существующих, удобной представляется, например, Blander – программа для выполнения профессиональной трехмерной анимации [7]. В этом программном продукте имеются все необходимые инструменты для разработки причёски, макияжа и даже костюма, что позволяет получить завершённый образ клиента без экспериментов на человеке и применения дорогостоящих макетов. Несмотря на удобство разработки имиджа, эта программа не обладает достаточным набором инструментов для просмотра результата в комфортном режиме, поэтому полученный файл можно загрузить в DAZ Studio [8], имеющий упрощённый интерфейс для просмотра и редактирования объектов, а также совмещения различных элементов. Экспортированный файл сохраняется в библиотеке и после загрузки программы может быть «одет» на аватар, что позволяет только оценить качество выполнения причёски. На этом этапе нет возможности оценить соответствие созданной модели конкретному заказчику.

Следующая важная деталь предоставления услуги – это адресность, поэтому в программу iClone [9] загружаются все разработки элементов имиджа клиента и фотография его лица, которая подвергается специальной обработке для внедрения в существующую в программе модель человека. Фото клиента выполняется с соблюдением некоторых условий – симметричность, максимально убранные волосы, желательно без украшений и макияжа. Это фото «натягивают» на подходящую модель головы, не допуская искажений. Именно в этой программе имеется возможность продемонстрировать клиенту предполагаемый результат на 3D-модели, наиболее приближённой внешне к нему. Программа позволяет рассмотреть результат со всех сторон и даже «примерить» с различными видами одежды.

Таким образом, совместное последователь-

ное использование перечисленных программных продуктов позволяет создать единое информационное пространство моделирования результата услуги (рисунок 1), что повышает качество взаимодействия с клиентом и вероятность удовлетворенности услугой, а специалистам отрасли предоставляет возможности

для реализации своего творческого потенциала независимо от разделяющих их расстояний. В этом случае достаточно оформить свои трудовые отношения [10] с салоном красоты, использующим авторские наработки специалиста.

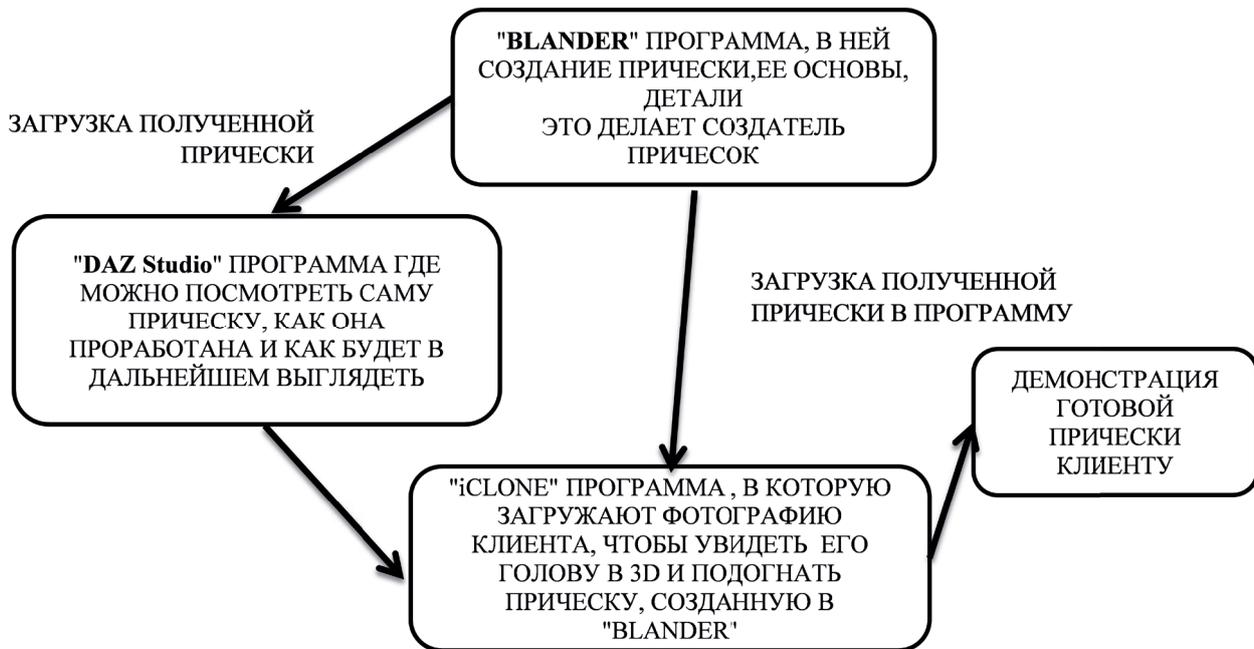


Рисунок 1. Обобщенная модель взаимодействия программ в процессе создания имиджа

Основой такой информатизации услуг является создание двух баз данных:

- с образами и характеристиками клиентов, защищенными в соответствии с законодательством [11];

- с созданными образами и модными тенденциями, которые могут пополняться различными способами, как в результате работы специалистов салона, так и на основе общедоступной информации или созданными сторонними специалистами по заказу салона.

Для реализации персонализированной услуги по подбору причесок специалист должен придерживаться следующей последовательности:

- 1) создать прическу и ее вариации в программе Blander, которая позволяет менять линии, контуры, длину, смешивать цвета для нее, рисовать прическу с фотографии;

- 2) загрузить полученные модели в DAZ

Studio для их анализа. Небольшие дефекты возможно устранить сразу, а при наличии существенных дефектов необходимо устранить их в программе Blander, а затем снова загрузить полученный результат в DAZ Studio;

- 3) проверенные модели причесок загрузить в программу iClone;

- 4) загрузить в программу iClone фото клиента и «натянуть» его на подходящий аватар из базы программы;

- 5) вызвать из базы причесок сделанную ранее модель и задать ее для аватара, подготовленного для клиента;

- 6) оценить самостоятельно и с клиентом соответствие результата заказу;

При последовательном выполнении алгоритма, приведенного выше, можно получить достаточно реалистичное представление о проектируемой прическе (рис. 2).

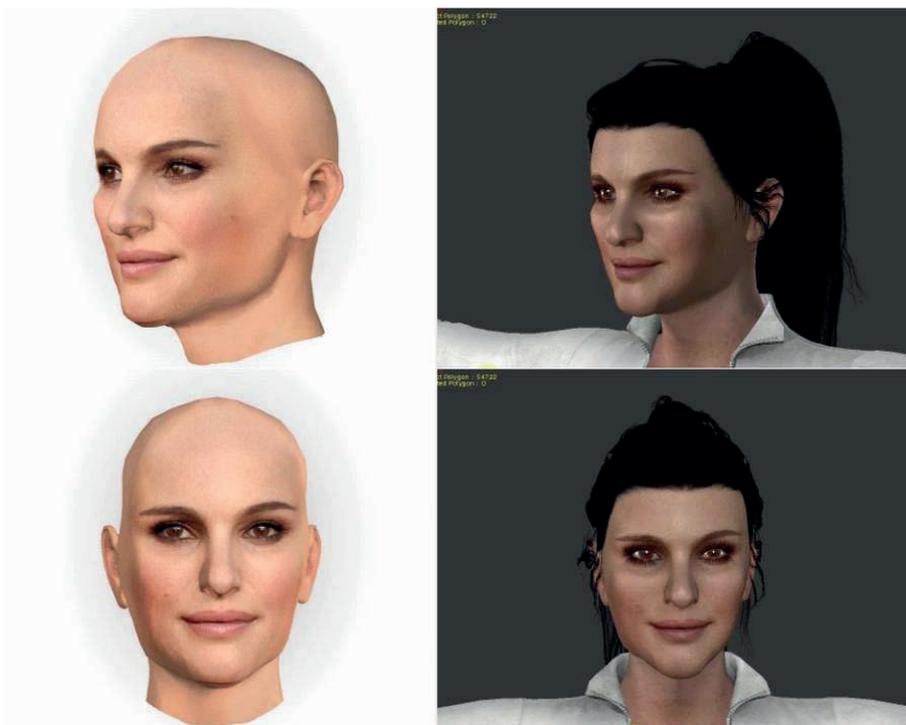


Рисунок 2. Результат выполнения алгоритма

Автоматизация предоставления услуг по созданию образа и прически в частности лежит в настоящий момент в плоскости налаживания взаимодействия нескольких базовых программных продуктов для 3D-анимации и создания системы последовательных диалоговых окон, позволяющих как специалисту, так и самому клиенту работать с базами и подбирать компоненты образа. Такой подход к инновационному развитию сферы услуг делает их доступными для всех категорий населения, позволяет без личного посещения салона красоты принять решение о целесообразности смены образа, «примерить» понравивши-

еся варианты на себя без ущерба внешнему виду. Для специалистов отрасли открываются возможности обмена коллекциями и опытом независимо от разделяющих их расстояний и физических возможностей. Следует также отметить, что существующие на рынке анимации программные продукты позволяют не ограничиваться прической – можно создать полноценный образ с различными вариантами макияжа, гардероба клиента. Разработчики систем автоматизированного проектирования одежды активно переходят на форматы, совместимые с используемыми в анимации программными продуктами.

Список литературы

1. Парикмахерские города Уфы с адресами, отзывами и фото [Электронный ресурс] – URL /<https://ufa.zoon.ru/beauty/type/strizhki/> (дата доступа 18.02.2018)
2. Парикмахерские услуги в Уфе [Электронный ресурс] – URL /http://ufa.beauty.firmika.ru/_parikmaherskaya/ (дата доступа 18.02.2018)
3. Каюмова Р.Ф. Формирование ассортиментной политики предприятий индустрии моды в Республике Башкортостан // Дизайн и технологии. – 2011. – № 26 (68). – С. 75-80.

4. Каюмова Р.Ф. Формирование постоянной клиентской базы на малых предприятиях индустрии моды Республики Башкортостан // Дизайн и технологии. – 2015. – № 46 (88). – С. 82-86.
5. Гирфанова Л.Р. Системы автоматизированного проектирования изделий и процессов: учебное пособие [Электронный ресурс]. – Саратов: Ай Пи Эр Медиа, 2018. – 156 с. – Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/70279.html>. – ЭБС «IPRbooks»
6. Андреева М. Инновационная технология рекламы новых коллекций одежды и ткани в сети интернет // Швейная промышленность.

– 2008. – № 3. – С. 19-20.

7. Официальный сайт разработчика программы Blender [Электронный ресурс] <https://www.blender.org/>

8. Официальный сайт разработчика программы DAZStudio [Электронный ресурс] <https://www.daz3d.com/>

9. Официальный сайт разработчика программы IClone [Электронный ресурс] <https://www.reallusion.com/iclone/>

10. Гирфанова Л.Р., Тарадонов С.В. Сравнительно-правовой анализ договоров на научные, опытно-конструкторские и технологические работы с договором подряда // Научно-методический электронный журнал Концепт. – 2016. – Т. 11. – С. 2361-2365.

11. Федеральный закон «О персональных данных» от 27.07.2006 № 152-ФЗ.

References

1. Barbers of the city of Ufa with addresses, reviews and photos [Electronic resource] – Access Mode: <https://ufa.zoon.ru/beauty/type/strizhki/> (accessed 18.02.2018)

2. Hairdressing services in Ufa [Electronic resource] – Access Mode: http://ufa.beauty.firmika.ru/_parikmaherskaya/ (accessed 18.02.2018)

3. Kayumova R.F. Socially-oriented marketing for small businesses in the fashion industry // Innovative development of modern science. Collection of articles of the international scientific-practical conference. – Part 1. – January 31. – 2014. – in 9 parts. – Ufa: RITS Bashgu. – 2014. – Part 1. – P. 265-267.

4. Kayumova R.F. The formation of customer-oriented policy at the enterprises of the fashion industry // Collection of scientific papers on materials of International correspondence scientific-practical conference «Science, education, society; trends and prospects». – Part 3. – (3.02.2014) in 7 parts. – М.: ООО art-KONSALT, М. 2014. – P. 72-73.

5. Girfanova L.R. systems of automated design of products and processes: tutorial [Electronic resource]. Saratov: AI PI Er Media, 2018. – 156 p.– Mode of access: <http://www.iprbookshop.ru/70279.html>.– ABS «IPRbooks»

6. Andreeva M. Innovative technology of advertising new collections of clothing and fabric on the Internet // Clothing industry. – 2008. – № 3. – P. 19-20

7. The official website of the developer of the program Blender [Electronic resource] <https://www.blender.org/>

8. Official website of the developer of the program DAZStudio [Electronic resource] <https://www.daz3d.com/>

9. The official website of the developer of the program IClone [Electronic resource] <https://www.reallusion.com/iclone/>

10. Girfanova L.R., Taradonov S.V. Comparative and legal analysis of contracts for scientific, developmental and technological works with the turnkey contract // Scientific and methodical Concept online magazine. – 2016. – Т. 11. – P. 2361-2365

11. Federal law «About Personal Data» from 7/27/2006 № 152-FL



Шестакович А.Г.

Shestakovich A.G.

кандидат экономических наук, доцент кафедры

«Проектный менеджмент и экономика предпринимательства»,

ФГБОУ ВО «Уфимский государственный нефтяной
технический университет»,

г. Уфа, Российская Федерация

УДК 330.3

МЕТОДОЛОГИЯ ИССЛЕДОВАНИЯ РЕНТООРИЕНТИРОВАННОГО ПОВЕДЕНИЯ

В статье представлены методологические подходы к исследованию рентоориентированного поведения как одного из главных барьеров, препятствующих формированию менталитета инновационного предпринимателя среди отечественных бизнесменов. Менталитет, наряду с другими неформальными институтами, в свою очередь определяет качество и уровень развития человеческого капитала, а вместе с тем и конкурентоспособность страны. Целью статьи выступила теоретическая отработка научного понятия «рентоориентированность», а также факторов, ее определяющих. В связи с этим необходимо было обратиться к трудам таких зарубежных ученых как А. Крюгер, Г. Таллок, которые стояли у истоков исследования данной проблематики и ввели понятие «рентоориентированное поведение»; Р. Познер, Д. Демирбас, Дж. Бьюкенен (введено понятие «политическая рента»), У.Л. Нисканен (введено понятие «бюрократическая рента»), Д. Аджемоглу, Дж. Робинсон и др. Помимо зарубежных источников в исследовании использованы труды российских ученых, среди которых Р. Нуреев, А. Заостровцев, Л. Полищук и др. Гипотеза исследования заключается в том, что процесс развития инновационной экономики с соответствующим ей предпринимательством в России тормозится ввиду отсутствия должного внимания наличию такой неэффективной неформальной нормы, как стремление к ренте, а также наличию институтов, способствующих ее развитию. В ходе исследования выявлен метод количественной оценки масштабов развития рентоориентированности, а также выделены основные исторически сложившиеся базовые институты, способствующие реализации эффективных характеристик личностного компонента предпринимательства в развитых странах, и препятствующие развитию человеческих ресурсов и экономики в целом в России. В дальнейшем результаты исследования взаимосвязи институционального устройства и рентоориентированности, представленные в данной статье, позволят выработать меры по нивелированию такого рода поведения отдельных индивидов. Подробный анализ методологии исследования проблемы поиска ренты может служить основой в исследованиях оценки реальных масштабов потерь общества в отечественной экономике.

