



ISSN 2413-046X

MOSCOW ECONOMIC JOURNAL

МОСКОВСКИЙ ЭКОНОМИЧЕСКИЙ ЖУРНАЛ



7
2020



№ 7/2020

Научно-практический ежеквартальный
сетевой журнал

СВИДЕТЕЛЬСТВО о регистрации
средства массовой информации Эл №
ФС77-62150

Международный стандартный
серийный номер **ISSN 2413-046X**

Публикации в журнале
направляются в международную базу
данных **AGRIS ФАО ООН** и размещаются
в системе Российского индекса научного
цитирования (**РИНЦ**)

«Московский экономический журнал»
включен в **перечень ВАК рецензируемых
научных изданий**, в которых должны
быть опубликованы основные научные
результаты диссертаций на соискание
ученых степеней кандидата и доктора наук

Издатель ООО «Электронная наука»

Главный редактор: Иванов Николай
Иванович, д.э.н., заведующий кафедрой
экономической теории и менеджмента
Государственного университета по
землеустройству

**Заместитель главного
редактора:** Казённова Т.

Редактор выпуска: Якушкина Г.

Редакторы: Удалова Е., Михайлина
Е.

105064, г. Москва, ул. Казакова, д.
10/2, (495)543-65-62, info@mshj.ru

Scientific-practical quarterly journal

CERTIFICATE of registration media

AI № FS77-62150

International standard serial number
ISSN 2413-046X

Publication in the journal to the database
of the International information system for
agricultural science and technology AGRIS,
FAO of the UN and placed in the system of
Russian index of scientific citing

“Moscow economic journal” is included
in the VAK list of peer-reviewed scientific
publications, where must be published basic
scientific results of dissertations on
competition of a scientific degree of candidate
of Sciences, on competition of a scientific
degree of doctor of science

Publisher «E-science Ltd»

Editor in chief: Ivanov Nikolai
Ivanovich, doctor of Economics, head of
Department of economic theory and
management State University of land
management

Deputy editor-in-chief: Kazennova T.

Editor: Yakushkina G.

Editors: Udalova E., Mikhaylina E.
105064, Moscow, Kazakova str., 10/2,
(495)543-65-62, info@mshj.ru

Редакционная коллегия

Главный редактор: Иванов Николай Иванович, д.э.н., заведующий кафедрой экономической теории и менеджмента Государственного университета по землеустройству.

Вершинин В.В. - директор Научно-исследовательского института земельных ресурсов Государственного университета по землеустройству, доктор экономических наук, профессор, председатель редакционного совета. ORCID iD 0000-0001-9046-827X

Волков С.Н. - ректор Государственного университета по землеустройству, академик РАН, доктор экономических наук, профессор, заслуженный деятель науки РФ. ORCID iD 0000-0002-0931-065X

Орлов С.В. - кандидат экономических наук, профессор, депутат Московской городской Думы

Романенко Г.А. - вице-президент РАН, академик РАН, доктор экономических наук, профессор

Гордеев А.В. - губернатор Воронежской области, академик РАН, доктор экономических наук, профессор

Петриков А.В. - директор Всероссийского института аграрных проблем и информатики им. А.А.Никонова, академик РАН, доктор экономических наук, профессор.

Белобров В.П. - доктор сельскохозяйственных наук, профессор, ФГБНУ "Почвенный институт имени В.В. Докучаева

Таранова И.В. - профессор кафедры финансового менеджмента и банковского дела, туризма и сервиса, Ставропольского государственного аграрного университета

Гусаков В.Г. - вице-президент БАН, академик Белорусской академии наук, доктор экономических наук, профессор

Сидоренко В.В. - заместитель главного редактора по Южному федеральному округу, доктор экономических наук, профессор Кубанского государственного аграрного университета, заслуженный деятель науки РФ

Пармакли Д.М. - профессор кафедры экономики Комратского государственного университета (Республика Молдова), доктор экономических наук

Коробейников М.А. - вице-президент Международного союза экономистов, член-корреспондент РАН, доктор экономических наук, профессор

Бунин М.С. - директор Центральной научной сельскохозяйственной библиотеки, доктор сельскохозяйственных наук, профессор, заслуженный деятель науки РФ

Серова Е.В. - руководитель Московского офиса ФАО ООН, доктор экономических наук, профессор

Саблук П.Т. - директор Института аграрной экономики УАН, академик Украинской академии наук, доктор экономических наук, профессор, доктор экономических наук, профессор

Широкова В.А. - доктор географических наук, профессор, заведующая отделом истории наук о Земле Института истории науки и техники имени С.И. Вавилова РАН

Иванов А.И. - член-корреспондент РАН, доктор сельскохозяйственных наук, профессор, ФГБНУ «Агрофизический научно-исследовательский институт», заведующий отделом

Андреа Сегре - декан, профессор кафедры международной и сравнительной аграрной политики на факультете сельского хозяйства в университете г.Болонья (Италия)

Чабо Чаки - профессор, заведующий кафедрой и декан экономического факультета Университета Корвинуса г. Будапешт (Венгрия)

Холгер Магел - почетный профессор Технического Университета Мюнхена, почетный президент Международной федерации геодезистов, президент Баварской Академии развития сельских территорий

Узун В.Я. - доктор экономических наук РАНХиГС, старший научный сотрудник, Москва

Шагайда Н.И. - д.э.н., зав. лабораторией аграрной политики Научного направления «Реальный сектор»

Хлыстун В.Н. - академик РАН, д.э.н., профессор Государственного университета по землеустройству

Editorial board

Chief Editor: Ivanov Nikolay, head of Department of economic theory and management State University on land management.

Vershinin V.V. - Director of the Research Institute of Land Resources of the State University of Land Management, Doctor of Economics, Professor, Chairman of the Editorial Board.

Volkov S.N. - Rector of the State University for Land Management, Academician of the Russian Academy of Sciences, Doctor of Economics, Professor, Honored Scientist of the Russian Federation

Orlov S.V. - candidate of economic Sciences, Professor, Deputy of the Moscow city Duma

Romanenko G.A. - Vice President of the Russian Academy of Sciences, Academician of the Russian Academy of Sciences, Doctor of Economics, Professor

Gordeev A.V. - Governor of the Voronezh Region, Academician of the Russian Academy of Sciences, Doctor of Economics, Professor

Petrikov A.V. - Director of the All-Russian Institute of Agrarian Problems and Informatics them. A.A. Nikonova, Academician of the Russian Academy of Sciences, Doctor of Economics, Professor

Belobrov V. P. - Doctor of agricultural Sciences, Professor, FSBI "Soil Institute named after V. V. D

Taranova I.V. - Professor of the Department of financial management and banking, tourism and service, Stavropol state agrarian University

Gusakov V.G. - Vice-President of the Academy of Sciences of Belarus, Academician of the Belarusian Academy of Sciences, Doctor of Economics, Professor

Sidorenko V.V. - Deputy Chief Editor for the Southern Federal District, Doctor of Economics, Professor of the Kuban State Agrarian University

Parmakli, D.M. - Professor of the Department of Economics of Comrat State University (Republic of Moldova), Doctor of Economics

Korobeinikov M.A. - Vice-President of the International Union of Economists, Corresponding Member of the Russian Academy of Sciences, Doctor of Economics, Professor

Bunin M.S. - Director of the Central Scientific Agricultural Library, Doctor of Agricultural Sciences, Professor, Honored Scientist of the Russian Federation

Serova E.V. - The head of the Moscow office of the FAO United Nations, doctor of economic sciences, professor

Sabluk P.T. - Director of the Institute of Agrarian Economics of the Ukrainian Academy of Sciences, Academician of the Ukrainian Academy of Sciences, Doctor of Economics, Professor

Shirokova V. A. - doctor of geographical Sciences, Professor, head of the Department of history of Earth Sciences of the Institute of history of science and technology named after S. I. Vavilov RAS

Ivanov A. I. - corresponding member of the RAS, doctor of agricultural Sciences, Professor, agrophysical research Institute, head of the Department

Andrea Segrè - Dean, Professor of the Department of International and Comparative Agricultural Policy at the Faculty of Agriculture at the University of Bologna (Italy)

Csaba Csáki - Professor, Head of the Department and Dean of the Faculty of Economics, Corvinus University, Budapest (Hungary)

Holger Magel - Professor at the Technical University of Munich, honorary president of the International Federation of Surveyors, president of the Bavarian Academy of Rural Development

Uzun V.Y. - Doctor of Economics, Russian Academy of Science, Senior Researcher, Moscow

Shagaida N. I. - Doctor of economic sciences, head. Laboratory of Agrarian Policy of the Scientific Direction "Real Sector"

Khlystun V. N. - Academician of the Russian Academy of Sciences, Doctor of Economics, Professor of the State University for Land Management

СОДЕРЖАНИЕ

Науки о земле

- Жданова Р.В., Гальченко С.А., Гончарова А.В.** Организационный механизм формирования землепользования автомобильных дорог с применением инновационных технологий 9
- Гончарова А.В., Гальченко С.А., Антропов Д.В.** Правовое регулирование формирования землепользования линейных объектов 18
- Гончарова А.В.** Определение экономической эффективности строительства транспортной автомобильной развязки 28
- Равелев К.А.** Техничко-экономическое обоснование выбора технологии проведения соляно-кислотной обработки на месторождении Пермского края 34
- Гаврильева Н.К., Николаева Ф.В., Старостина А.А., Гоголева Н.И.** Мониторинг земельных ресурсов Республики (Саха) Якутия 45

Экология и природопользование

- Козлов А.В., Вотинова А.О.** Техничко-экономическое обоснование внедрения комплексной технологии борьбы с осложнениями в системе сбора и транспортировки нефти 58
- Туктаров Р.Б., Мельникова В.П., Пасовец Р.Д., Греков Д.А.** Оценка эксплуатационного состояния и степени риска аварии низконапорных гидротехнических сооружений 71

Отраслевая и региональная экономика

- Курочкин В.Н.** Стратегия вовлечения результатов инновационной деятельности в хозяйственный оборот сельскохозяйственных организаций 77
- Доделия К.В., Диденко М.П.** Особенности неформальной экономики Индии в XXI веке 86
- Ломакин А.Л., Ильин П.А.** Модель механизма получения дополнительных доходов Российской Федерацией с применением рынка ценных бумаг 99
- Курочкин В.Н.** Стратегические угрозы развитию сельскохозяйственным организациям южного региона 116
- Рутенко Е.Г., Мазурина Е.В.** Перспективы расширения в российской федерации действия налога на дополнительный доход от добычи углеводородного сырья с учетом мирового опыта 131
- Долженко И.Б.** Слияния и поглощения как инструмент обеспечения конкурентного превосходства американских ТНК потребительского сектора 144
- Чугреев А.С.** Роль человеческого капитала в условиях развития цифровой экономики региона 153
- Plotnikov A.V., Kursat D., Hiroko K., Mikhailova S.D.** The impact of digital transformation on the economy 163