Ключевые слова: рентоориентированное поведение, институты, инновационное предпринимательство, развитие, инновации, рента, личностный компонент, экономика, система

THE METHODOLOGY FOR STUDYING RENT-SEEKING BEHAVIOR

The article considers the methodological approaches to study of rent-seeking behavior, as one of the main setback prevented to formation of the mindset of an innovative entrepreneur among domestic businessmen. The mentality, along with other informal norms of the individual, in turn, determines the quality and level of human capital development, and at the same time the country's competitiveness. The purpose of the article is the theoretical development of scientific concept «rent-seeking», as well as the factors determining it. In this regard, it was necessary to turn to the works of such foreign scientists as A. Kruger, G. Tullock, who were at the origin of the concept of «Rent-seeking behavior»; R. Posner, D. Demirbas, J. Buckenen (the term «Political Rent» was introduced), U.L. Niskanen (the term «Bureaucratic rent» was introduced), D. Ajemoglu, J. Robinson, and others. Besides foreign sources, the study also involved the works of Russian scientists, including R. Nureyev, A. Zaostrovsev, L. Polishchuk and others. The hypothesis of research is that the process of development of the innovative economy with its corresponding entrepreneurship in Russia is being

hampered by the lack of necessary attention to the existence of an ineffective informal norm such as the rent-seeking; and also because of the institutions that contribute to the development of this informal norm. The study revealed a method of quantitative assessment of the scale of rent orientation development; the study also highlighted the main historically established basic institutions that contribute to realization of the effective characteristics of the personal component of entrepreneurship in developed countries and its being prevented to development of human resources and of the economy as a whole in Russia. In the future, research results of relationship of institutional arrangement and rent-seeking which presented in this article makes possible to devise the measures for leveling of such behavior of individuals. The detailed analysis of the methodology of research the problem of rent-seeking could serve as a basis in assessing the real scale of society's losses in the domestic economy.

Keywords: rent-seeking behavior, institutions, innovative entrepreneurship, development, innovations, rent, personal component, economy, system.

Анализ институционального устройства отечественной экономики в исследованиях многих ученых [5, 10, 11] показывает, что значительная часть институтов и норм, сформированных в России, являются неэффективными и значительно тормозят развитие экономики и страны в целом. Одной из таких норм является рентоориентированное поведение российского общества, что значительно отражается на качестве человеческого капитала в стране, который, в свою очередь, выступает ключевым ресурсом в развитии экономической системы и определяет ее конкурентоспособность. Однако в настоящее время все большее значение в процессе становления инновационного общества придается развитию формальных институтов, а не личностному компоненту, который во многом определяется неформальными нормами [10]. Ввиду отсутствия должного внимания данной проблематике, исследование рентоориентированного поведения, как одного из главных барьеров формирования менталитета инновационного предпринимателя, является актуальным.

Так, согласно опросу, проведенному среди молодого поколения, представленного студентами 3-5 курсов одного из ведущих университетов г. Уфы, 40 человек из 100 опрошенных на вопрос, как они в дальнейшем планируют материально себя обеспечивать, ответили, что предпочтут быть наемными работниками, 25 – наемными работниками в государственных структурах, 17 – предпринимателями в сфере торговли, 15 студентов затруднились ответить, и только трое ответили, что хотят основать собственный стартап [10; С. 58-60]. Это говорит о том, что большинство студентов, а именно 65 человек из 100, явно характеризуются рентоориентированным мышлением. Стремление индивидов к поиску ренты во многом обуславливает увеличение растрат

не в пользу роста благосостояния общества, отсутствие здоровой конкуренции, сокращение спроса на инновационные продукты, рост коррупции и, как следствие, сокращение экономического роста. В связи с этим происходит деформация индивидуальных экономических интересов и в стране наблюдается общественная поляризация.

Отправной точкой детального анализа рассматриваемой неэффективной неформальной нормы должна стать теоретическая отработка научного понятия «рентоориентированность». Для того чтобы более глубоко изучить проблему рентоориентированного поведения в России, необходимо обратиться к истокам ее исследования. Впервые понятие «рентоориентированное поведение» было введено экономистом А. Крюгер в 1974 г. Позднее появилась теория рентоориентированного поведения, разработанная Г. Таллоком в 1967 г. при анализе монопольных рынков. По мнению ученых: «Рентоориентированное поведение – это попытка индивидов увеличить свое богатство, внося при этом отрицательный вклад в чистое богатство общества». То есть часть ресурсов будет работать не на цели производства, а на цель извлечения излишка в виде ренты у определенной группы индивидов. В своем труде «The Welfare Costs if Tariiffs Manopolies and the it» Таллок выделил три основных формы проявления рентоориентирования:

1) поиск квот и тарифов, что подразумевает растрату средств фирмами, работающими на экспорт с целью получения выгодных квот и тарифов;

2) поиск монополий. Ресурсы уходят на создание и поддержание экономических монополий (создание соответствующих ограниченных законодательных актов;

3) присвоение, то есть незаконное присвоение прав других лиц [13].

Расходы по всем трем формам являются

потерей ресурсов для общества, так как средства направлены на получение прибыльного трансфера, а не на производственные цели.

Значительный вклад в понимание феномена рентиориентированного поведения внес также ученый Дж. Бьюкенен, который является основоположником теории общественного выбора и в рамках данной теории выделил основные признаки, по которым можно судить о степени развитости проблемы в той или иной стране [2]. Основной предпосылкой развития рентиориентированности выступает расширение государственного бюджета и увеличение численности бюрократического аппарата. Сторонники теории общественного выбора разработали теорию поиска политической ренты. В связи с этим нужно подробно рассмотреть следующие понятия: лоббизм, логроллинг, экономика бюрократии, теория конституционного выбора. В рамках настоящего исследования следует более подробно рассмотреть теорию политической ренты, которая основана на том, что целью любой политической деятельности является получение сверхприбыли, по мнению ученых: «Политическая рента – это доходы, превышающие конкурентный уровень и получаемые от участия в политической деятельности». Другими словами, это стремление получать экономическую ренту с помощью политического процесса. Политическая рента формируется за счет налоговых, таможенных, кредитных льгот, различных правительственных субсидий, предоставления монопольных прав, различного рода информации о политических решениях. Таким образом, политики, общественные деятели достаточно замотивированы в поиске политической ренты. Этим объясняется их стремление к занятию постов и должностей, позволяющих им иметь высокий уровень влияния на государственную политику. Следовательно, целью бюрократических органов является сохранение и расширение бюрократического аппарата, а также получение политической ренты.

В новую теорию бюрократии основной вклад внес У.Л. Нисканен. Согласно его трактовке, аргументами функции полезности бюрократа является жалование, число подчиненных и их заработная плата, общественная репутация, сопутствующие должности, власть и статус. Большинство этих аргументов зависят от масштаба бюджета, и поэтому можно сделать вывод, что бюрократ, который максимизирует полезность, будет стремиться

максимизировать бюджет. Наибольший интерес для настоящего исследования вызывает вопрос о том, в какой степени неэффективна бюрократия. В модели Нисканена общество выбирает законодательную власть, которая представляет его интересы в отношении общественных благ. «Законодательная власть», выражая интересы избирателей, создает определенные уровни выпуска этих благ, кроме того «власть» наделяет эти уровни рядом полномочий и ценностью. То есть бюрократам предоставляется бюджет, необходимый для покупки общественных благ, удовлетворяющих избирателей, однако со своей стороны чаще всего бюрократический аппарат в лице чиновников требует больший бюджет, который помимо удовлетворения производственных функций и функций издержек, связанных с предоставлением общественных благ, удовлетворяют собственную функцию полезности бюрократии. Бюрократ стремится увеличивать размер выделенного ему бюджета. В результате общество несет потери благосостояния, а бюрократы получают дополнительные выгоды – происходит извлечение бюрократической ренты. Бюрократ трансформирует потребительский излишек в бюрократическую ренту, формами проявления которой может выступать:

- недостаточное количество услуг по высоким ценам;
- нечетко определенные контракты (образуется возможность дополнительного бюджета);
- номенклатурные блага – служебные офисы, средства связи, автомобили, ремонт, командировки, дополнительные рабочие места, и др.

У.Л. Нисканен сопоставляет процесс управления государством с процессом управления монополией, он говорит, что управление государством – это монополия чиновничества, у которой отсутствует какая-либо конкуренция, и которая не испытывает никакого давления со стороны рынка, что напрямую отражается на эффективности деятельности и затратности производимых ею услуг. Поэтому отношение общественного выбора к бюрократии должно определяться по формуле: «что частное, то хорошо, что государственное, то плохо». Поскольку полностью ликвидировать государственных чиновников невозможно, необходимо внедрять в практику государственного управления технологии, присущие частно-предпринимательской дея-

тельности.

Проблему поиска ренты рассматривали и российские ученые, среди которых Р. Нуреев, А. Заостровцев, Л. Полищук и др. Нуреев в своих исследованиях, опираясь на работы М. Олсона, устанавливает связь между «группообразованием», стабильностью и ущербом от поиска ренты. Рентоориентированный характер российского бизнеса он объясняет через формирование и деятельность отдельных групп, образованных по каким-либо интересам. Стимулом к самоорганизации индивидов в группы учёный определяет стремление людей защититься от неопределенности будущего, плохую защищенность контрактов при помощи формального законодательства, и поэтому группообразование рассматривается

как фактор стабильности. Общество получает стабильность, платой за которую выступает растрата ресурсов на поиск ренты, а это значительно превышает выигрыш от стабильности. Безусловно, стабильность способствует реальным инвестициям, но больше политическим, а не экономическим, что не гарантирует рост экономики и общественного благосостояния в целом. По мнению Р. Нуреева, бизнес должен больше работать на рост благосостояния, а не на перераспределение и растрату общественных ресурсов [8].

На основе всего вышеизложенного можно сформулировать главные подходы к исследованию рентоориентированного поведения и представить их в виде таблицы.

Таблица 1. Основные подходы к исследованию понятия «рентоориентированное поведение»

| Автор | Краткая трактовка | Особенности и примечания |
|----------------------|---|--|
| А. Крюгер, Г. Таллок | 1. Рентоориентированное поведение — это попытка индивидов увеличить свое собственное богатство, внося при этом отрицательный вклад в чистое богатство общества. 2. Рентоориентированное поведение — это деятельность, направленная на изменение структуры прав собственности в пользу определенной группы и в ущерб общественному богатству. | Термин был введен А. Крюгер, а сама теория разработана Г. Таллоком |
| Р. Познер | Модель конкурентного поиска ренты, суть которой заключается в том, что поиск ренты на конкурентной основе приводит к полной растрате ренты, тем самым к потерям для общества | Акцент сделан на взаимосвязи государства и крупного бизнеса. Ученый указывает на необходимость отсутствия государственного регулирования, так как потери от монопольной власти при государственном регулировании значительно превышают потери от монополий при отсутствии государственного вмешательства |
| Д. Демирбас | Представил количественную оценку потерь общества от манипуляций с бюджетными средствами | Объясняет значительные расхождения показателей в развитых и развивающихся странах различными институциональными матрицами |
| Дж. Бьюкенен | Политическая рента — это доходы, превышающие конкурентный уровень и полученные от участия в политической деятельности | Основным сигналом процветания рентоориентированного поведения выступает расширение бюджета и увеличение численности бюрократов, государственных органов, на фоне сокращения численности населения |
| У.Л. Нисканен | Бюрократическая рента — незаконно полученный доход бюрократов (недостаточное количество услуг по высоким ценам, нечетко определенные контракты, «номенклатурные блага»), сопровождается потерями благосостояния общества | Указывает на необходимость внедрения в практику государственного управления технологий, присущих частно-предпринимательской деятельности |
| Р. Нуреев | Установил тесную взаимосвязь между группообразованием, стабильностью и ущербом от поиска ренты | Группообразование дает стабильность, которая стимулирует не рост благосостояния, а перераспределение ресурсов и растрату общественных ресурсов |

Данные таблицы наглядно демонстрируют, что ученые в своих трудах все больше склоняются к тому, что интенсивность и масштабы развития ренты определяются институциональной структурой общества, а именно институциональными матрицами [6]. Наибольшее значение имеет институт собственности. Так можно объяснить меньшие потери общества от поиска ренты в развитых странах, и наоборот, значительные потери в развивающихся странах, где институциональная структура находится на этапе становления.

Степень развития рентоориентированного поведения в той или иной стране во многом зависит от истории становления ее базовых институтов – от экономической истории. Поскольку в современной России классические институты рынка несовершенны, необходимо рассмотреть процесс их становления и попытаться его сравнить с процессом становления рыночных институтов на Западе в развитых странах, чтобы понять причину отсталости отечественной экономики. Детальный анализ формирования институционального устройства западноевропейских стран представлен в книге Д. Норта «The Rise of Western World», 1973 г. Дуглас Сесил Норт стоит у истоков современных исследований в области экономической истории [11]. Основываясь на его работе, можно выделить несколько составляющих, которые привели Западноевропейские страны к высокому уровню благосостояния общества. Основную роль Д. Норт отводит институту частной собственности, затем наличию эффективно действующих экономических организаций, сформированных под действием внешних эффектов. Считается, что одним из определяющих факторов упадка феодальной системы являются катастрофы – войны, эпидемии, неурожаи, повлекшие за собой сокращение численности населения, что послужило стимулом к изменению существующей хозяйственно-экономической системы. Подъем цен на факторы производства, а именно на труд, относительно ренты напрямую повлиял на характер институтов и прав собственности [11; С. 156-160].

В России иначе происходило становление рыночной экономики. Этот процесс, во-пер-

вых, начался значительно позже, чем на западе, а во-вторых, отсутствует результат, присущий развитым странам. В отечественной экономике, несмотря на действие внешних эффектов, частная собственность все больше развивалась сверху. Государственная власть в средневековой России разными способами стремилась подавить любое проявление инициативы, признаки самостоятельности, поэтому надежной гарантии частной собственности практически не существовало. Это привело к процветанию бюрократического аппарата, а вместе с ним и бюрократической ренты. Благополучие отдельных индивидов высшего класса в целом зависело от положения в иерархии государственной власти, от занимаемой должности. Как правило, только в период ослабления центральной власти наблюдалось развитие частной собственности [7; С. 160-186]. Сравнивая историю становления отечественной системы институтов и институциональной структуры развитых стран, можно сделать вывод, что Россия во многом уступает. В то время как в развитых странах (XVIII столетие) стремительно развивалась международная торговля, сельское хозяйство, основанное на коммерческих отношениях, рынок капитала, в целом информационный сектор, создавались органы законодательной власти, предоставляющие защиту и определенность прав собственности, создается судебная система, акционерные общества, Россия все еще находилась на стадии развития феодализма.

Сопоставление исторических фактов становления институциональных систем процветающих стран и отсталых также подробно представлено в книге «Почему одни страны богатые, а другие бедные», авторов Д. Аджемоглу и Дж. Робинсона [1]. По мнению ученых, выбор институтов, осуществляющийся в рамках политического процесса, является центральным звеном в понимании причин успеха одних стран и краха других. Так, согласно историческим фактам, в преуспевающих странах, таких, как Великобритания, США, Германия, сформировались такие институты, которые предусматривают участие больших групп населения в экономической деятельности страны. Основными такими ин-

ститутами, которые обозначили авторы как инклюзивные, являются защищенность права частной собственности, отсутствие барьеров входа на рынок, свобода выбора профессии, карьеры для всех граждан, беспристрастная судебная система, преемственность политической власти, стабильность. Очевидно, что данные институциональные условия противоречат существованию и развитию рендоориентированного мышления, так как общество живет по правилам, которые поддерживаются коллективно всеми гражданами. Политики используют власть не для собственного обогащения, а для регулирования общественного процесса в интересах страны. В экономических системах подобного рода созданы все институциональные условия для развития и

реализации эффективных характеристик личностного компонента инновационного предпринимательства, чего нельзя сказать об экстрактивных институциональных системах, в которых действуют институты, направленные на экстенсивный экономический рост. Явный пример, по мнению ученых, системы экстрактивных институтов – советская экономика, в которой быстрый рост произошел не за счет инновационного прорыва в результате «созидательного разрушения», а за счет более эффективного распределения финансовых и трудовых ресурсов, что указывает на краткосрочный и неустойчивый характер такого подъема.

Подытожить вышеизложенное можно в виде таблицы 2.

Таблица 2. Сравнительная характеристика исторически сложившихся базовых институтов в России и в развитых странах

| Сфера | Россия | Развитые страны |
|-----------|---|---|
| Экономика | Преобладание институтов «раздаточной экономики» – наличие общественной собственности, административные механизмы распределения и перераспределения ресурсов | Преобладание рыночных институтов – защищенность частной собственности, рыночный обмен, конкуренция, за счет отсутствия барьеров входа на рынок, цель фирм – получение прибыли |
| Политика | Преобладание институтов унитарно-централизованной политической системы – иерархия, административно-территориальное деление, общие собрания, единогласие | Институты федеральной политической системы – самоуправление, выборы, демократия, независимая судебная система |
| Идеология | Коллективные ценности выше личностных ценностей | Приоритет личностных индивидуальных ценностей. Свобода выбора профессии, карьеры |

Таким образом, проблема поиска ренты в отечественной экономике во многом определяется прошлым страны, поэтому анализ этого прошлого позволяет на уровне теории выявить факторы, способствующие закреплению рендоориентированного поведения в отечественном обществе. Детальное исследование взаимосвязи институционального устройства и рендоориентированности позволит в дальнейшем выработать меры по нивелированию такого рода поведения отдельных индивидов. Подробный анализ методологии исследования проблемы поиска ренты может служить основой в исследованиях оценки реальных масштабов потерь общества. Знание масшта-

бов проблемы будет способствовать поиску ее решения – существенному ограничению возможности поиска ренты со стороны государства, а это, в свою очередь, повысит эффективность функционирования экономики, повлияет на ее развитие. Борьба с данной неэффективной неформальной нормой повысит уровень развития личностного компонента предпринимательства в стране и уровень инновационного потенциала в целом.

Исследование выполнено при финансовой поддержке РФФИ в рамках научного проекта № 16-06-00532а.

Список литературы

1. Аджемоглу Д., Робинсон А. Почему одни страны богатые, а другие бедные. Происхождение власти, процветания и нищеты. – М.: АСТ, 2015. – 720 с.
2. Бьюкенен Дж. Границы свободы. Между анархией и Левиафаном // Муниципальная экономика: журнал об экономических проблемах местного самоуправления. – Обнинск. ЗАО Институт муниципального управления, 2015. URL: <http://emsu.ru/me/default.asp?c=5145&q=7> (дата обращения: 20.04.2018)
3. Зулкарнай И.У. Задача агент-ориентированного моделирования распределения функций по вертикали в асимметричной федерации // Вестник Башкирского университета. – 2014. – Т. 19. – № 4. – С.1249-1255.
4. Зулкарнай И.У. Институты присвоения ренты в лесной отрасли // Евразийский Юридический журнал. – 2017. – № 9 (112). – С. 357-359.
5. Зулкарнай И.У. Институциональные аспекты арендных отношений в лесной отрасли: анализ российского законодательства // Евразийский юридический журнал. – 2016. – № 10 (101). – С.279-299.
6. Кирдина С.Г. Институциональные матрицы и развитие России. – М.: ТЕИС, 2000. – 213 с.
7. Нуреев Р.М. Экономика развития: модели становления рыночной экономики. – М.: ИНФРА-М, 2001. – 151 с.
8. Нуреев Р.М. Теория общественного выбора: Курс лекций. – М.: Изд. дом ГУ ВШЭ, 2005. – 530 с.
9. Олсон М. Власть и процветание: перерастая коммунистические и капиталистические диктатуры. – М.: Новое издательство, 2012. – 212 с.
10. Шестакович А.Г. Формирование личностного компонента инновационного предпринимательства: Дис. ... канд. экон. наук. – Уфа, 2015.
11. North D. C., Thomas R. P. The rise of the Western world: a new economic history. Cambridge, 1973. – 167 p.
12. Demirbas D. Rent-seeking in developed and developing countries: cross section and time series studies // Discussion Papers in Economics 99/2, Department of Economics, University of Leicester. URL : <http://inomics.com> (дата обращения 4.05.2018)
13. Tullock G. The Welfare Costs of Tariffs, Monopolies and Theft // Western Economic Journal. 1967. URL : <http://www.gmu.edu>. (Дата обращения: 28.03.2018).

References

1. Adjemoglu D., Robinson A. Why some countries are rich and others are poor. The origin of power, prosperity and poverty. – М.: AST, 2015. – 720 p.
2. Buchanan J. Borders of Freedom. Between anarchy and Leviathan // Municipal economy: a magazine about the economic problems of local government. Obninsk. CJSC Institute of Municipal Management. 2015. URL: <http://emsu.ru/me/default.asp?c=5145&q=7> (appeal date: 04/20/2018)
3. Zulkarnay I.U. The task of agent-based modeling of the vertical distribution of functions in an asymmetric federation // Bulletin of Bashkir University. – 2014. – Т. 19. – № 4. – P. 1249-1255.
4. Zulkarnay I.U. Institutions for the appropriation of rent in the forest industry // Eurasian Legal Journal. – 2017. – № 9 (112). – P. 357-359.
5. Zulkarnay I.U. Institutional aspects of rental relations in the forest industry: an analysis of Russian legislation // Eurasian Law Journal. – 2016. – № 10 (101). – P. 279-299.
6. Kirdina S.G. Institutional matrices and the development of Russia. – М.: TEIS, 2000. – 213 p.
7. Nureev R.M. Development economics: models of market economy formation. - М.: INFRA-M, 2001. – 151 p.
8. Nureev P.M. Theory of public choice: a course of lectures. - М.: Izd. House of the Higher School of Economics, 2005. – 530 p.
9. Olson M. Power and Prosperity: Outgrowing Communist and Capitalist Dictatorships. - М.: New publishing house, 2012. – 212 p.
10. Shestakovich A.G. Formation of the personal component of innovative entrepreneurship: Dis. ... Cand. econ sciences. – Ufa, 2015.
11. North D.C., Thomas R. P. The rise of the Western world: a new economic history. Cambridge, 1973. – 167 p.
12. Demirbas D. Rent seeking in discussion countries: Discussion Papers in Economics 99/2, Department of Economics, University of Leicester. URL: <http://inomics.com> (date of appeal 04/05/2018)
13. Tullock G. The Monopolies and Theft // The Western Economic Journal. 1967. URL: <http://www.gmu.edu>. (Date of appeal: 03/28/2018).



Сафуанов Р.М.
Safuanov R.M.

*доктор экономических наук,
профессор, директор
Уфимского филиала
ФГОБУ ВО «Финансовый
университет при
Правительстве
Российской Федерации»,
г. Уфа, Российская Федерация*



Фархтдинов Р.Т.
Farkhtdinov R.T.

*кандидат социологических
наук, доцент кафедры
«Философия, история и
право» Уфимского филиала
ФГОБУ ВО «Финансовый
университет при
Правительстве
Российской Федерации»,
г. Уфа, Российская Федерация*



Колганов Е.А.
Kolganov E.A.

*кандидат социологических
наук, доцент кафедры
«Математика и
информатика» Уфимского
филиала ФГОБУ ВО
«Финансовый университет
при Правительстве
Российской Федерации»,
г. Уфа, Российская Федерация*

УДК 378.189.063

ВЗАИМОДЕЙСТВИЕ ВЫСШЕГО И ОБЩЕГО ОБРАЗОВАНИЯ

Статья посвящена актуальным проблемам создания модели взаимодействия между высшим и общим образованием, повышению финансовой грамотности школьников, их родителей, педагогов.

Университет активно вовлекает в движение по повышению финансовой грамотности финансовые структуры и государственные органы.

Развивается сотрудничество со школами в онлайн-среде, проводятся вебинары со школами всех районов города.

Осуществляется взаимодействие высшего и общего образования в различных образовательных проектах, олимпиадах и иных интеллектуальных состязаниях.

Раскрывается опыт совместной работы с организациями общего образования в целях повышения финансовой грамотности детей: в школах города Уфы читаются лекции, проводятся открытые уроки, мастер-классы, деловые игры, конкурсы для школьников. В рамках Проекта Министерства финансов России и Международного банка реконструкции и развития «Содействие повышению уровня финансовой грамотности населения и развитию финансового образования в Российской Федерации» проводятся Всероссийская неделя сбережений и Неделя финансовой грамотности.

Большой потенциал для взаимной работы по повышению финансовой грамотности школьников имеет добровольческое студенческое движение.

Проводятся семинары для учителей истории, обществознания и экономики; русского языка и литературы; биологии и экологии; немецкого языка; родных языков; химии; физики; географии; а также — для заведующих дошкольными образовательными учреждениями Уфы.

Финансовый университет рассматривает повышение финансовой грамотности школьников, их родителей, педагогов в качестве своей естественной задачи. Многие из того, что делается, это ответ на вызовы — риски, с которыми население страны сталкивается в повседневной деятельности. Филиал считает, что успешность человека и коллектива заключается в том, насколько адекватно и эффективно он реагирует на меняющиеся условия.

Ключевые слова: взаимодействие высшего и общего образования, модели взаимодействия,

подготовка финансистов, финансовая грамотность, лекции, мастер-классы, семинары для учителей, сотрудничество со школами.

INTERACTION OF HIGHER AND GENERAL EDUCATION

The article is devoted to the actual problems of creating a model of interaction between higher and general education, improving the financial literacy of students, their parents and teachers.

The University actively involves financial institutions and public authorities in the movement to improve financial literacy.

Cooperation with schools in the online environment is developing, webinars are held with schools in all districts of the city.

Interaction of higher and general education in various educational projects, competitions and other intellectual competitions is carried out.

The experience of joint work with organizations of general education in order to improve the financial literacy of children is revealed: lectures, open lessons, master classes, business games, competitions for students are held in schools of Ufa. Within the framework of the project of the Ministry of Finance of Russia and the International Bank for Reconstruction and Development «Promotion of financial literacy of the population and development of financial education in the Russian Federation» All-Russian Savings Week and Financial Literacy Week are held.

The volunteer student movement has a great potential for mutual work to improve the financial literacy of students.

Seminars are held for teachers of History, Social Science and Economics; Russian language and Literature; Biology and Ecology; German language; native languages; Chemistry; Physics; Geography; as well as for heads of pre-school educational institutions of Ufa.

The Financial University considers the improvement of financial literacy of schoolchildren, their parents, teachers as its natural task. Much of what is being done is a response to the challenges: risks faced by the population in their daily activities. The Branch believes that the success of a person and a team consists in their adequate and effective reaction to changing conditions.

Keywords: interaction of Higher and General education, financial literacy, lectures, master classes, seminars for teachers, cooperation with schools.

Уфимский филиал Финансового университета при Правительстве Российской Федерации имеет значительный опыт совместной работы с организациями общего образования в целях повышения финансовой грамотности школьников, педагогов и родителей [1].

Наиболее значительной с точки зрения создания самой модели взаимодействия между высшим и общим образованием для филиала является работа в рамках федеральных образовательных проектов [2].

Безусловно, одной из важнейших целей взаимодействия со школами является эффективная профориентация, в результате которой у школьников должны сформироваться четкие представления о будущей профессии.

Отбор и подготовка молодёжи к профессиональной деятельности в этой важной и интересной сфере должна начинаться задолго до поступления в вуз, а обучение должно быть

многоуровневым, постоянным [3].

В этих целях мы обратили особое внимание на поиск и внедрение новых форм взаимодействия и сотрудничества со школами республики.

Филиал уже несколько лет является официальным партнером проекта «Содействие повышению уровня финансовой грамотности населения и развитию финансового образования в Российской Федерации», в рамках которого проводятся Всероссийские недели сбережений и Недели финансовой грамотности [1].