Кузнеченко И.М., Ефимова Н.П. Проблемы консолидированного долга Тверской области.....	174
Тихонова С.В. Оценка импортозависимости и эффективности политики импортозамещения в отечественном машиностроении	182
Черникова С.А. Методологические основы и предпосылки разработки организационно — финансового механизм обеспечения стратегического развития инновационно-интеграционных формирований в сфере кооперативного международного движения в условиях устойчивого развития пространственно-отраслевой структуры региона.....	192
Докукина И.А., Облизов А.В. Формирование механизма управленческой деятельности в регионе на основе эффективной организации государственных закупок.....	207

Сельскохозяйственные науки

Винничек Л.Б., Хомутов М.А. Развитие растениеводства в Пензенской области: состояние и тенденции.....	225
Курочкин В.Н. Модернизация организации технического сервиса мтп сельскохозяйственных организаций.....	236
Курочкин В.Н. Концепция развития агропромышленного комплекса Ростовской области на период до 2020 года: предварительные итоги.....	242
Беляев А.И., Семиютина А.В., Солонкин А.В., Беликина А.В. Стратегические цели создания и развития селекционно-семеноводческого центра	249
Папаскири Т.В., Ананичева Е.П., Шевчук А.А., Байдакова К.Б., Дронина Д.А. Информационное взаимодействие с сервисами цифрового землеустройства	260
Черникова С.А. Проблемы финансирования молочнопродуктового подкомплекса в рамках развития региональной пространственно-отраслевой структуры	268
Низамзаде Т.Н. Подготовка к экспериментальному проекту консолидации сельскохозяйственных земель в Азербайджане	278

Аграрная экономика и политика

Черникова С.А. Современные вопросы и проблемы финансирования инвестиционных процессов аграрной политики России.....	293
--	-----

Экономическая теория

Тихонов А.И. Основные факторы удержания сотрудников в российских компаниях	301
Куликова Е.С. Контент как один из инструментов цифрового маркетинга.....	311
Панфилова Е.Е. Исследование проблем цифровой трансформации модели ведения бизнеса Остервальдера-Пинье в фармацевтической отрасли	319

Волостнов Н.С., Лазутина А.Л., Иванова О.Н., Задорожный Ю.В. Адаптивная эффективность коммерческих организаций как фактор обеспечения национальной / экономической безопасности	334
Кондрат В.С., Тихомирова О.Г. Исследование особенностей и разработка алгоритма SMM на производственных предприятиях	340
Кадол Н.Ф. Зарубежный опыт развития социального предпринимательства	346
Хармакшанова Е.В. Меры государственной поддержки развития альтернативной энергетики	355
Плохих Е.А. Влияние умной специализации на формирование конкурентоспособного регионального кластера	363
Опрышко Н.В., Лычагина Д.А. Сравнительный анализ бизнес-моделей жизненного цикла в отечественной и зарубежной практиках	372
Дорожкина В.Г. Проблемы реализации антикризисного управления в современных условиях.....	380
Агеев М.Н., Семина А.П. Социальный рекрутмент как эффективный инструмент подбора персонала.....	384
Романовская Е.В., Козлова Е.П., Бакулина Н.А., Гнездин А.В. Основные тенденции и закономерности развития организации производства на предприятиях отрасли.....	394
Суходоева Л.Ф., Немова О.А., Сидоров А.Н. Цифровая трансформация управленческих задач по решению ресурсных проблем.....	401
Смирнова Ж.В., Романовская Е.В., Закунова Е.Д., Гнездин А.В. Сущность и виды инвестирования	408
Андряшина Н.С., Романовская Е.В., Бакулина Н.А., Гнездин А.В. Формирование инвестиционной стратегии предприятия.....	414
Ноженко Д.В. Проблемы применения программно-целевого метода в управлении демографическими процессами	421
Куприянов К.В., Семенов С.В. Компоненты цифровой платформы поддержки инновационной деятельности.....	428
Винокурцева Е.А. Методологические подходы к исследованию внутреннего содержания организации закупочной деятельности.....	437
Скуба Р.В. Стратегии управления лояльностью и прибыльностью клиентов региональной коммерческой организации.....	443
Скуба Р.В. Потребительская удовлетворённость – основной показатель эффективности маркетинга региональной коммерческой организации.....	451
Скуба Р.В. Базовые характеристики рынка и их влияние на формирование маркетинговой стратегии региональной коммерческой организации	458

Скуба Р.В. Модель освоения доли рынка как инструмент управления рыночным потенциалом региональной коммерческой организации	470
Скуба Р.В. Оценка воспринимаемой покупателем ценности товара как основа формирования маркетинговой региональной коммерческой организации.....	479
Козлов А.В., Вотинова А.О. Статистико-экономический метод подбора технологий интенсификации притока	487
Борисов М.И. Какие экономические показатели важны нефтегазовым инвесторам. корреляционный анализ.....	496
Горбачёв А.С., Иванова А.А., Моисеенко А.М., Колов А.В., Ишкова К.С. Исследование системы мотивации сотрудников на предприятиях оборонно-промышленного комплекса России.....	502
Косарев С.А., Родичев М.В., Мебус А.В., Согомоян Р.М., Атоев В.В. Исследование клиентской лояльности в ресторанном бизнесе	511
Черникова С.А. Современные условия развития логистических процессов и управления цепями поставок региональной пространственно-отраслевой структуры	518
Садаев С.Ш.-А., Боканов А.А. Переход к системе централизованного бюджетного учета.....	525
Петижев А.Д. Влияние технологического прогресса на стратегическую устойчивость металлургических предприятий.....	532
Самсонов А.В., Васильев И.В. Оценка влияния распространения COVID-19 на финансовое состояние и инвестиционную привлекательность ПАО «Татнефть». 541	
Скуба Р.В. Сегментирование рынка как исходный компонент формирования маркетинговой стратегии региональной коммерческой организации	554
Скуба Р.В. Стратегии сегментирования рынка как инструмент повышения результативности маркетинговой деятельности региональной коммерческой организации.....	562
Скуба Р.В. Стратегии маркетинга взаимоотношений с клиентами региональной коммерческой организации	566
Скуба Р.В. Маркетинговые стратегии в конкурентной борьбе региональной коммерческой организации	573
Скуба Р.В. Маркетинговый анализ внешних источников конкурентоспособности региональной коммерческой организации.....	579
Абрамова Л.С., Аблаев Р.Р., Аблаев А.Р., Панфелюк Е.А. Исследование новых подходов управления персоналом как инструмента повышения эффективности деятельности предприятия.....	585

НАУКИ О ЗЕМЛЕ

EARTH SCIENCE

**Организационный механизм формирования землепользования автомобильных
дорог с применением инновационных технологий**

**Organizational mechanism for the formation of land use of highways using innovative
technologies**



УДК 332.154

DOI 10.24411/2413-046X-2020-10486

Жданова Руслана Владимировна,

доцент кафедры землепользования и кадастров ФГБОУ ВО Государственный университет по землеустройству, г.Москва

Гальченко Светлана Альбертовна,

профессор кафедры землепользования и кадастров ФГБОУ ВО Государственный университет по землеустройству, почетный работник высшей школы, г.Москва

Гончарова Анастасия Владимировна,

аспирант кафедры землепользования и кадастров ФГБОУ ВО Государственный университет по землеустройству, г.Москва

Zhdanova Ruslana Vladimirovna,

associate Professor of land use and cadastre Department, STATE University of land management, Moscow

Galchenko Svetlana Albertovna,

Professor of the Department of land use and cadastre, STATE University of land management, honorary employee of the higher school, Moscow

Goncharova Anastasia V.,

post-graduate student of the Department of land use and cadastre of the STATE University of land management, Moscow

Аннотация. В статье проведен анализ применяемых инновационных технологий в кадастровой деятельности и землеустройстве. Выявлены особенности современного этапа развития государства и общества в развитии оперативного решения различные задачи землепользования с применением инновационных технологий. Определено какие при этом многие задачи могут быть решены с помощью беспилотных комплексов. Рассмотрены отдельные инновационные технологии, которые возможно использовать при формировании землепользования автомобильных дорог. Определено, что мобильное лазерное сканирование как метод лазерной съемки, позволяющий в режиме движения позволит получать большое количество высокоточных измерений окружающего пространства.

Summary. The article analyzes the applied innovative technologies in cadastral activities and land management. The features of the modern stage of development of the state and society in the development of operational solutions to various problems of land use with the use of innovative technologies are revealed. It is determined what many tasks can be solved with the help of unmanned systems. Some innovative technologies that can be used in the formation of land use of highways are considered. It is determined that mobile laser scanning as a method of laser shooting, which allows you to get a large number of high-precision measurements of the surrounding space in motion mode.

Ключевые слова: Автомобильные дороги, земельные участки, землепользование,.

Keyword: Highways, land plots, land use.

Особенности современного этапа развития государства и общества выдвигают для оперативного решения различные задачи землепользования с применением инновационных технологий, такие как:

- установление границ муниципальных образований и населенных пунктов;
- установление границ водоохранных зон;
- установление охранных зон ЛЭП, нефте- и газопроводов;
- кадастровые работы по образованию земельных участков с целью постановки на государственный кадастровый учет;
- уточнение границ и площадей земельных участков и внесение изменений в государственный кадастровый учет (уточняемые земельные участки);
- установление полос отвода земельных участков, занятых автодорогами, нефте и газопроводами, с целью постановки их на государственный кадастровый учет;
- создание географических информационных систем управления территориями административных образований;

- обновление генеральных планов городов и тематических карт территорий в цифровом виде;
- инвентаризация и постановка на кадастровый учет земель и объектов недвижимости;
- эстетическая поддержка инвестиционных проектов и их ландшафтной привлекательности;
- обеспечение актуальной геоподосновой строительства жилья, предприятий, коммуникаций;
- инвентаризация ветхого и аварийного жилья, наземных инженерных сетей;
- трехмерное моделирование для решения задач анализа и планирования объектов землепользования;
- фиксация текущего состояния (внешнего вида) историко-культурного объекта для реставрационных работ;
- реконструкция разрушенных (утраченных) объектов по созданным трехмерным моделям;
- построение трехмерных моделей для последующей разработки и освоения проектов землеустройства объектов землепользования;
- инвентаризация и межевание земель;
- введение в оборот неиспользуемых сельскохозяйственных угодий;
- мониторинг состояния лесов, выявления очагов усыхания и болезней лесов, лесных пожаров;
- сертификация территорий, лесной аудит, контроль вырубок леса, классификация лесных массивов;
- создание карт контроля за оперативной лесохозяйственной обстановкой;
- мониторинг сельхозземель, анализ почвенного покрова;
- оценка состояния посевов и посевных площадей;
- создание геоинформационных систем управления лесным и сельским хозяйством;
- мониторинг состояния растительности, в частности для выяснения очагов усыхания;
- мониторинг несанкционированных свалок и полигонов отходов и др.
- При этом многие задачи могут быть решены с помощью беспилотных комплексов:
- мониторинг состояния объектов (лесов, сельскохозяйственных угодий, линий электропередач, нефте- и газопроводов, автомобильных дорог, железных дорог, берегов рек и водохранилищ);

- мониторинг динамики различных негативных процессов (разливов нефти на поверхности воды, пожаров и т.п.);
- составление крупномасштабных топографических планов М 1:2000, 1:5000.