Взаимодействие высшего и общего образования в различных образовательных проектах является широко известной практикой [4]. Филиал не просто взаимодействует с образовательными организациями республики, но и активно вовлекает в движение по повышению финансовой грамотности школьников, педагогов и родителей финансовые структуры

и государственные органы. В тесном сотрудничестве с Министерством образования, Министерством финансов Республики Башкортостан, Администрацией городского округа город Уфа филиалу удалось сформировать структуру взаимодействия органов государственной власти и местного самоуправления, учреждений финансового сектора и образовательного сообщества. Филиал нарабатывает опыт выполнения задач от формирования общей стратегии и единого плана действий до методической и консультационной поддержки, распространения передовых практик. Это позволило вывести движение по развитию финансовой грамотности в регионе на федеральный уровень. Значимая часть этой работы проводится в городе Уфе.

В рамках IV Всероссийской недели сбережений, проходившей в октябре 2017 года при поддержке Управления образования Администрации городского округа город Уфа, преподавателями филиала были проведены семинары по тематике Недели для 888 учителей истории, обществознания и экономики; русского языка и литературы; биологии и экологии; немецкого языка; родных языков; химии; физики; географии; а также — для заведующих дошкольными образовательными учреждениями Уфы.

В рамках Недели финансовой грамотности с 9 по 12 апреля 2018 года филиал совместно с Управлением образования Администрации городского округа город Уфа и Управлением Роспотребнадзора по Республике Башкортостан организовали масштабный «образовательный десант». Лекции, открытые уроки, мастер-классы, деловые игры были проведены в 115 школах города Уфы для 3309 школьников 5-11 классов. Занятия охватывали широкий спектр тем, формирующих активную сознательную позицию в отношении собственного финансового благополучия.

Для увлеченных экономическими знаниями школьников филиалом был организован турнир по финансовым боям — «Финтур». В нем приняли участие школьники из 7 районов города Уфы. Они состязались в знаниях о финансовых услугах, функциях финансовых организаций, мерах противодействия финансовым мошенничествам, во владении финан-

совыми терминами. Некоторые руководители команд обратились к нам с предложением сделать турнир систематическим, ежегодным. Планируется развивать это направление работы со школами.

Филиал развивает сотрудничество со школами и в онлайн-среде. 11 и 19 апреля 2018 года был проведен вебинар для школьников «Ты в мире экономики: типичные ошибки и правила финансового поведения». К вебинару подключились 68 школ всех районов города Уфы, его прослушали почти 3 тысячи школьников.

Большой потенциал для взаимной работы по повышению финансовой грамотности школьников имеет добровольческое студенческое движение [5]. Общение студентов с детьми имеет иную эмоциональную окраску, чем с преподавателями. Они ближе друг к другу. Эмоциональная близость особенно важна для ребят, оказавшихся в непростых жизненных условиях. Студенты-волонтеры Уфимского филиала предложили свои возможности и знания руководителям Детского дома № 1 и Детского дома № 9 города Уфы, Республиканского инженерного лицея-интерната, Центра образования № 10 и провели в этих учреждениях уроки по личному финансовому планированию.

В 2017 учебном году в филиале работала общедоступная бесплатная «Школа молодого финансиста». И хотя она была организована для старшеклассников, в ней с удовольствием занимались школьники начиная с 6 класса.

Важным направлением вовлечения детей в область финансовых знаний педагогический коллектив считает организацию интеллектуальных состязаний для школьников. Уфимский филиал Финуниверситета является площадкой для проведения олимпиады Финуниверситета «Миссия выполнима. Твое призвание — финансист!», а также отборочных и заключительных этапов Междисциплинарной олимпиады школьников имени В.И. Вернадского и Межрегиональной экономической олимпиады имени Н.Д. Кондратьева. Талантливые школьники 8-11 классов имеют возможность продемонстрировать свои знания, наработать весомые преференции для поступления в высшие учебные заведения [1].

Для продвижения финансовых знаний среди школьников филиал использует возможности образовательных выставочных площадок. С 23 по 26 октября 2017 года Уфимский филиал Финуниверситета принял участие в Уфимском международном салоне образования «Образование будущего». В рамках салона преподавателями филиала были проведены для школьников, посетивших выставку: интерактивная игра «Школа молодого бухгалтера», психологическое тестирование «Определение профессионального профиля», мастер-класс «Блок-чейн технология» [1].

Студенты филиала продемонстрировали действующий макет мини-фермы для майнинга валюты. Филиал награжден дипломом II степени Уфимского международного салона образования и дипломом победителя в номинации «За высокий уровень организации финансовой грамотности с абитуриентами». Также мы используем возможности выхода на аудиторию школьников в рамках специализированной выставки «Образование. Наука. Карьера. Спорт».

Ежегодно Уфимский филиал Финуниверситета принимает участие во Всероссийском фестивале науки «NAUKA 0+». 26-27 октября 2018 года на центральной площадке Академии наук Республики Башкортостан

состоялась презентация Уфимского филиала Финуниверситета. На площадках филиала прошли открытые лекции на актуальные темы о кейс-технологиях в образовательной деятельности и современных альтернативах банковскому потребительскому кредиту. Научно-практические семинары помогают участникам сделать первые шаги в науке, а конференция с выступлениями преподавателей, студентов и магистрантов открывает двери в мир управленческих знаний. На фестивале науки участники могли пообщаться друг с другом, с преподавателями, студентами и магистрантами филиала.

Важной формой организационного оформления совместной работы со школами является предоставление им статуса базовых и партнерских школ Финансового университета при Правительстве Российской Федерации. Подводя итоги вышеизложенному, отметим, что перечисленные направления и формы работы не исчерпывают всего арсенала взаимодействия Финансового университета с системой общего образования. Уфимский филиал наряду с улучшением взаимодействия по упомянутым направлениям, будет предлагать партнерам новые направления и формы сотрудничества.

Список литературы

1. Российская Федерация. Министерство образования и науки. Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации. Об утверждении Перечня олимпиад и иных интеллектуальных состязаний в Финансовом университете на 2017/2018 учебный год. [Электронный ресурс]: [приказ Финансового университета от 13.10.2017 г. №1858/о] / Сайт Финансового университета при Правительстве Российской Федерации. – Режим доступа: www.fa.ru

2. Йылмаз Е.В., Иванов М.В. Разработка системы государственных мер по повышению финансовой грамотности населения в сфере банковской деятельности // Реструктуризация экономики и инженерное образование: Проблемы и перспективы развития: Сборник трудов науч. практ. конф. с международным участием. – СПб., 2015. – С. 157-163.

3. Терещенко Е.А. Институциональные механизмы повышения финансовой грамотности молодежи и эффективности защиты прав потребителей // Гуманитарные и юридические исследования. – 2017. – № 3. – С. 185-190.

4. Моисеева Д.В., Дулина Н.В., Плешакова И.Г. Повышение финансовой грамотности населения как новая задача высшего образования // Актуальные вопросы профессионального образования – 2017. – № 4 (9). – С. 66-71.

5. Мусаева З.И. Повышение финансовой грамотности: актуальность в условиях экономической нестабильности // Финансы. – М., 2016. – № 5. – С. 76-79.

6. Игонина Л.Л. Финансовая система и экономическое развитие. – М.: РУ-САЙНС, 2016. – 140 с.

7. Фахруллина А.Р. Информационная поддержка управления процессами взаимодействия в образовательно-производственной

среде: дис. ... канд. тех. наук. – Уфа, 2015. – 168 с.

8. Артемьев А.А., Порошков И.В. Необходимость выделения и развития принципа формирования финансовой грамотности населения в банковской сфере // Российское предпринимательство – 2008. – Том 9. – № 11. – С. 16-20.

References

1. The Russian Federation. The Ministry of Education and Science. Financial University under the Government of the Russian Federation. On the Approval of the List of Olympiads and Other Intellectual Contests at Financial University for 2017/2018 academic year. [Electronic resource]: [the order of Financial University of 13.10.2017 №1858 / о] / The website of Financial University under the Government of the Russian Federation. – Mode of access: www.fa.ru

2. Yilmaz E.V., Ivanov M.V. The Development of a System of State Measures to Improve Financial Literacy of the Population in the Field of Banking // The Restructuring of the Economy and Engineering Education: Problems and Perspectives of Development: Collection of Scientific Works of the Practical Conference with International Participation. – St. Petersburg, 2015. – P. 157-163.

3. Tereschenko E.A. Institutional Mechanisms for Improving Financial Literacy of Young People and Effectiveness of Consumers' Protection / Humanitarian and Legal Research – 2017. – № 3. – P. 185-190.

4. Moseeva D.V., Dulina N.V., Pleshakova I.G. Improving Financial Literacy of the Population as a New Objective of Higher education // Topical Issues of Professional Education. – 2017. – № 4 (9). – P. 66-71.

5. Musayeva Z.I. Improving Financial Literacy: Relevance in Conditions of Economic Instability // Finance. Publishing House: Financial University under the Government of the Russian Federation. – M., 2016. – № 5. – P. 76-79.

6. Igonina L.L. The Financial System and Economic Development. – M.: RUS-YNS, 2016. – 140 p.

7. Fakhrullina A.R. Information Support of Management of Interaction Processes in the Educational and Production Environment: Thesis of Candidate of Technical Sciences. – Ufa, 2015. – 168 p.

8. Artemyev A.A., Poroshkov I.V. The Necessity of Selection and Development of the Principle of Forming Financial Literacy of the Population in the Banking Sector // Russian Entrepreneurship. – 2008. – Vol. 9. – № 11. – P. 16-20.



Каримов М.Ф.,

Karimov M.F.

кандидат физико-математических наук,

доцент кафедры «Физика и землеустройство»,

Бирский филиал ФГБОУ ВО «Башкирский государственный университет»,

г. Бирск, Российская Федерация

УДК 378.14

УЧЕБНОЕ И НАУЧНОЕ ИНФОРМАЦИОННОЕ МОДЕЛИРОВАНИЕ ДЕЙСТВИТЕЛЬНОСТИ В СИСТЕМЕ НЕПРЕРЫВНОГО ОБРАЗОВАНИЯ

Выделены и охарактеризованы такие этапы – элементы учебного и научного информационного моделирования объектов, процессов и явлений природной, технической и социальной действительности, как постановка задачи, построение модели, разработка и исполнение алгоритма, анализ результатов и формулировка выводов, возврат к предыдущим этапам при неудовлетворительном решении задачи. Даны с помощью структурных элементов информационного моделирования действительности определения понятий «учебная задача» и «научная задача». Обращено внимание преподавателей-ученых, учителей высшей категории, студентов и старшеклассников на необходимость внедрения новых элементов в постановку, модель и (или) алгоритм уже решенных задач для перехода с уровня учебного к уровню научного моделирования фрагментов природной, технической действительности. Отмечена общность, абстрактность и четкость математических моделей фрагментов действительности и снижение уровня этих качеств у моделей объектов, процессов и явлений естественных, технических и социальных наук. Приведен ряд эвристических вопросов старшеклассникам средних общеобразовательных и студентам высших профессиональных школ, способствующих им успешно преодолеть трудности этапов учебного и научного информационного моделирования фрагментов природы, технологий и общества. Внимание субъектов учебной или научной деятельности в системе непрерывного образования направлено на необходимость ответа на эвристические вопросы, ориентирующие их на новизну постановки задачи, построения модели и разработку алгоритма решения задачи. Описаны особенности последовательного и постепенного дидактического процесса перехода от учебного к научному информационному моделированию старшеклассников средней общеобразовательной школы и студентов высших учебных заведений при изучении и развитии ими разделов естественно-математических, инженерно-технологических и социально-экономических дисциплин.

Ключевые слова: учебная задача, научная задача, модель, алгоритм, информационное моделирование действительности, эвристическое сопровождение моделирования.

EDUCATIONAL AND SCIENTIFIC INFORMATION MODELING OF REALITY IN THE SYSTEM OF CONTINUOUS EDUCATION

The following stages have been singled out and described: elements of educational and scientific information modeling of objects, processes and phenomena of natural, technical and social reality, such as problem statement, model building, development and execution of the algorithm, analysis of results and formulation of conclusions, return to previous stages with satisfactory solution of the problem. Are given by means of structural elements of information modeling of the validity of definition of concepts «educational problem» and «scientific problem». The attention of teachers-scientists, teachers of the highest category, students and senior pupils to the need to introduce new elements in the formulation, model and (or) the algorithm of the solved problems for the transition from the level of educational to the level of scientific modeling of fragments of natural, technical reality. The generality, abstractness and clarity of mathematical models of fragments of reality and a decrease in the level of these qualities in models of objects, processes and phenomena of natural, technical and social sciences are noted. A number of heuristic questions are given to senior high

school students and students of higher vocational schools that help them successfully overcome the difficulties of the stages of educational and scientific information modeling of fragments of nature, technology and society. Attention is paid to the subjects of educational or scientific activity in the system of continuous education on the need to answer heuristic questions, orienting them on the novelty of setting the problem, building a model and developing an algorithm for solving the problem. The peculiarities of the sequential and gradual didactic process of transition from the educational to the scientific information modeling of senior pupils of the secondary general education school and students of higher educational establishments are described when studying and developing sections of natural, mathematical, engineering-technological and socio-economic disciplines.

Keywords: educational task, scientific problem, model, algorithm, information modeling of reality, heuristic support of modeling.

Познавательная и преобразовательная мощь информационного моделирования объектов, процессов и явлений природной, технологической и социально-экономической действительности была полностью осознана представителями естественно-математических, инженерно-технологических и социально-экономических наук в середине двадцатого века после выхода в свет научной статьи основоположников кибернетики Артуро Розенблюта (1900, Сьюдад-Герреро – 1970, Мехико) и Норберта Винера (1894, Колумбия – 1964, Стокгольм) под названием «Роль моделей в науке» [1], в которой цель и результат научного исследования выделены как понимание и контроль над фрагментом Вселенной, рассмотрено построение идеальных и материальных моделей посредством логического приема абстракции и обоснована необходимость использования моделирования действительности в естественно-математических, технических и социально-гуманитарных науках.

В Советском Союзе в 1986 году по инициативе и под руководством действительного члена АН СССР Александра Андреевича Самарского (1919, Свистуны – 2008, Москва) была принята «Общегосударственная Программа по развитию и применению методов математического моделирования в науке и народном хозяйстве» и организован Всесоюзный Центр математического моделирования.

Начало издания академического журнала «Математическое моделирование» [2] и образование в первый раз в нашей стране Института математического моделирования Академии наук СССР в 1990 году способствовали интенсивному внедрению метода моделирования действительности в систему непрерывного образования учащейся молодежи от средней общеобразовательной школы до аспирантуры

по всем специальностям.

На обязательных и факультативных занятиях со старшеклассниками и студентами по математике, информатике, физике, химии, технологиям и экономике нами четко были выделены такие этапы – элементы информационного моделирования природной, технической и социально-экономической действительности, как постановка задачи, построение модели, разработка и исполнение алгоритма, анализ результатов и формулировка выводов, возврат к предыдущим этапам при неудовлетворительном решении задачи [3].