Рассмотрим отдельные инновационные технологии, которые возможно использовать при формировании землепользования автомобильных дорог.

Мобильное лазерное сканирование — метод лазерной съемки позволяющий в режиме движения получать большое количество высокоточных измерений окружающего пространства. Riegl VMX-250 — одна из современных систем мобильного сканирования, представляет из себя 2 сканера, работающие в режиме профилографа, с частотой сканирования до 300 кГц (на сканер), 4 широкоугольные фотокамеры с частотой фотографирования до 5 кадров в секунду, инерциальный и навигационный GNSS блок и вычислительный блок.

Мобильный лазерный сканер позволяет определять: наклонную дальность D от сканера до объекта, находящегося на пути распространения лазерного луча, 3-х координат и пространственного положения сканера, 3-х угловых отклонений сканирующего луча и время получения измерений. Получая перечисленные 8 значений ориентирования для каждого лазерного отражения, в дальнейшем при обработке данных можно перейти к пространственным координатам каждой точки лазерного отражения.

Уникальность технологии мобильных систем сканирования RIEGL заключается в том, что процесс измерений полностью автоматизирован и выполняется непосредственно во время движения со скоростью от 20 до 100 км/ч, что позволяет выполнять огромные объемы работ за кратчайшее время.

Методика и технологии выполнения работ при использовании мобильной лазерной системы RieglVMX-250 заключается в выполнении следующих процедур:

- 1) описание физико-географической характеристики района выполнения работ;
- 2) анализ топографо-геодезической изученности района;
- 3) анализ сведений о методике и технологии выполнения работ;
- 4) геодезическое обеспечение мобильного лазерного сканирования;
- 5) монтаж мобильной сканирующей системы;
- 6) инициализация мобильной сканирующей системы;
- 7) выполнение мобильного лазерного сканирования;
- 8) обработка данных мобильного лазерного сканирования;
- 9) обработка комбинированной инерциально-спутниковой траектории совместно с ГНСС данными базовых станций;

- 10) обработка ГНСС траектории относительно базовых станций;
- 11) объединение облака точек и фотоснимков с траекторными данными, присвоение точкам цвета, согласно фотоснимкам;
- 12) разбиение точек по блокам, пересчет облака точек в местную СК, уравнивание и конвертация точек лазерных отражений;
- 13) контроль точности готовой продукции.

При описании физико-географической характеристики района выполнения работ дается характеристика климата, рельефа, основных пород, территорий, основной гидрореки. При анализе топографо-геодезической изученности района определяется наличие материалов предыдущей съемки на указанную часть территории.

Обработка данных производится с использованием лицензированного программного обеспечения, например «Topcon Tools» производства компании «Topcon», которая включает в себя:

- 1) вычисление всех векторов, входящих в геодезическую сеть;
- 2) отбраковку и последовательное исключение из уравнивания векторов, которые по своим параметрам (высокий вес, выбросы, невозможность введения поправки за ионосферу) не согласуются с характеристиками большинства векторов, входящих в сеть. Доброкачество измеренных векторов оценивалась при их вычислении по приближенному допуску;
- 3) математическую оценку точности замыканий (в плане или по высоте) замкнутых фигур, образованных GPS-векторами. Так, незамыкание в треугольниках векторов меньше определенных допусков (зависящих от длины полигонов) в 10-20 раз, что свидетельствует о высоком качестве наблюдений;
- 4) контроль согласованности исходных пунктов триангуляции. Для определения координат пунктов использовано более одного исходного пункта, что позволило оценить точность исходной геодезической сети;
- 5) окончательное уравнивание сети с закреплением исходных пунктов.

Перевод координат из WGS-84 в систему координат МСК-63 выполняется с точностью 2 мм.

Топографическая съемка проводится с пунктов планово-высотной опорной геодезической сети, без проложения теодолитных ходов. Для выполнения мобильного лазерного сканирования на автодороге, мобильный лазерный сканер был установлен на крыше автомобиля Nissan Pathfinder.



Рисунок – Мобильная сканирующая система VMX-250 на крыше автомобиля

Для получения качественных GNSS\INS данных перед началом выполнения мобильного сканирования выполняется процедура инициализации, которая заключается в приведении инерциального INS и навигационного GNSS блока в рабочее состояние и выполняется в 2 этапа. Сначала в течении 5-10 минут выполняются GNSS измерения в статическом режиме. Во время данного режима мобильная сканирующая система находится в покое (не перемещается). Затем в течении 10-15 минут при включенной сканирующей системе осуществляется перемещения с осуществлением разворотов и поворотов.

Процедура инициализации мобильной сканирующей системы выполняется перед началом выполнения сканирования.

Все компоненты мобильной системы жестко связаны между собой и располагаются на одной платформе. Это обеспечивает высокую внутреннюю точность измерений. Абсолютная точность измерений складывается из качества траекторных данных GNSS\INS измерений, данных геодезического обеспечения и качества их совместной обработки. Плотность лазерных измерений вдоль траектории сканирования зависит от установленной в сканере частоты измерений и скорости его движения. Чем ниже скорость, но выше частота сканирования – тем выше плотность лазерных измерений.

Выполнение мобильного лазерного сканирования выполняется в прямом и обратном направлениях при помощи мобильной системы Riegl VMX-250.

После выполнения мобильного лазерного сканирования выполняется камеральная обработка полученных данных в 3 этапа:

1. расчет траекторий мобильного лазерного сканирования совместно с данными ГНСС наблюдений на базовых станциях;
2. объединение облака точек и фотоснимков с траекторными данными, присвоение точкам цвета, согласно фотоснимкам;
3. разбиение точек по блокам, пересчет облака точек в местную СК, уравнивание и конвертация точек лазерных отражений.

Методика и технологии выполнения работ при использовании GPS приемников Leica 1200 GNSS включает 1) описание физико-географической характеристики района выполнения работ; 2) анализ топографо-геодезической изученности района; 3) анализ сведений о методике и технологии выполнения работ; 4) камеральную обработку данных, построение планов; 5) контроль точности готовой продукции.

Съемка выполняется горизонтальным и вертикальным методом при помощи электронного тахеометра Leica TCR 405 power с записью информации по пикетам на карту памяти прибора. По результатам выполненных съемок обновляется топографический план.

Сравним затраты на создание и содержание полевой группы с «обычным» и новым оборудованием (таблица 1).

Таблица 1 - Затраты на создание и содержание геодезической группы состоящей из трех человек

Показатель	Стоимость создания геодезической группы, руб./год	
	Традиционная технология	Инновационная технология
Оборудование	126 000	350 000
Амортизация автомобиля	35 000	35 000
Зарплата	1 260 000	420 000
Итого	1 421 000	805 000

При использовании оборудования Topcon GPT-3005LN требуется один специалист, необходимость в полевой группе из двух специалистов отпадает. Кроме того, если измерения затягиваются, то офисное сохранение данных происходит в автоматическом режиме (экономия труда специалистов камеральной группы).

Из приведенных выше расчетов видно, что на первый год создание бригады с инновационным оборудованием Topcon GPT-3005LN обходится дешевле, чем с «обычным» оборудованием. Использование данных приборов позволяет значительно увеличить эффективность работы и, соответственно, сократить трудозатраты.

Можно увеличить количество сотрудников занимающихся межевыми работами, что позволит уменьшить срок выполнения работы. Соответственно и увеличится прибыль за счёт увеличения числа выполняемых работ.

Анализ изменения временных затрат с учетом того, что одним объектом будут заниматься два сотрудника вместо одного (таблица 2).

В последние несколько лет геодезия характеризуется технологическими прорывами в области приборостроения, а в частности, инновационными технологиями сбора, обработки и предоставления информации.

Эти достижения расширяют круг задач, которые разрешаются посредством геодезических методов. Все более распространенными становятся такие виды инновационных технологий в геодезическом производстве, как цифровая аэрофотосъемка и лазерное сканирование. Их достоинство в том, что они обеспечивают полноту, точность и своевременность информации, что имеет огромное значение для более оперативного принятия стратегических решений.

Таблица 2 - Временные затраты на выполнения геодезических работ

Виды работ	Один сотрудник	Два сотрудника	
	минуты		
1. Запрос документов у Заказчика	30	30	-
2. Заказ необходимых документов в государственных учреждениях	90	15	75
3. Подготовка документов	90	-	90
4. Получение готовых документов	90	-	90
5. Обработка полученной документации	20	20	-
6. Составление межевого плана	$60 * 8 * 4 = 5760$ (4 дня)	$60 * 8 * 4 = 5760$	
7. Проверка межевого плана главным инженером	$60 * 8 = 480$ (1 день)	$60 * 8 = 480$	
8. Подготовка межевого плана для сдачи в кадастровую палату	60	-	60
9. Сдача межевого плана и получения ответа	80	80	-
Итого:	6700	6385	6555

В результате лазерного сканирования и цифровой аэрофотосъемки получаются цифровые продукты: пространственные модели рельефа, топографические планы и карты, ортофотоснимки и пространственные модели инженерных объектов.

Такие инновационные технологии имеют широкие перспективы. Они позволяют эффективнее и в более короткие сроки оценить техническое состояние исследуемых объектов вне зависимости от их сложности. Воздушное сканирование лазером и цифровая аэрофотосъемка ускоряют создание цифровых карт. В проектировании и реконструкции они также упрощают процесс.

Список литературы

1. Официальный сайт администрации муниципального образования Тверской области «Калининский район»: kalinin-adm.ru — (дата обращения 20.06.2020 г.).
2. Варламов, А.А., Копысов А.М., Подболотова Л.П. Предоставление земельных участков для строительства объектов транспортной инфраструктуры в свете изменений земельного законодательства (статья). Транспортное строительство: №01/2015.:М., 2015, с.18-22.
3. Российская Федерация. Постановление Правительства Российской Федерации «О нормах отвода земель для размещения автомобильных дорог и (или) объектов дорожного сервиса» от 02.09.2009 №717 (ред. от 11.03.2011г.) [Электронный документ] // «КонсультантПлюс»
4. Российская Федерация. Законы. «О переводе земель или земельных участков из одной категории в другую» [Электронный ресурс]: федеральный закон от 21.12.2004г. №172-ФЗ (ред. от 07.06.2013г.)// «КонсультантПлюс»
5. Российская Федерация. Законы. «Об экологической экспертизе» [Электронный ресурс]: федеральный закон от 23.11.1995г. №174-ФЗ (ред. от 12.02.2015г.) // «КонсультантПлюс»

Правовое регулирование формирования землепользования линейных объектов

Legal regulation of land use formation of linear objects



УДК 332.36

DOI 10.24411/2413-046X-2020-10487

Гончарова Анастасия Владимировна,

аспирант кафедры землепользования и кадастров ФГБОУ ВО Государственный университет по землеустройству, г.Москва

Гальченко Светлана Альбертовна,

профессор кафедры землепользования и кадастров ФГБОУ ВО Государственный университет по землеустройству, почетный работник высшей школы, г.Москва

Антропов Дмитрий Владимирович,

доцент кафедры землепользования и кадастров ФГБОУ ВО Государственный университет по землеустройству, г.Москва

Goncharova Anastasia V.,

post-graduate student of the Department of land use and cadastre of the STATE University of land management, Moscow

Galchenko Svetlana Albertovna,

Professor of the Department of land use and cadastre, STATE University of land management, honorary employee of the higher school, Moscow

Antropov Dmitry V.,

associate, Professor of the Department of land use and inventories of the State University on land management, Moscow

Аннотация. В статье приведена классификация линейных объектов, а также земельных участков, входящих в землепользования автомобильных дорог. Рассмотрены обременения сельскохозяйственных угодий земельными сервитутами и ущерб от влияния автомобильных дорог. В статье представлен обобщенный порядок установления придорожных полос автомобильных дорог. Показан результат установления придорожных полос автомобильных дорог. Представлен процесс изъятия земельного

участка для государственных и муниципальных нужд в Российской Федерации и оформления земли под линейный объект. Показано несоответствие в установлении порядка и регулировании отношений, связанных с изъятием земельных участков под строительство объектов автомобильных дорог.

Summary. The article provides a classification of linear objects, as well as land plots included in the land use of highways. Encumbrances of agricultural land with land easements and damage from the influence of highways are considered. The article presents a generalized procedure for the establishment of roadside strips of highways. Shows the result of the establishment of roadside strips of highways. The process of land acquisition for state and municipal needs in the Russian Federation and registration of land for a linear object is presented. The discrepancy in the establishment of the order and regulation of relations related to the withdrawal of land plots for the construction of road facilities is shown.

Ключевые слова: Автомобильные дороги, земельные участки, землепользование, изъятие, придорожные полосы.

Keyword: Highways, land plots, land use, withdrawal, roadside lanes.

Говоря о землепользовании автомобильных дорог различного уровня (федерального, регионального или местного), в которое входят земельные участки, занятые не посредственно полотном дороги и примыкающими к нему объектами (мосты, трубопроводы, шумозащитные экраны, и т.п.), сооружения под обслуживание автотранспорта (пункты техобслуживания, пункты весового контроля грузовые площадки, служебные, жилые и иные помещения и т.п.), участки во временном пользовании (на период строительства) необходимо рассматривать не только саму полосу отвода (включающее земельные участки и комплекс инженерных сооружений), но и прилегающие территории, право пользования которыми будет ограничено посредством установления специальных режимом, в т.ч. с целью охраны автомобильной дороги, и учитываемые при рассмотрении документов территориального планирования, документации по планировке территории, предназначенной для размещения автомобильных дорог.

Например, в результате обременения сельскохозяйственных угодий земельными сервитутами сельскохозяйственные организации теряют часть продукции, что сокращает их возможность выполнять обязательства (налоги, кредиты, пени, неустойки) перед третьими лицами: налоговыми органами, банками, другими юридическими и физическими лицами. Реальный ущерб от влияния автодорог на прилегающие территории по мнению Климова А.В., Харо И.А., Клеманова И.С. можно определять стоимостью потерянной

продукции в придорожных полосах и охранных зонах и стоимостью сноса недвижимого имущества (реальный ущерб, упущенную выгоду и убытки, связанные с досрочным прекращением обязательств перед третьими лицами). Вышеуказанные авторы отмечают, что центральным научно-исследовательским экономическим институтом в целях определения потерь урожая в придорожных полосах были проведены исследования, которые показали, что, потери урожая с прилегающих к автомобильной дороге территорий составляют от 5 до 82% в зависимости от вида сельскохозяйственных культур и количества вносимых удобрений [1].

Решению данных вопросов будет способствовать установление и внесение в ЕГРН придорожных полос. Данные территории выделяются посредством установления специальных зон: придорожных полос автомобильной дороги, санитарно-защитных зон (автомобильная дорога – капитальное сооружение), санитарных разрывов, шумовых зон. При этом в соответствии со ст. 105 Земельного кодекса Российской Федерации к видам зон с особыми условиями использования территорий отнесены только придорожные полосы автомобильных дорог и санитарно-защитные зоны [2]. В соответствии со ст. 26 Федерального закона от 08.11.2007 № 257-ФЗ «Об автомобильных дорогах и о дорожной деятельности в Российской Федерации и о внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации» для автомобильных дорог, за исключением автомобильных дорог, расположенных в границах населенных пунктов, устанавливаются придорожные полосы. Правообладатели земельных участков, включенных в границы зоны с особыми условиями использования территории, должны быть уведомлены об ограничениях использования земельных участков в границах такой зоны [3].

Фрагмент схемы расположения границ придорожных полос представлен на рисунке 1.

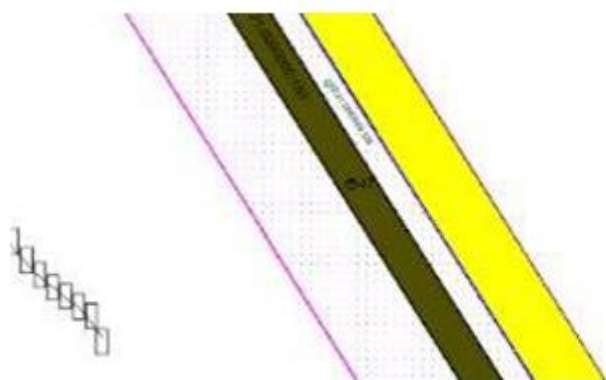


Рисунок 1 - Фрагмент схемы расположения границ придорожных полос

Обязательным приложением к решению об установлении зоны с особыми условиями использования территории являются сведения о границах такой зоны, которые должны содержать текстовое и графическое описание местоположения границ такой зоны, перечень координат характерных точек этих границ. Действия по установлению придорожных полос автомобильных дорог осуществляются на основании договоров (государственных контрактов) на проведение работ в целях установления придорожных полос автомобильных дорог федерального значения, обозначения их на местности и внесения сведений о них в ЕГРН, проводятся на постоянной основе в соответствии с выделенными лимитами финансирования.

Обобщенный порядок установления придорожных автомобильных полос представлен на рисунке 2.

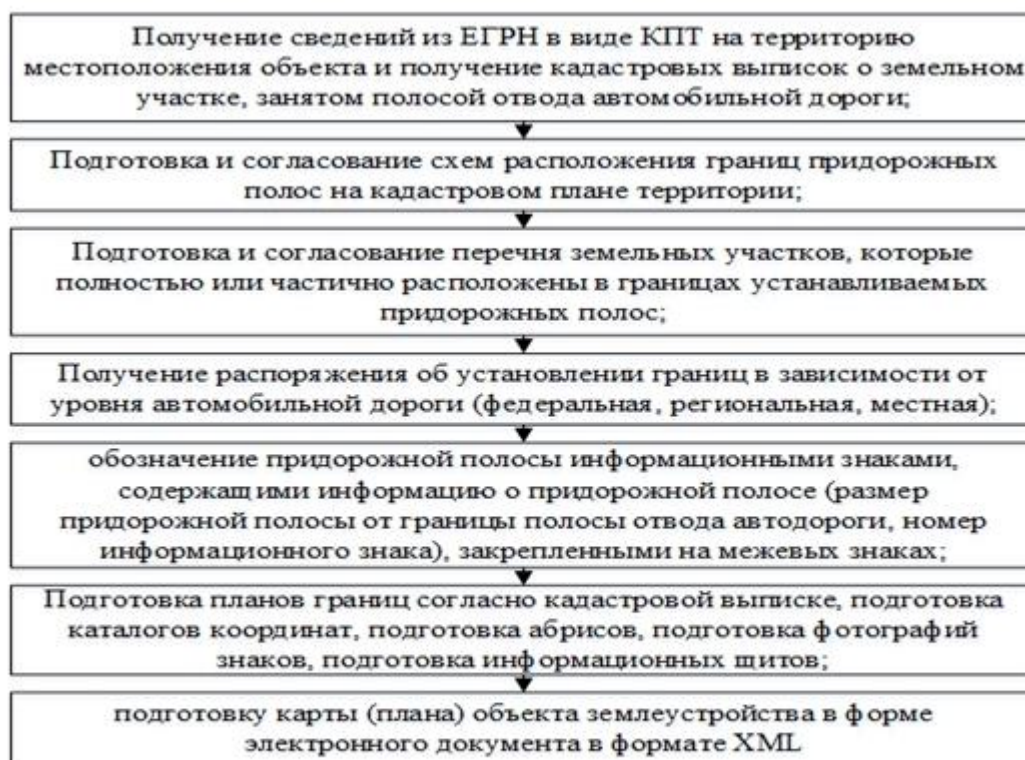


Рисунок 2 – Обобщенный порядок установления придорожных полос

Подготовка текстового и графического описаний местоположения границ зоны с особыми условиями использования территории, устанавливаемых в целях обеспечения безопасности населения и создания необходимых условий для эксплуатации, перечня координат характерных точек границ такой зоны обеспечивается правообладателями указанных объектов или иными лицами на основании договора с такими правообладателями [3,4].

Результат установления придорожных полос должен быть представлен в виде карта (плана) объекта землеустройства, схема расположения границ придорожных полос на кадастровом плане (карте) соответствующей территории, подготовленная на полной топографической основе на бумажных носителях и в электронном виде в формате, с разделением по тематическим слоям: границы полос отвода, границы придорожных полос, границы муниципальных образований и населенных пунктов, сведений ЕГРН с отображением кадастровых номеров и названий населенных пунктов, участки смежных землепользований, топография местности, и др.; перечня земельных участков, которые полностью или частично расположены в границах устанавливаемых придорожных полос; акта установления информационных щитов (указателей), обозначающих границы придорожных полос; выписок из ЕГРН, подтверждающие регистрацию обременений на земельные участки, полностью или частично расположенные в границах установленных придорожных полос.

На рисунке 3 представлен фрагмент публичной кадастровой карты, с внесенной в ЕГРН придорожной полосой (М-7 «Волга») [6].



Рисунок 3 – Фрагмент публичной кадастровой карты, с внесенной в ЕГРН придорожной полосой (М-7 «Волга»)

Сведения о зонах с особыми условиями использования территории для внесения в ЕГРН направляются в орган кадастрового учета в рамках информационного взаимодействия с органами государственной власти или органами местного самоуправления, принявшими решение об установлении таких зон.

Линейные объекты определенного капитального строительства – это те объекты, длина которых существенно больше чем ширина. К ним относятся:

- коммуникативные и инженерные сети: линии электропередач, канализации;
- трубопроводы: все виды;
- дороги: автотрассы, железнодорожное полотно;
- подгруппа проходов: мосты, тоннели, метро.