На этапе постановки задачи в школьной или вузовской аудитории мы со старшеклассниками и студентами выделили нижеследующие определения учебных и научных задач по естественно-математическим, инженерно-технологическим и социально-экономическим дисциплинам.

Учебная задача – это задача в ходе постановки и решения которой обучаемый устанавливает новые для себя модели и (или) алгоритмы решенных ранее задач, включенных в настоящее время в содержание среднего или высшего образования.

Научная задача – это задача, при постановке и решении которой исследователь строит и разрабатывает неизвестные человечеству новые модели и (или) алгоритмы с целью описания, объяснения или предсказания естественных и (или) искусственных объектов, процессов или явлений природы, технологий или общества.

Эвристика постановки учебных задач естественно-математических [4], инженерно-технологических и социально-экономических дисциплин включает в себя такие вопросы, как «Понятна ли словесная формулировка требования выделенной задаче?», «Каковы

основные элементы рассматриваемой задачи в виде данного, неизвестного и условия?»; «Что представляет собой изучаемый природный, технический или социальный объект?»; «В чем отличие данной задачи от уже решенных ранее задач?».

Старшеклассникам средней общеобразовательной и студентам высшей профессиональной школ, учителям и преподавателям следует перед построением модели решения учебной или научной задачи по естественно-математическим, инженерно-технологическим и социально-экономическим дисциплинам выделить следующие методологические положения.

1. Элементарная и высшая математика открывает и предлагает настоящим и будущим исследователям действительности наиболее общие, абстрактные и четкие модели для изучения окружающего нас мира в отличие от менее общих и более расплывчатых моделей объектов, процессов или явлений, рассматриваемых в естественных, технических и социальных науках [5].

2. Природная, техническая и социальная действительность последних трех столетий за счет её познания и преобразования человечеством так усложнилась, что без упрощающих, огрубляющих, формализующих, учитывающих лишь одну или несколько сторон или свойств объекта, процесса или явления моделей невозможно осуществить прогресс науки, техники и технологий [6].

3. Постепенное или скачкообразное появление, открытие или создание новой модели в естественно-математической, инженерно-технологической или социально-экономической науке означает, что система понятий этой отрасли науки уточнилась или совершенствовалась настолько, что она поддается строгому и абстрактному или математическому изучению или анализу на уровне современных достижений методологии и методики человеческого познания действительности.

В множество эвристических вопросов, облегчающих старшеклассникам и студентам построение качественных или количественных моделей решения учебных или научных задач входят: а) «Какой природный, технический или социальный объект составляет основу строящейся модели решения учебной или научной задачи?»; б) «Что является под-

ходящим набором символов для обозначения элементов строящейся качественной или количественной модели природного, технического или социального объекта?»; в) «Каковы качественные или количественные зависимости между условиями и требованиями учебной или научной задачи?»; г) «Какую новую грань изучаемого объекта, процесса или явления следует рассмотреть при решении данной задачи?».

Последовательная разработка алгоритма решения учебной или научной задачи состоит в составлении старшеклассниками средней общеобразовательной школы или студентами высших учебных заведений плана качественных или количественных действий на основе построенной модели объекта, процесса или явления и известных правил логики, арифметики, алгебры, планиметрии, тригонометрии, стереометрии, дифференциального, интегрального и вариационного исчисления, методов решения дифференциальных и интегральных уравнений, теорем и критериев теории вероятностей и математической статистики, законов и методов естественных, технических и социально-экономических наук.

К основным эвристикам разработки и исполнения алгоритма решения учебных и научных задач по естественно-математическим, инженерно-технологическим и социально-экономическим дисциплинам относятся: а) «Какой известный метод из освоенных ранее наук подходит для решения выделенной задачи?»; б) «Решалась ли в учебной аудитории, на заседании научного семинара или самостоятельно ранее какая-нибудь родственная качественная или количественная задача?»; в) «Какие элементы известных методов изученных ранее наук подходят для составления плана решения рассматриваемой задачи?»; г) «Как усовершенствовать известный метод решения выделенной задачи?».

Исполнение алгоритмов решения учебных или научных задач по естественно-математическим, инженерно-технологическим и социально-экономическим дисциплинам старшеклассники и студенты двадцать первого века в целях экономии учебного или поискового времени осуществляют преимущественно с помощью компьютерных технологий [7].

Этап анализа результатов решения учебной

задачи в средней общеобразовательной школе под руководством учителя высшей категории и научной задачи в высшей профессиональной школе под руководством преподавателя-ученого и формулировки соответствующих выводов производится старшеклассниками и студентами на основе правил и законов формальной и диалектической логики, достижений экспериментальной, производственной и общественной практики.

Эвристика, ориентированная на достоверные анализ результатов решения учебной или научной задачи и формулировку соответствующих выводов старшеклассниками или студентами, содержит следующие вопросы: а) «Как проверить предполагаемое решение учебной или научной задачи средствами практики, логики или эстетики?»; б) «Применим ли системно-структурно-функциональный анализ ко всем этапам решения данной учебной или научной задачи?»; в) «Какова конкретная методика проверки достоверности конечного результата решения выделенной учебной или научной задачи?».

Дидактический опыт проектирования и реализации учебного и научного информационного моделирования объектов, процессов

и явлений действительности в ряде средних общеобразовательных и высших профессиональных школ Уральского региона в течение последних тридцати лет [8] показывает эффективность данного метода учебного и научного познания реальности в переводе старшеклассников и студентов из состояния объекта преподавания в состояние субъекта научной деятельности при систематической и регулярной постановке и решении сначала учебных и далее научных задач естественно-математических, инженерно-технологических и социально-экономических дисциплин.

Вывод

Анализ и обобщение приведенного выше материала позволяют сформулировать вывод о том, что систематическая и регулярная постановка и решение учебных и научных задач естественно-математических, инженерно-технологических и социально-экономических дисциплин методом информационного моделирования объектов, процессов и явлений действительности способствуют повышению качества среднего общего и высшего профессионального образования учащейся молодежи.

Список литературы

1. Rosenblueth A., Wiener N. The role of models in science // *Philosophy of Science*. – 1945. – Vol. 12. – P. 316-321.
2. Самарский А.А. Математическое моделирование на ЭВМ – новая научная технология // *Математическое моделирование*. – 1989. – Т. 1. – № 1. – С. 1-2.
3. Каримов М.Ф. Информационные моделирование и технологии в научном познании школьниками действительности // *Наука и школа*. – 2006. – № 3. – С. 34-38.
4. Пойа Д. Как решать задачу. – М.: Учпедгиз, 1961. – 208 с.
5. Каримов М.Ф., Колоколова Н.В. Математическое моделирование действительности как интегратор школьных дисциплин // *Инновационное развитие*. – 2017. – № 5 (10). – С. 124-125.
6. Каримов М.Ф. Роль классического университета в подготовке будущих учителей-исследователей // *Вестник Московского университета*. Серия 20. Педагогическое об-

разование. – 2006. – № 1. – С. 37-42.

7. Каримов М.Ф. Обучение информатике студентов педвуза // *Высшее образование в России*. – 2007. – № 3. – С. 169-170.

8. Каримов М.Ф. Состояние и задачи совершенствования химического и естественно-математического образования молодежи // *Башкирский химический журнал*. – 2009. – Т. 16. – № 1. – С. 26-29.

References

1. Rosenblueth A., Wiener N. The role of models in science // *Philosophy of Science*. – 1945. – Vol. 12. – P. 316-321.
2. Samarsky A.A. Mathematical modeling on a computer - a new scientific technology // *Mathematical modeling*. – 1989. – Vol. 1. – № 1. – P. 1-2.
3. Karimov M.F. Information modeling and technology in the scientific knowledge of schoolchildren's reality // *Science and School*. – 2006. – № 3. – P. 34-38.
4. Polya G. How to solve it. – М.: Uchpedgiz,

1961. – 208 p.

5. Karimov M.F., Kolokolova N.V. Mathematical modeling of reality as an integrator of school disciplines // Innovative development. – 2017. – № 5 (10). – P. 124-125.

6. Karimov M.F. The role of the classical university in the preparation of the future teacher-researchers // Bulletin of the Moscow University. Series 20. Pedagogical education. – 2006.

– № 1. – P. 37-42.

7. Karimov M.F. Training of informatics of students of a pedagogical university // Higher Education in Russia. – 2007. – № 3. – P. 169-170.

8. Karimov M.F. State and tasks of improving the chemical and natural-mathematical education of young people // Bashkirsky chemical journal. – 2009. – Vol.16. – № 1. – P. 26-29.



Стасюк Е.В.

Stasyuk E.V.

*консультант отдела по законотворчеству в социальной сфере,
государственного устройства и регламенту аппарата
Законодательной Думы Хабаровского края,
г. Хабаровск, Российская Федерация*

УДК 316.4.051

ФОРМИРОВАНИЕ РЕГИОНАЛЬНОЙ ИДЕНТИЧНОСТИ МОЛОДЕЖИ КАК УСЛОВИЕ ЕЕ СОХРАНЕНИЯ НА ДАЛЬНЕМ ВОСТОКЕ РОССИИ

В статье на основании социологических исследований, проведенных, в том числе при непосредственном участии автора, описываются причины оттока населения с Дальнего Востока России, продолжающегося, несмотря на принимаемые органами государственной власти меры по его социально-экономическому развитию. Приводится сравнительный анализ политики имперской, советской и современной Российской Федерации в отношении дальневосточных территорий и дается обоснование различного эффекта от ее реализации. Автор приходит к выводу, что добиться процветания региона невозможно без сохранения здесь населения, а также создания для него комфортных и достойных условий, равнозначных условиям в странах Азиатско-Тихоокеанского региона. Такие условия будут способствовать формированию региональной идентичности граждан, которая, в свою очередь, окажет положительное влияние на закрепление народонаселения в Дальневосточном федеральном округе. В целях формирования дальневосточной идентичности молодежи как самой динамично развивающейся социально-демографической группы, являющейся главным кадровым ресурсом, необходимым для защиты приграничной зоны и интересов страны, предлагается использовать институциональный (доступное жилье и образование, развитие института семьи, внутреннего туризма, а также совершенствование инфраструктуры для бизнеса) и социокультурный подходы (поддержка детских и молодежных общественных объединений, углубленное изучение истории и культуры региона, развитие массового спорта и имиджевой политики). Результаты исследования, отраженные в статье, могут найти применение в деятельности органов государственной власти, направленной на решение демографических вопросов и повышение уровня человеческого капитала на Дальнем Востоке страны.

Ключевые слова: идентичность, региональная идентичность, самоидентификация, молодежь, самоидентификация молодежи, дальневосточная молодежь, дальневосточники, Дальний Восток, миграция, отток населения, молодежная политика, государственная молодежная политика, региональная политика.

THE CREATION OF A REGIONAL IDENTITY AMONG YOUNG PEOPLE AS A REQUIREMENT TO MAINTAIN THE YOUTH POPULATION IN THE FAR EAST OF RUSSIAN FEDERATION

The article under consideration is based on sociological research conducted with the direct involvement of the author. It is intended to describe the reasons of out-migration from the Far East of Russian Federation. The author gives a review of out-migration from the Far East of Russian Federation, which occurs despite the measures taken by public authorities in order to enforce socio-economic development. The paper includes comparative analysis of Imperial, Soviet and contemporary Russian Federation policies, regarding the Far Eastern territories. Based on the carried out research, the author provides the rationale of various effects resulted from implementation of each aforementioned policy. The conclusion drawn by the author was that it is impossible to achieve the prosperity of the region without maintaining the population in this territory, as well as establishing comfortable living conditions equivalent to countries in the Asian and Pacific region. These two

conditions will contribute to regional identity creation among civilians, which in turn will positively influence the population maintenance in the Russian Far East Federal District. Young people is the most dynamically developing socio-demographic group, which is the main human resource to protect the border area and the interests of the country. In order to create their Far Eastern Identity multiple approaches could be used. Firstly, the institutional approach: affordable housing and education, promoting the family institution, domestic tourism, and improvement of business infrastructure. Secondly, the socio-cultural approach: support for children and youth public associations, in-depth study of the history and culture of the region, the development of mass sports and branding policy. The results reflected in this research article can be utilized and applied by public authorities aimed to tackle demographic issues and to raise the level of human capital in the Far East of the country.

Keywords: identity, regional identity, self-identification, youth/young people, youth identity, the Far Eastern youth, Far East citizens, the Far East, migration, population outflow/out-migration, youth policy, state youth policy, regional policy.

Освоение Дальнего Востока России и закрепление здесь постоянного населения на протяжении второго столетия является важнейшей задачей российского государства. К 1991 году удалось достичь исторического максимума народонаселения на этой территории в 8,06 млн человек [1]. Далее количество проживающих в регионе граждан начало существенно сокращаться, причем преимущественно за счет оттока в центральные и западные регионы страны, что, в свою очередь, повлияло на снижение трудового потенциала. Среди основных причин, стимулирующих миграционные настроения, молодежью Хабаровского края выделяются следующие: низкий уровень заработной платы (45 %), сложности с поиском работы (43,8 %), природно-климатические условия (34,3 %), неудовлетворенность материальным положением (33,1 %), отсутствие собственного жилья (25,3 %), неразвитость системы досуга (23,4 %) и социальной системы (18,5 %) [2; С. 85].

Вместе с тем, мировой опыт формирования благоприятного пространства в регионах свидетельствует о том, что залог успешного политического курса выражается в опоре на историко-культурный фундамент места или региональную идентичность [3]. В результате проведенных нами исследований¹ было опре-

делено, что одними из основных индикаторов самоидентификации молодых людей являются уровень доверия к социальным институтам, социальная среда и окружение, а также желание людей жить и работать на месте своего проживания.