Формирование расположения таких построек – это ломаная кривая линия, что в некоторых местах имеет пересечение со своими же линиями. Принцип формирования проекта к линейным объектам не слишком отличается от прочих строительных проектов. Единственные отличия состоят в получении необходимой информации, оформлении сопутствующих документов, утверждении этих документов в компетентных государственных структурах.

Строительные проекты с подобными особенностями относятся к линейным. Когда строительство обладает небольшой территориальной локацией, то могут возникнуть споры относительно его принадлежности к линейным сооружениям. Если на конкретном участке в процессе выполнения реконструкции устанавливается автобусная остановка, то при весомой аргументации она будет квалифицирована как благоустройство таких строений. Проведение коммуникаций к жилому либо общественному помещению при использовании небольших водопроводных участков также подпадают под это определение. Случаются спорные моменты относительно конкретного разграничения на линейные и нелинейные проекты. Часто встречается вариант их совмещения, например, в водопроводной системе, где непосредственно конструкция трубопровода является линейной, а подстанция по обслуживанию нелинейной.

Если возникают сомнения относительно принадлежности сооружения к какой-либо классификации, оптимальным станет обращение в градостроительный комитет. Он будет заниматься экспертизой сооружения. В большинстве случаев комитет идет навстречу тем, кто к ним приходит с подобными обращениями. Сотрудники охотно предоставляют консультации, поскольку это предотвращает проектную документацию от длительного и объемного процесса корректировки.

Понятие линейного проекта подразумевает исключительно сооружение, здание в эту категорию входить не может. Основное предназначение заключается в следующем:

- эксплуатация на различных этапах производства;
- различные процессы перемещения как груза, так и оседей;
- временное пребывание людей;

– хранение различного вида продукции.

Может обладать несущими, а в отдельных случаях ограждающими элементами в своей конструкции. По отношению к земной поверхности такие строения бывают трех типов: подземный; надземный; наземный.

Относительно своего назначения могут быть в виде:

- транспортных коммуникаций;
- коллекторных систем, к которым относятся также ливневые и канализационные;
- каналов для водоснабжения и земельного орошения;
- линий связи;
- разнообразных трубопроводов для транспортировки различных субстанций, таких как газ, вода или нефтепродукты.

Определение линейного объекта в нормативных документах характеризуется довольно открытым понятием, которое подразумевает наличие большого количества объектов. Необходимо оставлять определенный территориальный участок, размер которого определяет застройщик и проектировщик, для возможности возведения прочих построек, если в этом появляется потребность.

Оформление линейных сооружений всегда будет оставаться множество спорных моментов, что прописаны как в земельном, так и в градостроительном кодексе. Такие споры обосновываются тем, что большинство таких проектов подразумевают полное владение участков, на которых располагаются линейные сооружения, однако, не исключено целевое использование территории их расположения.

Когда в планировке линейных объектов находятся участки или постройки, которые являются частной собственностью, то согласно СНиП они подпадают под право использовать такую землю в ограниченных пределах. Случается так, что данное право, которое называется сервитутом, подразумевает полную невозможность владельцу использовать свою частную территорию или собственность, он на законодательном уровне имеет право требовать денежную компенсацию.

Выплата компенсации может осуществляться как при содействии местных органов самоуправления, так и непосредственно от самой компании или физического лица, которому была отдана привилегия использования собственности.

У данного типа построек имеется отводная полоса, которая подразумевает под собой область участка, где выборочно или полностью запрещается возведение различных построек, а также прочие ограничительные меры. В области отводной

полосы категорически запрещено проводить любые действия, которые не подразумевают под собой: ремонт; обслуживание; реконструкцию.

В перечень запрещенных действий на участках линейных объектов относятся:

- сельскохозяйственная деятельность;
- нарушение целостности зеленого насаждения;
- возведение различного рода построек, которые не имеют никакого отношения к обслуживанию линейных сооружений;
- проводить установку одной из сторон, несогласованных с другой стороной рекламных конструкций, информационных щитов и т. д.

На пределах отводных полос может осуществляться ввод определенных ограничений по землепользованию. Владелец может использовать участок или собственность на свое усмотрение, но при этом должен придерживаться специальных, введенных на законодательном уровне, ограничений относительно пользования. При нахождении возводимого проекта в предполагаемой оползневой зоне с целью предотвратить возможные разрушения допустима вырубка вокруг древесных насаждений в значительном радиусе. Создавать различные препятствия для эксплуатирующих организаций и аварийных служб в доступе к объекту, нацеленных на профилактический ремонт или ликвидацию последствий аварии, категорически запрещено.

Когда для построения линейного объекта необходимо выполнение определенных работ, используя частный участок земли, то по завершении строительства в обязательном порядке должно быть проведено восстановление и рекультивация участка.

В Гражданском кодексе Российской Федерации, а также в Градостроительном кодексе сказано, что линейный объект это линии электропередач, трубопроводы, автомобильные дороги и железнодорожные пути, всевозможные сети инженерно-технического обеспечения. Данный перечень не является исчерпывающим, он может быть существенно дополнен, ведь к линейным объектам можно отнести любые сооружения, длина которых в разы превышает ширину.

Важным моментом является не имеет четко налаженного механизма, поэтому приходится действовать интуитивно, опираясь на законодательные нормы и существующую судебную практику.

В настоящее время изъятие земельного участка для государственных и муниципальных нужд в Российской Федерации регламентируется положениями

Земельного кодекса Российской Федерации (ЗК РФ), Гражданского кодекса Российской Федерации (ГК РФ) и иными нормативно — правовыми актами. Поэтому присутствует некоторое несоответствие в установлении порядка и регулировании отношений, связанных с изъятием земельных участков [7,8].

Наличие этих разногласий вызвано прописанными в действующем законодательстве пунктами, устанавливающими, что гражданское законодательство состоит в ведении Российской Федерации, а земельное законодательство в совместном ведении Российской Федерации и субъектов Российской Федерации .

В соответствии с п. 2 ст. 3 Гражданским Кодексом Российской Федерации нормы гражданского права, содержащиеся в других нормативно-правовых актах, не могут противоречить Гражданскому кодексу. Но Гражданский Кодекс Российской Федерации также предписывает возможность и необходимость принятия вместе с общими так же и специальных законов. В пункт 1 ст. 2 Земельного Кодекса Российской Федерации указано, что нормы земельного права, содержащиеся в других федеральных законах, законах субъектов Российской Федерации, должны соответствовать Земельному кодексу.

Вследствие преимущества одного кодифицированного закона над другим могут появиться разночтения в вопросах регулирования земельных отношений, в том числе связанных с изъятием земельных участков для государственных и муниципальных нужд.

Рассматривая связь гражданского, земельного и иных отраслей законодательства Российской Федерации, следует отметить, что Земельный Кодекс Российской Федерации как раскрывает, конкретизирует Гражданский Кодекс Российской Федерации, так и ограничивает действие норм гражданского законодательства в области регулирования земельных правоотношений.

Список литературы

1. Климова А.В., Харо И.А., Климанов И.С. Влияние охранных зон магистральных трубопроводов и придорожных полос автомобильных дорог общего пользования на эффективность использования сельскохозяйственных угодий //Вестник нижегородской государственной сельскохозяйственной академии.-2012.-Т.1.-С.179-193
2. Российская Федерация. Законы Земельный кодекс [Электронный ресурс]: Федеральный закон от 25.10.2001 № 136-ФЗ (ред. от 03.07.2016) (с изм. и доп., вступ. в силу с 01.01.2017) / Информационно-правовая система/ «КонсультантПлюс»

3. Российская Федерация. Законы. Об автомобильных дорогах и о дорожной деятельности в Российской Федерации и о внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации [Электронный ресурс]: Федеральный закон от 08.11.2007 № 257-ФЗ (ред. от 07.02.2017) // Информационно-правовая система «КонсультантПлюс»
4. Информация о нормативно — правовых актах [Электронный ресурс] // Официальный сайт Министерства экономического развития Российской Федерации – URL: <http://www.economy.gov.ru/> (дата обращения 25.04.2019 г.).
5. Федотов Г.А., Поспелов П.И. Изыскания и проектирование автомобильных дорог [Текст] : учебник : в 2 кн. / Г. А. Федотов, П. И. Поспелов. — Москва : Академия, 2015.
6. Публичная кадастровая карта Росреестра: <https://rreestr.online/map> (обращение 15.06.2020 г.)
7. Гражданский кодекс Российской Федерации. Часть 1: [федер. закон принят Гос. Думой 21 октября 1994 г. по состоянию на 01.05.2019 г.] / [Электронный ресурс] / Официальный интернет-портал правовой информации. – Режим доступа: <http://www.pravo.gov.ru>
8. Земельный кодекс Российской Федерации: [федер. закон принят Гос. Думой 28 сентября 2001 г. по состоянию на 01.05.2019 г.] / [Электронный ресурс] / Официальный интернет-портал правовой информации. – Режим доступа: <http://www.pravo.gov.ru>

**Определение экономической эффективности строительства транспортной
автомобильной развязки**

Determining the economic efficiency of construction road transport interchange



УДК 332.154

DOI 10.24411/2413-046X-2020-10488

Гончарова Анастасия Владимировна,

аспирант кафедры землепользования и кадастров ФГБОУ ВО Государственный университет по землеустройству, г.Москва

Goncharova Anastasia V.,

post-graduate student of the Department of land use and cadastre of the STATE University of land management, Moscow

Аннотация. В статье рассмотрены вопросы планирования строительства х транспортных автомобильных развязок на примере автомобильной дороги М-10 «Россия» Москва – Тверь – Великий Новгород – Санкт-Петербург. Площади отвода земель, необходимые для строительства путепровода и объездной автомобильной дороги, определены согласно поперечным профилям земляного полотна, продольному профилю, наличию водопропускных труб, примыканий и пересечений в одном уровне. все решения, принятые в данном проекте ориентированы на минимизацию испрашиваемых в постоянное пользование земель. Для определения экономической эффективности взяты следующие показатели: затраты, вкладываемые в дорогу до и после строительства новой транспортной развязки. Экономическим эффектом будет являться разность таких затрат, выраженная в миллионах рублей.

Summary. The article considers the issues of planning the construction of x transport interchanges on the example of the m-10 «Russia» highway Moscow-Tver – Veliky Novgorod – Saint Petersburg. The land allotment areas required for the construction of an overpass and bypass road are determined according to the cross-sections of the roadbed, the longitudinal profile, the presence of culverts, junctions and intersections at the same level. all decisions taken in this project are aimed at minimizing the land requested for permanent use. To determine the

economic efficiency, the following indicators are taken: the costs invested in the road before and after the construction of a new transport interchange. The economic effect will be the difference in such costs, expressed in millions of rubles.

Ключевые слова или сочетания автомобильная развязка транспортная, строительство, эффект, эффективность.