Сравнительный анализ политики имперской, советской и современной России в отношении Дальнего Востока. Понимая значимость исторического аспекта в процессе построения государственной политики в отношении формирования региональной самоидентификации молодежи, обратим внимание, что в некоторой степени в политике имперской, советской и современной России имеется некоторое сходство (таблица 1), которое, в частности, выражается в наличии мегапроектов общегосударственного масштаба. Однако эффект от реализации проектов такого уровня различен. По нашему мнению, это связано с тем, что ранее они создавались нашими соотечественниками и имели исключительную значимость для страны, а сегодня работа над ними осуществляется в том числе за счет иностранных инвестиций и в большей степени в интересах стран-соседей и компаний, занимающихся добычей, переработкой, хранением и транспортировкой природных ресурсов. Вместе с этим, 54 % дальневосточников считают, что крупные проекты оказывают существен-

¹ Социологическое исследование «Миграционный потенциал и механизмы закрепления молодых специалистов в регионе» проведено в ноябре – декабре 2012 года. Научный руководитель д-р. социол. наук, профессор Байков Н.М. В качестве объекта исследования выступали студенты выпускных курсов 13 ведущих вузов Хабаровского края, ЕАО и Камчатского края (анкетный опрос, n=1093; доверительная вероятность 97 %, доверительный интервал ± 3 %). Тип выборочной совокупности – квотный в разрезе вузов и простой вероятностный при отборе факультетов и специальностей, случайный на этапе отбора студентов.

Фокус-групповое исследование «Взаимосвязь самоидентификации молодежи и ее жизненных стратегий» проведено в 2014 году. Научный руководитель канд. социол. наук, доцент Березутский Ю.В. В ходе опроса двух пилотажных фокус-групп в качестве объекта исследования выступали студенты (n=20). В трех фокус-группах участвовали активисты молодежных общественных объединений (n=8), представители государственных (n=10) и коммерческих (n=9) организаций в возрасте до 30 лет.

ное влияние на социально-экономическое развитие Дальневосточного федерального округа (далее – ДФО), [4] в то время как лично на себе результаты государственной политики, реали-

зуемой на Дальнем Востоке России, ощущает менее 10 % опрошенных молодых людей [5], в Хабаровском крае эта цифра несколько выше и в 2017 году составила 15,1 % [2; С. 48].

Таблица 1. Сравнительная таблица политики имперской, советской и современной России в отношении Дальнего Востока

| № п/п | Название критерия | Политика Российской империи | Политика СССР | Политика Российской Федерации |
|-------|-----------------------------|--|---|---|
| 1 | Организационное управление | В 1909 г. под председательством П.А. Столыпина стал действовать Комитет по заселению Дальнего Востока [6; С. 73] | В 1922 г. образован Дальневосточный революционный комитет (Дальревком) [7]; в 1926 г. образован Исполнительный комитет Дальневосточного краевого Совета депутатов (Далькрайисполком) [8]; создано Дальневосточное переселенческое управление (1926 – 1929 гг.) [8; с. 15–16] | В соответствии с Указом Президента Российской Федерации от 21.05.2012 № 636 «О структуре федеральных органов исполнительной власти», создано Министерство Российской Федерации по развитию Дальнего Востока |
| 2 | Программный подход | Разработана программа мер по переселению и обустройству переселенцев в Приамурском крае с учетом предоставления им мер поддержки | Во второй половине 1925 г. разработаны планы колонизации Дальнего Востока. Утвержден проект, предусматривавший меры для сельскохозяйственного и промышленного развития региона, а также поддержку переселенцев [9] | Принято Постановление Правительства Российской Федерации от 15.04.2014 № 308 «Об утверждении государственной программы Российской Федерации «Социально-экономическое развитие Дальнего Востока и Байкальского региона». Подписано Постановление Правительства Хабаровского края от 25.10.2013 № 355-пр «О государственной программе Хабаровского края «Оказание содействия добровольному переселению в Хабаровский край соотечественников, проживающих за рубежом» [10] (аналогичные нормативные правовые акты действуют и в других субъектах ДФО) |
| 3 | Привязка к земле | В результате столыпинской реформы возникло единоличное землепользование. Упрощен порядок получения земли | - | Бесплатное выделение гражданам по одному гектару земли территории Дальнего Востока России [11] |
| 4 | Материальное стимулирование | Выдавалась домообзаводная ссуда переселенцам | Предоставление жилья молодым специалистам. Материальное стимулирование переселений (льготы во время переезда и на местах вселения), установление единовременных пособий и ссудной помощи; утверждение дополнительных отпусков и районных коэффициентов; выдача кредитов колхозам для переселенцев и молодых семей | Постановление Правительства Российской Федерации от 02.03.2018 № 215 «Об утверждении Правил предоставления субсидий из федерального бюджета организациям воздушного транспорта в целях обеспечения доступности воздушных перевозок населению и о признании утратившими силу некоторых актов Правительства Российской Федерации» [12] (предоставлено право на авиаперевозку по специальному (льготному) тарифу лицам в возрасте до 23 лет, женщинам старше 55 лет, мужчинам старше 60 лет, инвалидам I группы, инвалидам с детства II и III групп). Действие на территории ДФО программ улучшения жилищных условий отдельных категорий граждан |

| № п/п | Название критерия | Политика Российской империи | Политика СССР | Политика Российской Федерации |
|-------|--------------------------------------|--|---|---|
| 5 | Развитие транспортной инфраструктуры | Строительство Транссибирской железной дороги | Строительство Байкало-Амурской магистрали | Строительство газопровода «Сила Сибири» |

Источник: составлено автором.

Однако эффект от политики в отношении социально-экономического развития Дальнего Востока России, проводимой на отдельных этапах развития российской государственности, получается различным. Этому есть объяснение, связанное с изменением уклада жизни населения и научно-техническим прогрессом. Так, если во времена Российской империи люди массово ехали на Дальний Восток за землей и льготами, не беспокоясь при этом о наличии какой-либо инфраструктуры в контексте значения этого слова для того времени, то в настоящее время все то же отсутствие инфраструктуры, как и сто лет назад, в дополнение к оптимизации бюджетных расходов (в силу политической и внешнеэкономической ситуации), отсутствию тепло-, водо-, газо- и электроснабжения на предлагаемых гражданам гектарах земли, является принципиальным сдерживающим фактором для развития на этих территориях бизнеса, сельского, лесного и охотничьего хозяйства. Так, по данным ВЦИОМ 2017 года, для 81 % россиян и 70 % дальневосточников возможность бесплатного получения земельного участка на территории Дальнего Востока России не является привлекательной. Участвовать в получении «дальневосточного гектара» стали бы 14 % наших сограждан и 27 % жителей ДФО, причем только в целях строительства собственного дома (39 % россиян, 44 % жителей ДФО), в то время как занятие фермерством (11 % россиян, 8 % жителей ДФО) и бизнесом (17 % россиян, 13 % жителей ДФО) на переданной государством земле в настоящее время привлекает людей значительно меньше [13]. Одновременно региональные исследования выявили только 10 % молодежи Хабаровского края, которая считает, что реализация программы «дальневосточный гектар» будет способство-

вать «закреплению» дальневосточников на этой территории. Среди респондентов лишь 3,9 % молодых людей и их родительских семей уже воспользовались предоставленным правом на получение земли, в то время как 60,6 % не планируют вступать в эту программу [2; С. 88-90].

Другими словами, современная государственная политика в отношении социально-экономического развития Дальневосточного региона во многом опирается на исторический опыт. Вместе с этим, учитывая, что Президентом Российской Федерации В.В. Путиным национальным приоритетом страны на весь XXI век назван подъем ДФО [14], в ближайшие годы органам государственной и муниципальной власти, а также гражданскому обществу предстоит совершить качественно новые шаги на пути к реализации поставленной цели. Принимая во внимание, что для развития территории в первую очередь необходимо наличие человеческих ресурсов (в частности стабильного с точки зрения проживания населения), то создание максимально комфортных и привлекательных условий проживания граждан, для которых Дальний Восток России является «малой Родиной», вызывающей положительные ассоциации, является стратегически важной задачей, помочь решить которую может формирование сильной региональной идентичности.

Подходы к формированию дальневосточной идентичности. Изучая идентичность молодежи как основной источник развития Дальнего Востока России, мы пришли к выводу, что для ее формирования целесообразно в государственной политике опираться на институциональный [15] и социокультурный подходы [16, 17] (таблица 2).

Таблица 2. Подходы к формированию дальневосточной идентичности молодежи

| Дальневосточная идентичность молодежи | |
|---|--|
| Институциональный подход | Социокультурный подход |
| 1. Развитие программ доступного жилья для молодежи, в том числе использование субъектами ДФО опыта Хабаровского края в сфере предоставления социальной выплаты на погашение остатка основного долга по жилищному (ипотечному) кредиту, оформленному на строительство (приобретение) жилого помещения, при рождении (усыновлении, удочерении) третьего ребенка или последующих детей | 1. Поддержка и развитие детских и молодежных общественных объединений |
| 2. Стимулирование развития института семьи, в том числе путем снятия социальной напряженности в сфере обеспечения детей местами в детских садах с учетом близости к месту проживания ребенка | 2. Развитие массового спорта, проведение крупных спортивных мероприятий на территории ДФО |
| 3. Обеспечение доступного образования молодежи, в том числе путем получения бесплатного первого высшего образования в образовательных учреждениях, расположенных на территории региона, в котором молодой человек постоянно проживал последние пять лет | 3. Усиление образовательных программ в образовательных организациях ДФО уроками (дополнительными часами) по изучению истории, культуры, творчества поэтов и писателей Дальнего Востока России, а также жизни и быта коренных малочисленных народов Севера, Сибири и Дальнего Востока |
| 4. Развитие на Дальнем Востоке внутреннего туризма, в том числе экстремального (например, в Камчатском крае и Сахалинской области) и событийного (Хабаровский край). Обеспечение доступных цен на авиа- и ж/д-билеты по направлениям внутри дальневосточного региона для всех категорий граждан, проживающих на этой территории | 4. Развитие имиджевой политики региона в русле лозунга «Мы дальневосточники!» с опорой на местные традиции и культурные ценности |
| 5. Совершенствование инфраструктуры для бизнеса, в том числе путем развития транспортных сетей (улучшение качества дорожного покрытия) и предоставления доступных кредитов для субъектов малого и среднего предпринимательства | |

Основываясь на результатах исследований, можно сделать вывод, что для формирования стабильного населения (с точки зрения его «закрепления» и снижения оттока) на Дальнем Востоке России целесообразно укрепление дальневосточной идентичности молодежи, добиться которой можно путем создания для нее благоприятных условий развития.

Так, принимая во внимание уровень цен на обучение в вузах центральной части России и за рубежом, при наличии возможности получения бесплатного высшего образования на территории своего региона, молодежь в большей степени будет заинтересована остаться в ДФО с целью реализации своих образовательных стратегий. Это также будет являться фактором привлечения на Дальний Восток России

молодых людей из других субъектов страны, многие из которых, завершив обучение, возможно, останутся здесь жить и работать. Согласно результатам исследования ВЦИОМ, проведенного в 2015 году, качественное образование детей, по мнению 29 % россиян, является одним из плюсов жизни на Дальнем Востоке [4], а социологический опрос, проведенный в 2017 году среди молодежи Хабаровского края в возрасте от 17 до 29 лет, показал, что для улучшения жизни и развития молодых людей региона в первую очередь необходимо предпринять все меры для предоставления ей бесплатного высшего образования [2].

Понимая, что молодость является периодом, когда человек находится в стадии высокой мобильности, а также приобретает новые

социальные роли, связанные с социальным статусом мужа (жены), отца (матери), можно предположить, что государственная поддержка молодых семей будет являться мощным стимулом закрепления данной категории граждан на Дальнем Востоке. При этом основной упор в этой связи необходимо сделать на такие базовые материальные ценности, как доступное жилье, влияющее на «укоренение» населения, и дошкольное (дополнительное) образование, лежащее в основе саморазвития и самореализации.

Подчеркнем, что фокус-групповые исследования, проведенные нами в 2014 году, показали, что молодежь желает получать новые впечатления и эмоции от жизни, а для этого необходимо развивать туристическую отрасль Дальнего Востока России, чтобы молодые люди не чувствовали себя «в ссылке» по сравнению со своими сверстниками, проживающими в центральной части России. При этом значимо, чтобы цены на туры внутри дальневосточного региона были доступными (ниже цен на отдых в странах Азиатско-Тихоокеанского региона (далее – АТР)).

Принимая во внимание тот факт, что спорт обладает мощным объединяющим эффектом (примером тому является проведение зимних Олимпийских и Паралимпийских игр в Сочи в 2014 году и Чемпионат мира по хоккею с мячом 2015 года в Хабаровске, Чемпионат мира по футболу 2018 года), как среди спортсменов, так среди болельщиков и волонтеров, то систематическое проведение крупных спортивных мероприятий на Дальнем Востоке будет способствовать развитию дальневосточной идентичности и современной инфраструктуры в регионе (стадионы, гостиницы, дороги, аэропорты и т.д.).

Отметим, что для поддержания региональной самоидентификации молодежи, опирающейся на историческое сознание, значимые символы и ценности, необходимо углубленное изучение молодым поколением местной истории, культуры и традиций, а также поддержка детских и молодежных общественных объединений как один из важнейших источников воспитания социально активных и патриотично настроенных граждан. Кроме того,

на сегодняшний день видится перспективным использование на государственном уровне современных имиджевых технологий для внедрения в сознание людей положительной самоидентификации «Мы дальневосточники» (участники проводимых нами фокус-групп пояснили, что гордятся «диковатым» менталитетом населения, проживающего в ДФО, а также местной первозданной природой и биоресурсами).

Вывод

Государственная политика в отношении развития Дальнего Востока России, основанная на институциональном и социокультурном подходах, приобретает особую значимость в условиях геополитического, социально-экономического и социально-культурного встраивания юго-востока России в систему стран АТР. Без создания здесь комфортных и достойных условий, равнозначных условиям жизни в странах АТР, рассчитывать на «прорывы» и сохранение населения на дальневосточных рубежах России будет проблематично. Размытая (слабо формируемая) идентичность будет и впредь влиять на усиление миграционных настроений и отъезд молодежи из региона.

Безусловно, региональная самоидентификация молодежи, являясь значимой характеристикой личности, не формируется в одночасье, но и отток населения с Дальнего Востока России не является результатом политики, проводимой в течение одного дня. Поэтому в целях сохранения и развития дальневосточного региона органам власти необходимо в первую очередь создавать условия для развития местного населения, а уже во вторую – для переселяющихся соотечественников из стран СНГ. Этому важно уделять особое внимание, поскольку в ходе исследования мы выяснили, что на «создание» жизненных стратегий помимо социальной структуры большое влияние оказывают стартовые возможности. И речь идет не только о воспитании, доходах родительской семьи и виде муниципального образования (городское или сельское поселение), где родился и социализировался индивид, здесь понимаются условия, создаваемые властными и общественными структурами, в которых растет и развивается человек.