Keywords – automobile interchange transport, construction, effect, efficiency.

Площади отвода земель, необходимые для строительства путепровода и объездной автомобильной дороги по объекту «реконструкция участков автомобильной дороги М-10 «Россия» от Москвы через Тверь, Новгород до Санкт-Петербурга. Строительство транспортной развязки на 198 км автомобильной дороги М-10 «Россия» Москва – Тверь – Великий Новгород – Санкт-Петербург, Тверская область» определены согласно поперечным профилям земляного полотна, продольному профилю, наличию водопропускных труб и примыканий и пересечений в одном уровне.

Всего под развязку необходимо отвести:

- в постоянное бессрочное пользование (постоянный отвод) – 41,685 га.

На территории калининского муниципального района полоса постоянного отвода затрагивает земельные участки, находящиеся:

- в государственной неразграниченной собственности – 7,215 га;
- в долевой собственности – 1,486 га;
- в собственности Российской Федерации – 18,957 га (рисунок 1) [1].

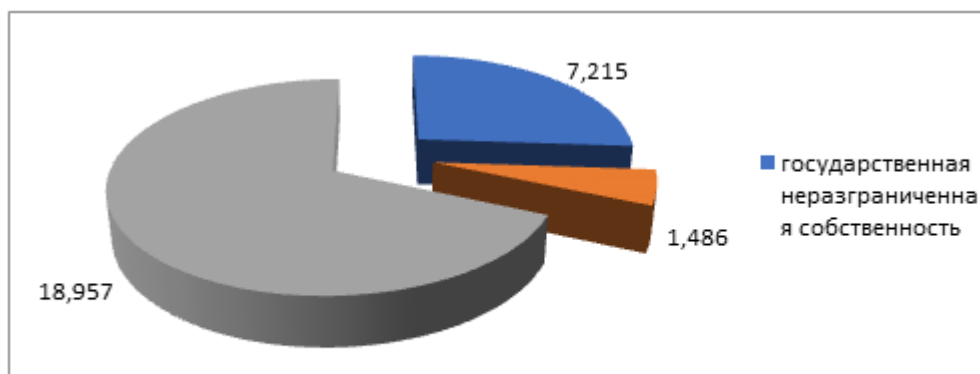


Рисунок 1 – Формы собственности изымаемых земельных участков

Проектная полоса постоянного отвода автомобильной дороги проходит по землям следующих категорий:

- земли сельскохозяйственного назначения – 1,486га;
- земли промышленности, транспорта и иного специального назначения – 14,031 га;
- земли лесного фонда – 18,957 га (рисунок 2).

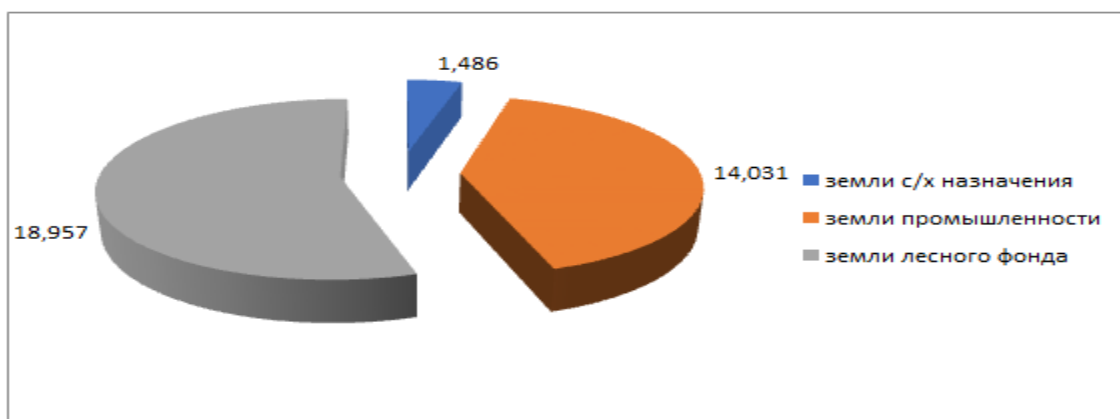


Рисунок 2 – Принадлежность изымаемых земельных участков к различным категориям

Площади отвода земель, необходимые для строительства путепровода и объездной автомобильной дороги, определены согласно поперечным профилям земляного полотна, продольному профилю, наличию водопропускных труб, примыканий и пересечений в одном уровне [2].

Ширина проектной полосы отвода реконструируемой автодороги определена в соответствии с Постановлением Правительства РФ № 717 от 2.10.2009 г. «О нормах отвода земель для размещения автомобильных дороги (или) объектов дорожного сервиса» [3].

По Калининскому муниципальному району Тверской области необходимо отвести в постоянное бессрочное пользование (постоянный отвод) – 41,697 га.

В Калининском муниципальном районе Тверской области проектная полоса постоянного отвода проходит по земельным участкам, находящимся в государственной неразграниченной собственности, по земельным участкам, находящимся в долевой собственности, по земельным участкам, находящимся в собственности Российской Федерации.

Проектная полоса проходит по землям лесного фонда, сельскохозяйственного назначения, промышленности, транспорта, связи, радиовещания, телевидения, информатики, земли для обеспечения космической деятельности, земли обороны, безопасности и земли иного специального назначения [4].

Следует отметить, что все решения, принятые в данном проекте ориентированы на минимизацию испрашиваемых в постоянное пользование земель, что подтверждается следующими показателями:

- заложение откосов насыпи принято наиболее возможным из условия обеспечения безопасного съезда транспортного средства в аварийной ситуации;

– земляное полотно отсыпается из привозного грунта, без устройства притрассовых (боковых) резервов грунта.

После окончания реконструкции дороги срочная полоса приводится в состояние, пригодное для сельскохозяйственных работ, земли, оставшиеся после разборки существующей дороги, также подлежат рекультивации. Обоснованием необходимости изъятия земель служит экономическая составляющая, которая, несмотря на единовременные затраты на возмещение убытков собственникам, землевладельцам и землепользователям, рекультивацию и т. д., является экономически выгодным предприятием [5].

При принятии решений о начале дорожного строительства и проектировании объектов ключевыми факторами являются целесообразность и эффективность такого строительства.

Эффективность от строительства дорожных объектов может быть экономической, экологической, социальной и т. д.

Рассмотрим, насколько эффективной будет проектируемая транспортная развязка с экономической точки зрения.

Для определения экономической эффективности возьмем такие показатели, как различные затраты, вкладываемые в дорогу до и после строительства новой транспортной развязки. Экономическим эффектом в этом случае будет являться разность таких затрат, выраженная в миллионах рублей (все значения берем за один год эксплуатации).

Капитальные вложения в строительство транспортной развязки составляют 95,327 млн. руб. Сгруппируем все показатели в таблицу (таблица 1).

Таблица 1– Экономический эффект строительства транспортной развязки

Затраты	По существующему варианту, млн. руб.	По проектируемому варианту, млн. руб.	Экономический эффект от строительства, млн. руб.
на эксплуатацию автотранспортных средств	14,385	8,051	6,334
потери, связанные с затратами времени людей и грузов в пути следования	6,186	1,988	4,198
потери, связанные с ДТП	0,921	0,811	0,110
на ремонт дороги	13,235	7,237	5,998
на содержание дороги	11,242	8,975	2,267
Итого:	45,969	27,062	18,907

Составленная таблица демонстрирует, что затраты, связанные с автомобильной дорогой после строительства транспортной развязки уменьшатся по всем пунктам. Ожидаемый экономический эффект (Э) составит 18,907 млн. руб. Отообразим результат на гистограмме (рисунок 3) для большей наглядности.

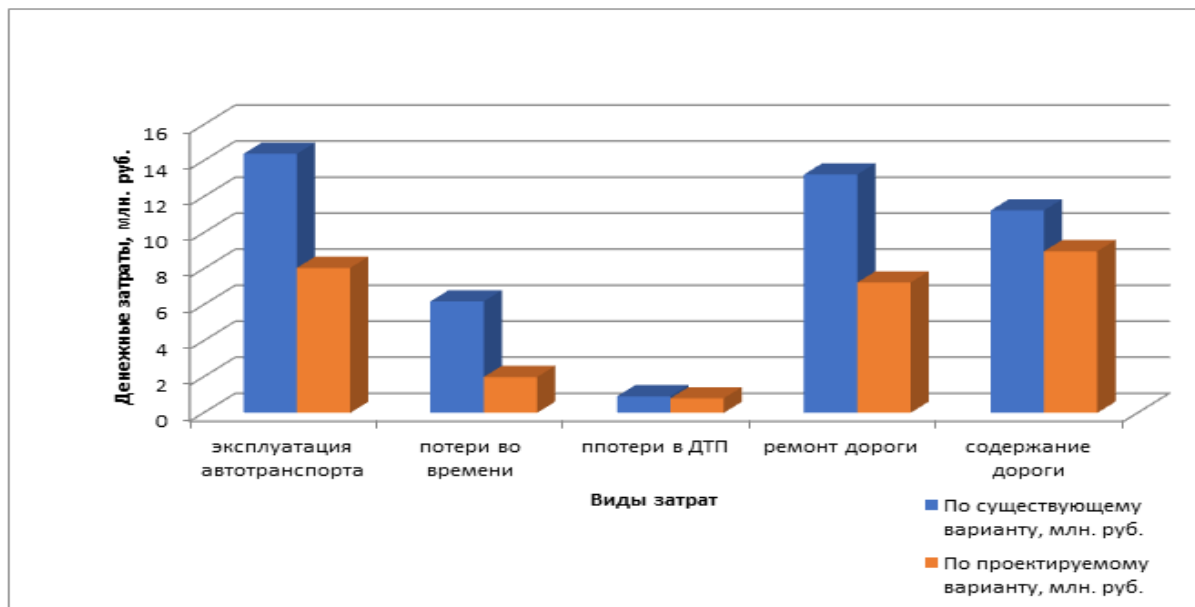


Рисунок 3 – Экономический эффект от строительства транспортной развязки [6]

Для дальнейшего определения экономической эффективности введем показатель, называемый общим коэффициентом эффективности (K_3):

$$K_3 = \frac{(Z_{э2} + Z_{вр2} + П_2) - (Z_{э1} + Z_{вр1} + П_1)}{(Z_{р2} + Z_{с2}) - (Z_{р1} + Z_{с1})} \quad (1)$$

где K_3 – общий коэффициент эффективности;

$Z_{э1}$, $Z_{э2}$ — затраты на эксплуатацию автотранспортных средств соответственно по проектируемому и существующему вариантам;

$Z_{вр1}$, $Z_{вр2}$ — потери, связанные с затратами времени людей и грузов в пути следования соответственно по проектируемому и существующему вариантам;

$П_1$, $П_2$ — потери, связанные с дорожно-транспортными происшествиями соответственно по проектируемому и существующему вариантам;

$Z_{р1}$, $Z_{р2}$ — затраты на ремонт дороги соответственно по проектируемому и существующему вариантам.