Таким образом, в настоящее время является принципиальным проведение эффективной государственной (в том числе молодежной) политики, направленной на создание возможностей «успешного старта», для того чтобы с малых лет дети ощущали на себе заботу государства, чувствовали неразрывную связь

Список литературы

1. Распоряжение Правительства РФ от 20.06.2017 № 1298-р «Об утверждении Концепции демографической политики Дальнего Востока на период до 2025 года».

2. Березутский Ю.В. Социальный потенциал молодежи Хабаровского края: состояние и перспективы развития : отчет о НИР. – Хабаровск: ДВИУ РАНХиГС, 2017. – 106 с.

3. Назукина М.В. Новые тенденции в политике идентичности на региональном уровне в России: акторы, специфика, тренды / М.В. Назукина // Научный ежегодник Института философии и права Уральского отделения Российской академии наук. – 2014. – № 3. – С. 137-150.

4. Дальний Восток: что думают россияне? [Электронный ресурс]. URL: <http://wciom.ru/index.php?id=237&uid=115331> (дата обращения: 24.06.2016).

5. Миграционные процессы в Дальневосточном регионе России: опыт комплексного анализа: монография / под общ. ред. Н.М. Байкова. – Хабаровск: ДВИУ – филиал РАНХиГС, 2013. – С. 196.

6. Васильченко О.А., Васильченко Э.А. Переселение и организация жизнедеятельности семей на Дальний Восток России (1860–1941 гг.) : монография / О.А. Васильченко. – Владивосток: Изд-во Дальневосточного ун-та, 2008. – 340 с.

7. Дальневосточный революционный комитет [Электронный ресурс]. – URL: <http://dic.academic.ru/dic.nsf/ruwiki/1474597> (дата обращения: 25.07.2017).

8. Лескова Т.А. Государственное регулирование миграционных процессов на юге Дальнего Востока России в 20–30-е гг. XX в. Исторический опыт: автореф. дис. ... канд. ист. наук: 07.00.02. – Благовещенск, 2005. – 26 с.

9. Головин С.А. Основные тенденции ми-

с территорией проживания и, как следствие, идентифицировали себя преимущественно дальневосточниками, желающими жить, развиваться, строить семью и воспитывать детей на российском Дальнем Востоке. От этого во многом будет зависеть успех интеграции Российской Федерации в систему стран АТР.

грационной политики государства на Дальнем Востоке России в 1920 – 1930-е гг. // Преподаватель XXI век. – 2008. – № 2. – С. 105.

10. Постановление Правительства Хабаровского края от 25.10.2013 № 355-пр «О государственной программе Хабаровского края «Оказание содействия добровольному переселению в Хабаровский край соотечественников, проживающих за рубежом».

11. Постановление Правительства РФ от 15.04.2014 № 308 «Об утверждении государственной программы Российской Федерации «Социально-экономическое развитие Дальнего Востока и Байкальского региона».

12. Постановление Правительства РФ от 02.03.2018 № 215 «Об утверждении Правил предоставления субсидий из федерального бюджета организациям воздушного транспорта в целях обеспечения доступности воздушных перевозок населению и о признании утратившими силу некоторых актов Правительства Российской Федерации».

13. Дальний Восток: мониторинг миграционной ситуации [Электронный ресурс]. URL: <https://www.wciom.ru> (дата обращения: 03.10.2018).

14. Послание Президента Федеральному Собранию // Официальный сайт Президента Российской Федерации. URL: <http://президент.рф> (дата обращения: 20.12.2014).

15. Гофман И. Представление себя другим в повседневной жизни / Ирвинг Гофман: пер. с англ., вступ. ст. А.Д. Ковалева. – М.: КАНОН-пресс-Ц, 2000. – С. 299-301.

16. Giddens A. *Modernity and Self-Identity*. - Cal.: Stanford univ. press, 1991. – 256 p.

17. Baumeister R.F. Identity as adaptation to social, cultural, and historical context / R.F. Baumeister, M. Muraven // *Journal of Adolescence*. – 1996. – № 19. – P. 405-416.

References

1. On the approval of the Concept of demographic policy of the Far East by 2025: Act of the Government of Russia of 20.06.2017 No. 1298-p (with alterations of 30.11.2017).
2. Berezutsky Yu.V. Social potential of the youth of the Khabarovsk Territory: current state and development prospects: report on research and development. – Khabarovsk: FEIM RANEPА, 2017. – 106 p.
3. Nazukina M.V. Recent tendencies of identity politics on regional level in Russia: actors, specifics, trends // Research Yearbook of the Institute of Philosophy and Law, the Urals Division of the Russian Academy of Sciences. – 2014. – No. 3. – P. 137-150.
4. The Far East: what do Russian citizens think? [Electronic source]. Retrieved from <http://wciom.ru/index.php?id=237&uid=115331> (24.06.2016).
5. Migration processes in the Far Eastern region of Russia: the experience of complex analysis: a monograph / edited by N. M. Baikova. – Khabarovsk: FEIM – branch of RANEPА, 2013. – P. 196.
6. Vasilchenko O.A., Vasilchenko E.A. Relocation and organization of family activities to the Far East of Russia (1860 – 1941): monograph. – Vladivostok: Publishing House of the FEFU, 2008. – 340 p.
7. Far Eastern Revolutionary Committee [Electronic source]. Retrieved from <http://dic.academic.ru/dic.nsf/ruwiki/1474597> (25.07.2017).
8. Leskova T.A. State regulation of migration processes in the south of the Far East of Russia in the 20s – 30s XX century. Historical experience: abstract of dissertation. Candidate of Historical Sciences. – Blagoveshchensk, 2005. – 26 p.
9. Golovin S.A. The main trends of the state migration policy in the Far East of Russia in the 1920–1930 // Professor XXI century. – 2008. – № 2. – P. 105.
10. Act of the Government of the Khabarovsk Territory of 25.10.2013 No. 355-pr «On the state program of the Khabarovsk Territory» Assisting the voluntary resettlement of compatriots living abroad to the Khabarovsk Territory.
11. Act of the Government of Russian Federation of 15.04.2014 No. 308 On approval of the state program of the Russian Federation «Social and economic development of the Far East and the Baikal region».
12. Act of the Government of Russian Federation of 02.03.2018 No. 215 «On approval of the Rules for granting subsidies from the federal budget to organizations of air transport in order to ensure the affordability of air transportation to the population and on recognition of certain acts of the Government of the Russian Federation as invalid».
13. The Far East: monitoring of the migration situation [Electronic source]. Retrieved from <https://www.wciom.ru> (03.10.2018).
14. President's annual address to the Federal Assembly // Official site of the President of the Russian Federation. Retrieved from <http://president-rf.ru/> (20.12.2014)
15. Goffman E. The Presentation Self in everyday life / translation from English, introduction by A.D. Kovalev. - M.: CANON-Press C, 2000. – P. 299-301.
16. Giddens A. Modernity and Self-Identity. – Cal. : Stanford univ. press, 1991. – 256 p.
17. Baumeister R.F., Muraven M. Identity as adaptation to social, cultural, and historical context // Journal of Adolescence. – 1996. – № 19. – P. 405-416.

ОБ АВТОРАХ

Андрианова О.Р.

доцент кафедры «Технология и конструирование одежды», ФГБОУ ВО «Уфимский государственный нефтяной технический университет», г. Уфа, Российская Федерация

Баландин Д.А.

кандидат экономических наук, старший научный сотрудник, Пермский филиал Института экономики Уральского отделения Российской академии наук, г. Пермь, Российская Федерация

Бикметов Р.Ш.

кандидат социологических наук, доцент кафедры «Экономика и управление», Стерлитамакский филиал ФГБОУ ВО «Башкирский государственный университет», г. Стерлитамак, Российская Федерация

Бреслер М.Г.

кандидат философских наук, доцент кафедры «Международные отношения, история и востоковедение», ФГБОУ ВО «Уфимский государственный нефтяной технический университет», г. Уфа, Российская Федерация

Валиев Ш.З.

доктор экономических наук, профессор, заведующий кафедрой «Региональная экономика и управление», ФГБОУ ВО «Уфимский государственный нефтяной технический университет», г. Уфа, Российская Федерация

Гайсина Р.Р.

магистрант, Институт экономики и сервиса, ФГБОУ ВО «Уфимский государственный нефтяной технический университет», г. Уфа, Российская Федерация

Галиуллина В.В.

аспирант кафедры «Сравнительная и сопоставительная филология», ФГБОУ ВО «Башкирский государственный университет», г. Уфа, Российская Федерация

Галиуллина С.Д.

доктор исторических наук, профессор, заведующий кафедрой «Международные отношения, история и востоковедение» ФГБОУ ВО «Уфимский государственный нефтяной технический университет», г. Уфа, Российская Федерация

Гирфанова Л.Р.

кандидат технических наук, доцент кафедры «Технология и конструирование одежды», ФГБОУ ВО «Уфимский государственный нефтяной технический университет», г. Уфа, Российская Федерация

Гришин К.Е.

доктор экономических наук, профессор, профессор кафедры «Макроэкономическое регулирование и государственное управление», исполняющий обязанности директора Института экономики, финансов и бизнеса ФГБОУ ВО «Башкирский государственный университет», г. Уфа, Российская Федерация,

Дегтярева И.В.

доктор экономических наук, профессор, заведующий кафедрой «Экономическая теория», ФГБОУ ВО «Уфимский государственный авиационный технический университет», г. Уфа, Российская Федерация

Дубровина С.А.

кандидат экономических наук, доцент кафедры «Экономическая безопасность производственных комплексов», ФГАОУ ВО «Уральский федеральный университет имени первого президента России Б.Н. Ельцина», г. Екатеринбург, Российская Федерация

Зайнашева З.Г.

доктор экономических наук, профессор кафедры «Региональная экономика и управление», ФГБОУ ВО «Уфимский государственный нефтяной технический университет», г. Уфа, Российская Федерация

Земляницына Н.В.

магистрант кафедры «Банковский и инвестиционный менеджмент», ФГАОУ ВО «Уральский федеральный университет имени первого президента России Б.Н. Ельцина» г. Екатеринбург, Российская Федерация

Иванова К.Д.

бакалавр кафедры «Технология и конструирование одежды», ФГБОУ ВО «Уфимский государственный нефтяной технический университет», г. Уфа, Российская Федерация

Ишмухаметов Э.М.

магистрант, Институт экономики и сервиса, ФГБОУ ВО «Уфимский государственный нефтяной технический университет», г. Уфа, Российская Федерация

Карамова В.В.

магистрант, ФГБОУ ВО «Башкирский государственный университет», г. Уфа, Российская Федерация

Каримов М.Ф.

кандидат физико-математических наук, доцент кафедры «Физика и землеустройство», Бирский филиал ФГБОУ ВО «Башкирский государственный университет», г. Бирск, Российская Федерация

Каюмова Р.Ф.

кандидат технических наук, доцент кафедры «Технология и конструирование одежды», ФГБОУ ВО «Уфимский государственный нефтяной технический университет», г. Уфа, Российская Федерация

Клименков Г.В.

кандидат технических наук, доцент, старший научный сотрудник, Пермский филиал ФБГУН «Институт экономики Уральского отделения Российской академии наук», г. Пермь, Российская Федерация

Колганов Е.А.

кандидат социологических наук, доцент кафедры «Математика и информатика» Уфимского филиала ФГОБУ ВО «Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации», г. Уфа, Российская Федерация

Кондюкова Е.С.

кандидат философских наук, доцент кафедры «Банковский и инвестиционный менеджмент», ФГАОУ ВО «Уральский федеральный университет имени первого президента России Б.Н. Ельцина», г. Екатеринбург, Российская Федерация

Костин К.Б.

доктор экономических наук, доцент, профессор кафедры «Мировая экономика и международные экономические отношения», ФГБОУ ВО «Санкт-петербургский государственный экономический университет», г. Санкт-Петербург, Российская Федерация

Маликов Р.И.

доктор экономических наук, профессор, заведующий кафедрой «Проектный менеджмент и экономика предпринимательства» Института экономики и сервиса, ФГБОУ ВО «Уфимский государственный нефтяной технический университет», г. Уфа, Российская Федерация

Мишарин Ю.В.

научный сотрудник, Пермский филиал ФГБУН Института экономики Уральского отделения Российской академии наук, г. Пермь, Российская Федерация

Неучева М.Ю.

кандидат экономических наук, доцент кафедры «Экономическая теория и социально-экономическая политика», ГБОУ ВО «Башкирская академия государственной службы и управления при Главе Республики Башкортостан», г. Уфа, Российская Федерация

Пыткин А.Н.

доктор экономических наук, профессор, директор Пермского филиала ФГБУН Института экономики Уральского отделения Российской академии наук, г. Пермь, Российская Федерация

Ромодановская Н.Б.

преподаватель кафедры «Продюсерское мастерство», ФГБОУ ВО «Всероссийский государственный институт кинематографии им С.А. Герасимова (ВГИК)», г. Москва, Российская Федерация

Салихова С.Ф.

кандидат экономических наук, доцент, ФГБОУ ВО «Уфимский государственный нефтяной технический университет», г. Уфа, Российская Федерация

Сафуанов Р.М.

доктор экономических наук, профессор, директор Уфимского филиала ФГБОУ ВО «Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации», г. Уфа, Российская Федерация

Седаков Д.А.

ассистент кафедры «Региональная экономика и управление», ФГБОУ ВО «Уфимский государственный нефтяной технический университет», г. Уфа, Российская Федерация

Стасюк Е.В.

консультант отдела по законотворчеству в социальной сфере, государственного устройства и регламенту аппарата Законодательной Думы Хабаровского края, г. Хабаровск, Российская Федерация

Сулейманов А.Р.

кандидат политических наук, доцент кафедры «Международные отношения, история и востоковедение» ФГБОУ ВО «Уфимский государственный нефтяной технический университет», г. Уфа, Российская Федерация

Токарева Г.Ф.

кандидат социологических наук, доцент кафедры «Экономическая теория», ФГБОУ ВО «Уфимский государственный авиационный технический университет», г. Уфа, Российская Федерация

Фархтинов Р.Т.

кандидат социологических наук, доцент кафедры «Философия, история и право» Уфимского филиала ФГБОУ ВО «Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации», г. Уфа, Российская Федерация

Хакимов Р.М.

соискатель кафедры «Финансы и кредит» Институт экономики и сервиса, ФГБОУ ВО «Уфимский государственный нефтяной технический университет», г. Уфа, Российская Федерация

Хамматдинова Г.И.

магистрант, ФГБОУ ВО «Уфимский государственный нефтяной технический университет», г. Уфа, Российская Федерация

Хисаева А.И.

кандидат экономических наук, доцент, ФГБОУ ВО «Уфимский государственный нефтяной технический университет», г. Уфа, Российская Федерация

Шалина О.И.

кандидат экономических наук, доцент кафедры «Экономическая теория», ФГБОУ ВО «Уфимский государственный авиационный технический университет», г. Уфа, Российская Федерация

Шершнева Е.Г.

кандидат экономических наук, доцент кафедры «Банковский и инвестиционный менеджмент», ФГАОУ ВО «Уральский Федеральный университет имени первого президента России Б.Н. Ельцина», г. Екатеринбург, Российская Федерация

Шестакович А.Г.

кандидат экономических наук, доцент кафедры «Проектный менеджмент и экономика предпринимательства», ФГБОУ ВО «Уфимский государственный нефтяной технический университет», г. Уфа, Российская Федерация

ABOUT AUTHORS

Andrianova O.R.

Associate Professor of the Department «Technology and Designing Clothes», Ufa State Petroleum Technical University, Ufa, Russian Federation

Balandin D.A.

Candidate of Economic Sciences, Senior Researcher, Perm Branch of the Institute of Economics of the Ural Branch of the Russian Academy of Sciences, Perm, Russian Federation

Bikmetov R.Sh.

Candidate of Sociological Sciences, Associate Professor, Department of Economics and Management, Sterlitamak branch of Bashkir State University, Sterlitamak, Russian Federation

Bresler M.G.

Candidate of Philosophy, Associate Professor at the Department of International Relations, History and Oriental Studies, Ufa State Petroleum Technical University, Ufa, Russian Federation

Degtyareva I.V.

Doctor of Economic Sciences, Professor, Head Department of Economic Theory, Ufa State Aviation Technical University, Ufa, Russian Federation

Dubrovina S.A.

Candidate of Economic Sciences, Associate Professor of the Department «Economic Security of Industrial Complexes», Ural Federal University named after the first President of Russia B.N. Yeltsin, Yekaterinburg, Russian Federation

Farhtdinov R.T.

Candidate of Sociological Sciences, Associate Professor of the Department of Philosophy, History and Law of the Ufa Branch of Financial University under the Government of the Russian Federation, Ufa, Russian Federation

Gajsina R.R.

Master student, Institute of Economics and Service, Ufa State Petroleum Technical University, Russian Federation, Ufa

Galiullina S.D.

Doctor of Historical Sciences, Professor, Head of the Department of International Relations, History and Oriental Studies, Ufa State Petroleum Technical University, Ufa, Russian Federation

Galiullina V.V.

Postgraduate Student, Department of Comparative and Comparative Philology, Bashkir State University, Ufa, Russian Federation

Girfanova L.R.

Candidate of Technical Sciences, Associate Professor of the Department of Technology and Design of Clothes, Ufa State Petroleum Technical University, Ufa, Russian Federation

Grishin K.E.

Doctor of Economic Sciences, Professor, Professor of the Department of Macroeconomic Regulation and Public Administration, Acting Director of the Institute of Economics, Finance and Business, Bashkir State University, Ufa, Russian Federation

Hammatdinova G.I.

Undergraduate, Ufa State Petroleum Technical University, Ufa, Russian Federation

Ishmukhametov E.M.

Master student, Institute of Economics and Service, Ufa State Petroleum Technical University, Ufa, Russian Federation

Ivanova K.D.

Bachelor of Technology and Clothing Design, Ufa State Petroleum Technical University, Ufa, Russian Federation

Karamova V.V.

Master student, Bashkir State University, Russian Federation, Ufa

Karimov M.F.

Candidate of Physical and Mathematical Sciences, Associate Professor at the Department «Physics

and Land Management», Birsk branch of Bashkir State University, Birsk, Russian Federation

Kayumova R.F.

Candidate of Technical Sciences, Associate Professor of the Department «Technology and Design of Clothes», Ufa State Petroleum Technical University, Ufa, Russian Federation

Khakimov R.M.

Institute of Economics and Service, Ufa State Petroleum Technical University, Ufa, Russian Federation

Khisayeva A.I.

Candidate of Economic Sciences, Associate Professor, Ufa State Petroleum Technical University, Ufa, Russian Federation

Klimenkov G.V.

Candidate of Technical Sciences, Associate Professor, Senior Researcher, Perm Branch of the Institute of Economics, Ural Branch of the Russian Academy of Sciences, Perm, Russian Federation

Kolganov E.A.

Candidate of Sociological Sciences, Associate Professor, Department «Mathematics and Informatics», Ufa branch of Financial University under the Government of the Russian Federation, Ufa, Russian Federation

Kondyukova E.S.

Candidate of Philosophical Sciences, Associate Professor, Department «Banking and Investment Management», Ural Federal University named after the first president of Russia B.N. Yeltsin, Yekaterinburg, Russian Federation

Kostin K.B.

Doctor of Economic Sciences, Associate Professor, Professor of the Department of World Economy and International Economic Relations, St. Petersburg State University of Economics, St. Petersburg, Russian Federation

Malikov R.I.

Doctor of Economic Sciences, Professor, Head of the Project Management and Business Economics Department of the Institute of Economics and Service, Ufa State Petroleum Technical University, Ufa, Russian Federation

Misharin Yu.V.

Researcher, Perm Branch of the Institute of Economics of the Ural Branch of the Russian Academy of Sciences, Perm, Russian Federation

Neucheva M.Yu.

Candidate of Economic Sciences, Associate Professor of the Department of Economic Theory and Socio-Economic Policy, Bashkir Academy of Public Administration and Management under the Head of the Republic of Bashkortostan, Ufa, Russian Federation

Pytkin A.N.

Doctor of Economic Sciences, Professor, Director of the Perm Branch of the Institute of Economics of the Ural Branch of the Russian Academy of Sciences, Perm, Russian Federation

Romodanovskaya N.B.

Lecturer of the Department «Producer Excellence», All-Russian State Institute of Cinematography named after S. Gerasimov, Moscow, Russian Federation

Safuanov R.M.

Doctor of Economic Sciences, Professor, Director of the Ufa branch of Financial University under the Government of the Russian Federation, Ufa, Russian Federation

Salikhova S.F.

Candidate of Economic Sciences, Associate Professor, Ufa State Petroleum Technical University, Ufa, Russian Federation

Sedakov D.A.

Assistant of the Department «Regional Economics and Management», Ufa State Petroleum Technical University, Ufa, Russian Federation

Shalina O.I.

Candidate of Economic Sciences, Associate Professor of the Department of Economic Theory, Ufa

State Aviation Technical University, Ufa, Russian Federation

Shershneva E.G.

Candidate of Economic Sciences, Associate Professor, Department of Banking and Investment Management, Ural Federal University named after the first president of Russia B.N. Yeltsin, Yekaterinburg, Russian Federation

Shestakovich A.G.

Candidate of Economic Sciences, Associate Professor of the Department «Project Management and Business Economics», Ufa State Petroleum Technical University, Ufa, Russian Federation

Stasyuk E.V.

Consultant, Department of Lawmaking in the Social Sphere, State Organization and Regulations of the Apparatus of the Legislative Duma of the Khabarovsk Territory, Khabarovsk, Russian Federation

Suleymanov A.R.

Candidate of Political Sciences, Associate Professor, Department of International Relations, History and Oriental Studies, Ufa State Petroleum Technical University, Ufa, Russian Federation

Tokarev G.F.

Candidate of Sociological Sciences, Associate Professor, Department of Economic Theory, Ufa State Aviation Technical University, Ufa, Russian Federation

Valiev Sh.Z.

Doctor of Economic Sciences, Professor, Head of the Department of Regional Economics and Management, Ufa State Petroleum Technical University, Ufa, Russian Federation

Zaynasheva Z.G.

Doctor of Economic Sciences, Professor of the Department «Regional Economics and Management, Ufa State Petroleum Technical University, Ufa, Russian Federation

Zemlyanitsina N.V.

Master student of the Department «Banking and Investment Management», Ural Federal University named after the first president of Russia B.N. Yeltsin, Yekaterinburg, Russian Federation

Требования к оформлению материалов, предоставляемых для публикации в журнале:

1. Статьи, предоставляемые авторами в журнал, должны соответствовать профилю журнала, обладать новизной, интересовать широкий круг научной общественности.
2. Редакция принимает к публикации только открытые материалы на русском и английском языках (для иностранных авторов).
3. Поля — 2,5 см с каждой стороны; шрифт — Times New Roman, кегль — 14, межстрочный интервал — полуторный; ссылки на литературу в квадратных скобках. При наличии ссылок список литературы обязателен (в порядке цитирования, в соответствии с ГОСТ 7.1–2003 или ГОСТ Р7.05–2008).
4. В правом верхнем углу жирным курсивом: фамилия, имя, отчество авторов (обязательно полностью), ученая степень, ученое звание, должность, наименование организации (полностью), страна, город.
5. По центру, жирным шрифтом, заглавными буквами: название статьи. УДК — в правом верхнем углу.
6. В конце статьи укажите почтовый адрес с указанием индекса, фамилию и инициалы получателя (поэтому адресу будет выслан журнал), телефон (мобильный), e-mail контактного лица. Файл со статьей оформить: Фамилия И.О. doc (или docx). Отправлять по адресу: uor-ugaes@mail.ru.
7. Обязательно прислать цветное фото авторов отдельным файлом (не менее 1 Мб и не более 5 Мб).
8. К статье должны быть приложены на русском и английском языках: название статьи, аннотация (не менее 240 слов, определяющих теоретическую ценность и практическую новизну статьи), ключевые слова (не менее 10), список литературы обязателен (не менее 8 источников).
9. Автор дает согласие на воспроизведение на безвозмездной основе в сети Интернет на сайте ФГБОУ ВО «УГНТУ» электронной версии своей статьи, опубликованной в журнале «Вестник УГНТУ. Наука, образование, экономика. Серия экономика».
10. Графический и табличный материал должен быть представлен в приложении к WORD. Например, MicrosoftGraph, без использования сканирования; для диаграмм применять различную штриховку, размер шрифта 10 или 11 pt, математические формулы оформляются через редактор формул MicrosoftEquation, а их нумерация проставляется с правой стороны. Таблицы подписываются 12-м шрифтом в правом верхнем углу, диаграммы, рисунки — по центру внизу.
11. Сокращение слов, имени, названий, как правило, не допускается. Разрешаются лишь общепринятые сокращения мер, физических, химических и математических величин и терминов и т.д.
12. Поступившие в редакцию статьи в обязательном порядке будут проходить рецензирование. Рецензии отклоненных работ высылаются авторам и содержат аргументированный отказ от публикации. В рецензиях работ, отправленных на доработку, указываются замечания к статье.
13. Все статьи, поступившие в редакцию, в обязательном порядке проходят проверку в системе «Антиплагиат». Для аспирантов, студентов, кандидатов наук допустимая норма заимствований — не более 25 %, для докторов наук, профессоров — не более 15 %.

Памятка авторам

В статье настоятельно рекомендуется:

- НЕ использовать табуляцию (клавиша Tab);
- НЕ устанавливать свои стили абзацев (кроме принятых по умолчанию);
- НЕ расставлять автоматические списки (при нумерации строк и абзацев);
- НЕ ставить двойные, тройные и т.д. пробелы между словами. Рекомендуется применять в статье только один тип кавычек («») или («»).

Помнить о том, что необходимо различать дефис и тире. Тире выставляется сочетанием двух клавиш («Ctrl» + «-»).

Все цитаты в статье должны быть соотнесены со списком литературы, при прямом цитировании обязательно указывать номера страниц. Список литературы не следует смешивать с примечаниями, которые должны располагаться перед списком литературы.

Статьи, не соответствующие требованиям, отклоняются для доработки.

Requirements for the materials, provided for publication in the journal:

1. Articles provided by the authors in the Journal should match the profile of the magazine, are new, are interested in a wide range of scientific community.
2. Revision accepted for publication only open materials in Russian Federation and English (for foreign authors).
3. Fields — 2.5 cm on each side; font — Times New Roman, font size — 14, line spacing — one and a half; References in square brackets. If there is a list of literature references is required (in order of citation in accordance with GOST 7.1–2003 or GOST R7.05–2008).
4. In the upper right corner in bold italics: surname, name, patronymic of the author (certainly in full), academic degree, academic rank, position, name of organization (in full), country, city.
5. Centered, bold capital letters: title of the article. UDC — in the upper right corner.
6. At the end of the article, specify the e-mail address with ZIP code, name and initials of the recipient (the address will be sent to the magazine), telephone (mobile), e-mail the contact person. Article File Contents: Surname N. P. doc (or docx). Send to the address: uop-ugaes@mail.ru.
7. Be sure to send a color photo of the authors in a separate file (at least 1 MB and not more than 5 MB).
8. To the article must be accompanied by the Russian Federation and English languages: the article title, abstract (not less than 240 words, determine the theoretical value and practical novelty of the article), keywords (at least 10), references required (at least 8 sources).
9. Author agree stop lay free of charge on the Internet at the website FSBEI HE «USPTU» electronic version of his article published in the journal «Bulletin USPTU. Science, education, economy. Series economy».
10. Graphical and tabular material should be presented in the annex to the WORD. For example, Microsoft Graph, without scanning; diagrams for applying a different shading, font size 10 or 11 pt, mathematical formulas are made through the formula editor Microsoft Equation, and their numbers stamped on the right side. Table signed by the 12th print in the upper right corner, diagrams, drawings — at the bottom center.
11. Reductions of words of names usually are not permitted. Allowed only standard abbreviations measures, physical, chemical and mathematical quantities and terms, etc.
12. Received articles will necessarily be reviewed. Reviews of rejected papers are sent to the authors and contain are atoned rejection of the publication. In reviews of works sent for revision, specify comments on the article.
13. All articles received by the editorial compulsorily tested in the «Anti-plagiarism». For graduate students, candidates of sciences allow able rate loans — no more than 25 % for doctors, professors — not more than 15 %.

Memo to authors

The article is highly recommended:

- DO NOT use the tab key (Tab);
- DO NOT place your paragraph styles (other than the defaults);
- DO NOT set automatic lists (with line numbers and paragraphs);
- DO NOT put double, triple and so. D. The spaces between words. Recommended in the article is only one type of quotes («») or («»).

Remember that it is necessary to distinguish between hyphens and dashes. Dash exhibited a combination of two keys («Ctrl» + «-»).

All quotations in the article should be correlated with the list of literature, with direct quotations necessarily indicate page numbers. References should not be confused with the notes that must be placed before the bibliography.

Articles that do not meet the requirements will be rejected for revision.