Рассчитаем общий коэффициент экономической эффективности.

$$K_3 = \frac{(14,385 + 6,186 + 0,921) - (8,051 + 1,988 + 0,811)}{(13,235 + 11,242) - (7,237 + 8,975)} = \frac{21,492 - 10,850}{24,477 - 16,213} = \frac{10,642}{8,264} = 1,287$$

Коэффициент эффективности получился равным 1,287, что больше единицы. То есть строительство проектируемой транспортной развязки экономически эффективно.

Капитальные вложения в строительство транспортной развязки составляют 95,327 млн. руб. Выгода (или экономический эффект), получаемая от строительства – 18,907 млн. руб. в год.

Если рассматривать эффективность с точки зрения окупаемости капитальных вложений в строительство, то транспортная развязка окупится через $\frac{95,327}{18,907} = 5,04,$ то есть через 5 лет после ее ввода в эксплуатацию.

Список литературы

1. Официальный сайт администрации муниципального образования Тверской области «Калининский район»: kalinin-adm.ru — (дата обращения 20.06.2020 г.).
2. Варламов, А.А., Копысов А.М., Подболотова Л.П. Предоставление земельных участков для строительства объектов транспортной инфраструктуры в свете изменений земельного законодательства (статья). Транспортное строительство: №01/2015.:М., 2015, с.18-22.
3. Российская Федерация. Постановление Правительства Российской Федерации «О нормах отвода земель для размещения автомобильных дорог и (или) объектов дорожного сервиса» от 02.09.2009 №717 (ред. от 11.03.2011г.) [Электронный документ] // «КонсультантПлюс»
4. Российская Федерация. Законы. «О переводе земель или земельных участков из одной категории в другую» [Электронный ресурс]: федеральный закон от 21.12.2004г. №172-ФЗ (ред. от 07.06.2013г.)// «КонсультантПлюс»
5. Российская Федерация. Законы. «Об экологической экспертизе» [Электронный ресурс]: федеральный закон от 23.11.1995г. №174-ФЗ (ред. от 12.02.2015г.) // «КонсультантПлюс»
6. Перечень муниципальных программ муниципального образования Тверской области «Калининский район» на 2017-2019 годы: kalinin-adm.ru — (дата обращения 20.06.2020 г.)

Технико-экономическое обоснование выбора технологии проведения соляно-кислотной обработки на месторождении Пермского края
Technical and economic substantiation of the choice of technologies for hydrochloric acid treatment at the deposit of the Perm krai



УДК 622.276.63

DOI 10.24411/2413-046X-2020-10512

Равелев Кирилл Алексеевич,

Пермский национальный исследовательский политехнический университет, г. Пермь

Ravelev K.A.,

kravelev@gmail.com

Аннотация. На сегодняшний день отмечается высокая доля операций по соляно-кислотным обработкам скважин, которые не приводят к ожидаемым результатам, вследствие чего становится актуальным изучение путей повышения эффективности применяемых технологий по интенсификации добычи нефти. В рамках данного научного исследования предложена наиболее эффективная технология проведения соляно-кислотной обработки на нефтедобывающей скважине целевого нефтяного месторождения Пермского края. Предлагаемые технологические параметры нагнетания кислотного состава в пласт определены на основе результатов исследований Даккорда и Ленорманда, позволяющие оценить изменение скин-фактора с учетом множества факторов, к которым, помимо объема и темпа нагнетания кислотной композиции, относятся геологические особенности продуктивного пласта, свойства кислотного состава и конструктивные особенности строения скважины. При выполнении вычислительных операций и лабораторных исследований установлено значение снижения скин-фактора, которое в дальнейшем занесено в гидродинамическую модель. С помощью гидродинамического симулятора рассчитаны дебит и накопленная добыча нефти по базовому и предлагаемому вариантам до 2030 года. По результатам моделирования установлено, что рассматриваемая технология имеет значительную технологическую эффективность. Также проанализирована экономическая составляющая, полученная на основе выручки от

продажи дополнительно добытой нефти и затрат на проведение проектируемой соляно-кислотной обработки. В результате работы сделан вывод, что предлагаемая технология кислотного воздействия эффективна и рентабельна. Применяемый способ прогнозирования эффективности в данной работе может быть использован в нефтедобывающих компаниях для наиболее точного проектирования и проведения мероприятий по повышению нефтеотдачи пластов.

Summary. Today, there is a high proportion of hydrochloric acid treatment well operations that do not lead to the expected results, as a result of which it becomes relevant to study ways to increase the effectiveness of the technologies used to intensify oil production. In the framework of this scientific study, the most effective technology for carrying out hydrochloric acid treatment at an oil well of a target oil field in the Perm Krai was proposed. The proposed technological parameters of injecting the acid composition into the reservoir are determined on the basis of the results of studies by Daccord and Lenormand, which make it possible to assess the change in the skin factor taking into account many factors, which, in addition to the volume and rate of injection of the acid composition, include the geological features of the reservoir, the properties of the acid composition and structural features of the structure of the well. When performing computational operations and laboratory studies, the value of reducing the skin factor was established, which is then included in the hydrodynamic model. Using a hydrodynamic simulator, the flow rate and cumulative oil production were calculated according to the base and proposed options until 2030. Based on the simulation results, it was found that the technology under consideration has significant technological efficiency. Also analyzed is the economic component, obtained on the basis of the proceeds from the sale of additionally extracted oil and the costs of the designed hydrochloric acid treatment. As a result of the work, it was concluded that the proposed technology of acid exposure is effective and cost-effective. The applied method for predicting the effectiveness in this work can be used in oil companies for the most accurate design and implementation of measures to increase oil recovery.

Ключевые слова: соляно-кислотная обработка, технико-экономическое обоснование, гидродинамическая модель, скин-фактор, прогнозирование эффективности.

Keywords: hydrochloric acid treatment, technical and economic substantiation, hydrodynamic model, skin factor, predicting the effectiveness.

1. Введение

На территории Пермского края больше половины запасов углеводородов залегают в карбонатных коллекторах. Разработка таких пластов, сложенных преимущественно известняком и доломитом с небольшим содержанием терригенного материала,

сопровождается рядом проблем, вызванных, в первую очередь, сложным геологическим строением и высокой анизотропией коллекторских свойств [1-3], что свидетельствует о сложности извлечения нефти из карбонатных пластов.

С целью интенсификации добычи нефти и улучшения фильтрационно-емкостных свойств в призабойной зоне пласта (ПЗП) применяют соляно-кислотную обработку (СКО) [4-6]. Данный метод воздействия является менее затратным по сравнению с другими геолого-техническими мероприятиями и широко распространен в мировой нефтегазовой индустрии [7-9]. Однако, анализируя научные публикации [10-12], можно отметить, что существует большая доля малоэффективных операций. Поэтому на сегодняшний день активно изучаются возможности повышения эффективности кислотного воздействия и различные симуляторы, позволяющие спрогнозировать технологический и экономический эффект от данного мероприятия.

Применение современных лабораторных фильтрационных установок позволяет смоделировать процесс соляно-кислотной обработки на стандартном образце керна [13-15]. При проведении испытания создаются пластовые условия, и с помощью нагнетательного насоса подается кислотный состав (КС), формируя сквозной высокопроводящий канал, называемый «червоточиной», также, исходя из задач исследования, может быть произведена выдержка КС. По окончании испытания определяется коэффициент проницаемости керна с целью сравнения с его начальным значением и определения эффективности тестируемого КС и подобранных темпов и объемов его закачки на основе коэффициента восстановления, равному отношению значений проницаемостей после и до обработки [16-17].

В последнее время также активно развивается направление, связанное с разработкой симуляторов, позволяющих спроектировать СКО на реальном объекте. В работах [18, 19] описаны технологии прогнозирования эффективности кислотного воздействия, основанные на моделировании с учетом геологических и фильтрационно-емкостных свойств продуктивных пропластков. Изученные методы моделирования позволяют спроектировать изменение поровой структуры в околоскважинной зоне пласта (ОЗП) и произвести расчет изменения скин-фактора S , который определяется, главным образом, из соотношения фильтрационных свойств приближенной и удаленной зон пласта [20, 21].

Отрицательное изменение дополнительного фильтрационного сопротивления течению флюидов в ПЗП ΔS характеризует успешность проведения СКО, исходя из формулы Дюпюи (выражение 1), позволяющей оценить дебит скважины с учетом данного параметра [22]:

$$Q = \frac{2 \cdot \pi \cdot k_{пр} \cdot h \cdot (P_{пл} - P_{заб})}{\mu_n \cdot b_n \cdot (\ln \frac{R_k}{r_c} + S_1 + \Delta S)} \quad (1)$$

где $k_{пр}$ – проницаемость пласта, m^2 ; h – перфорированная толщина пласта, м; $P_{пл}$ – пластовое давление, Па; $P_{заб}$ – забойное давление, Па;

μ_n – коэффициент динамической вязкости нефти, Па·с; b_n – коэффициент объемного сжатия нефти, m^3/m^3 ; R_k – радиус контура питания, м; r_c – радиус скважины, м; S_1 – скин-фактор до СКО; ΔS – изменение скин-фактора после проведения СКО.

Исходя из представленного выражения 1, можно сказать, что наибольшему снижению скин-фактора соответствует наибольшее увеличение прироста добычи нефти из скважины.

2. Подбор технологических параметров нагнетания кислотного состава в пласт

В работе предлагается способ проведения технико-экономической оценки выбора технологических параметров нагнетания КС при проведении СКО на одной из добывающих скважин, эксплуатирующей нефтенасыщенный пласт в пределах Пермского края. К технологическим параметрам нагнетания КС относятся его объем и темп закачки в продуктивный горизонт. С целью оптимального определения данных параметров в настоящем исследовании задействованы результаты исследований Даккорда и Ленорманда, которые изучали взаимодействие КС и горной породы. Их эксперименты позволили вывести эмпирическое уравнение [23, 24], с помощью которого возможно оценить изменение скин-фактора после обработки ПЗП кислотной композицией (выражение 2):

$$\Delta S = -\frac{1}{d} \cdot \ln \left(1 + A_c \cdot \left(\frac{D \cdot h}{q} \right)^{1/3} \cdot \frac{b \cdot V}{\pi \cdot h \cdot m \cdot r_c^d} \right) \quad (2)$$

где d – фрактальная размерность образовавшейся в ПЗП структуры порового пространства; A_c – кислотное число, д. ед.; D – коэффициент диффузии, m^2/c ; h – перфорированная толщина пласта, м; q – темп закачки кислотного состава, m^3/c ; b – константа, принимая равной $1,7 \cdot 10^4$; V – объем закачиваемого КС, m^3 ; m – пористость, %; r_c – радиус скважины, м.

Анализируя данное выражение, можно отметить, что для наибольшего снижения дополнительного фильтрационного сопротивления необходимо закачивать больший объем КС с малым темпом, что приведет к наибольшему приросту добычи нефти.

Согласно информации, представленной в работе [25], большеобъемная соляно-кислотная обработка проводится при удельных расходах КС в диапазоне 3-5 м³/м интервала обработки. Учитывая вскрытую толщину нефтенасыщенного пласта рассматриваемой целевой скважиной, равную 7,5 м., следует, что объем кислотной композиции, нагнетаемой в ПЗП, должен составлять 37,5 м³ для осуществления наиболее эффективного кислотного воздействия на целевом объекте.

С целью определения темпа закачки изучены технические характеристики насосного агрегата типа Азинмаш-30, с помощью которого реализуется нагнетание КС в пласт. В таблице 1 представлены производительность и давление, развиваемые данным агрегатом.

Таблица 1 – Производительность и давление, развиваемые насосным агрегатом типа Азинмаш-30

Скорост и	Диаметр плунжера, мм			
	100		120	
	производительность, л/с	давление, МПа	производительность, л/с	давление, МПа
II	2,24	50,0	3,23	34,4
III	4,28	25,9	6,16	18,0
IV	6,50	17,1	9,36	11,8
V	9,78	11,3	14,08	1,9

Исходя из данных, представленных в таблице 1, скорость нагнетания, соответствующая II скорости при диаметре плунжера 100 мм, является наиболее оптимальной, т.к. позволит достичь наибольшего изменения скин-фактора.

Для прогнозирования технико-экономической эффективности необходимо воспользоваться гидродинамическим симулятором, например, Tempest More, который позволит наиболее достоверно оценить прирост накопленной добычи нефти на несколько лет вперед при занесении в модель расчетного значения ΔS . По окончании процесса моделирования и получения необходимых данных можно установить прибыльность проектируемого мероприятия, рассчитанную с учетом доходов от дополнительно добытой нефти и затрат на проведение СКО, после чего можно сделать заключение об эффективности выбранной технологии кислотного воздействия.

3. Результаты гидродинамического моделирования и экономическое обоснование предлагаемой технологии

Для определения изменения скин-фактора при проведении проектируемой СКО с установленными объемами и темпами нагнетания КС в нефтенасыщенный пласт, имеющий коэффициент пористости 15 %, на рассматриваемой скважине проведены

лабораторные исследования по изучению фрактальной размерности образовавшейся в ПЗП структуры порового пространства, кислотного числа, коэффициента диффузии подобранной кислотной композиции из обзора научных работ по исследованию эффективности КС. В работе [26] отмечается высокая результативность состава ФЛАКСОКОР-210 марки Р, который был выбран в качестве нагнетаемого реагента при проектировании СКО на целевом объекте.

По окончании проведения лабораторных работ и вычислений определено ΔS , равное - 4,1. Указанное числовое значение говорит о существенном улучшении состояния ПЗП и значительном приросте добычи нефти. С целью получения наиболее достоверных данных об увеличении накопленной добычи нефти проведено гидродинамическое моделирование дизайна кислотного воздействия на рассматриваемом объекте, гидродинамическая модель которого представлена на рисунке 1.

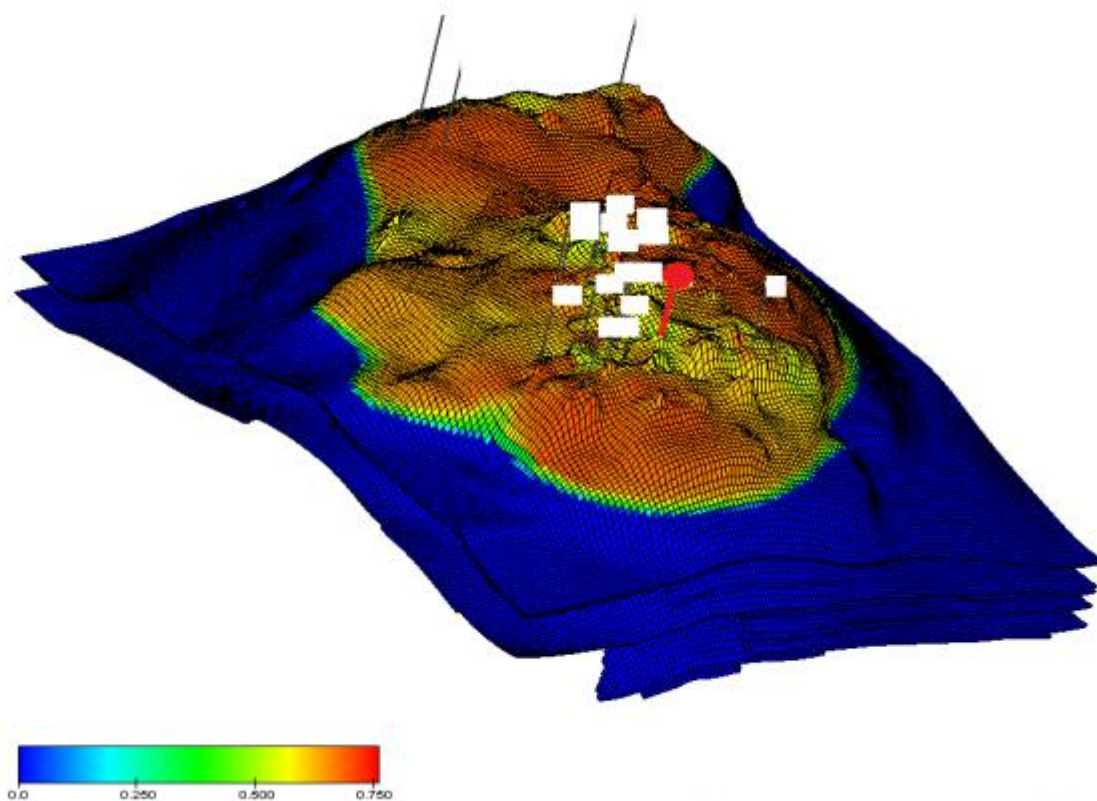


Рисунок 1 – Изображение гидродинамической модели целевого объекта

По результатам моделирования предлагаемой технологии проведения СКО получены ожидаемые значения дебита скважины по нефти и накопленной добычи по базовому и проектируемому вариантам. Исходя из полученных данных, выражен прирост годовой добычи нефти до 2030 года, который представлен на следующем графике (рисунок 2).

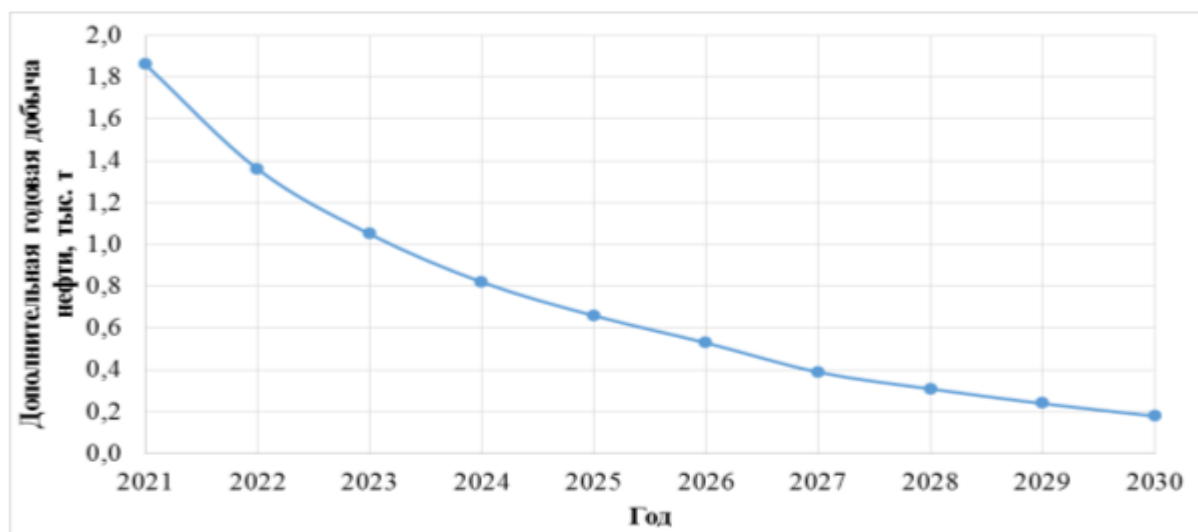


Рисунок 2 – Дополнительная годовая добыча нефти до 2030 года

С целью экономического обоснования эффективности предлагаемой технологии проведения СКО на целевом объекте произведен расчет чистого приведенного дохода до 2030 года. В оценке экономической эффективности СКО учитываются только дополнительные (инкрементальные) доходы и расходы, которые изменяются вследствие проведения проектируемого мероприятия. Вычисления проводились по следующей методике:

1) В первую очередь определено изменение выручки за счет проведения моделируемой СКО по формуле 3:

$$BP_i = \sum_{i=1}^{T_{ГТМ}} Q_{ni} \cdot C_i \quad (3)$$

где Q_{ni} – изменение объемов добычи нефти по скважине за счет проведенного (планируемого) ГТМ за период действия технологического эффекта, определенного с годовым интервалом на i -том шаге, т.; C_i – цена реализации нефти на i -том шаге, руб/т.

2) Далее выполнен расчет денежного потока, связанного с проведением СКО, который представляет собой поток от поступления денежных средств за вычетом оттоков денежных средств. Этот поток определяется по выражению 4:

$$CF_i = BP_i - OE\chi p_i - N_{ндп\text{и}i} - N_{приб\text{и}i} - Z \quad (4)$$

где $OE\chi p_i$ – изменение операционных расходов вследствие проведения СКО на i -том шаге (без НДС, налогов, включаемых в себестоимость и без учета амортизации), тыс. руб.; $N_{ндп\text{и}i}$ – изменение налога на добычу полезных ископаемых вследствие проведения СКО на i -том шаге, тыс. руб.; $N_{приб\text{и}i}$ – изменение налога на прибыль вследствие проведения СКО на i -том шаге, тыс. руб.; Z – единовременные затраты на проведение СКО, тыс. руб.

3) Техничко-экономическая оценка эффективности СКО проводится с обязательным приведением (дисконтированием) предстоящих разновременных расходов и доходов к моменту начала (дате) проведения СКО. Дисконтирование расходов и доходов осуществляется путем умножения значения соответствующего показателя на каждом шагу расчетного периода i на коэффициент дисконтирования α_i , рассчитываемый по выражению 5:

$$\alpha_i = \frac{1}{(1 + E)^{i-1}} \quad (5)$$

где i – текущий шаг расчета; E – ставка дисконтирования, принимаемая равной 0,15.

4) Заключительным этапом является расчет чистого приведенного дохода NPV , определяемого как сумма текущих годовых значений чистого потока за расчетный период, приведенных к начальному шагу. Расчет производится по следующей формуле 6:

$$NPV = \sum_{i=1}^{T_{ГТМ}} \frac{CF_i}{(1 + E)^{i-1}} \quad (6)$$

На рисунке 3 приведен график динамики до 2030 года.

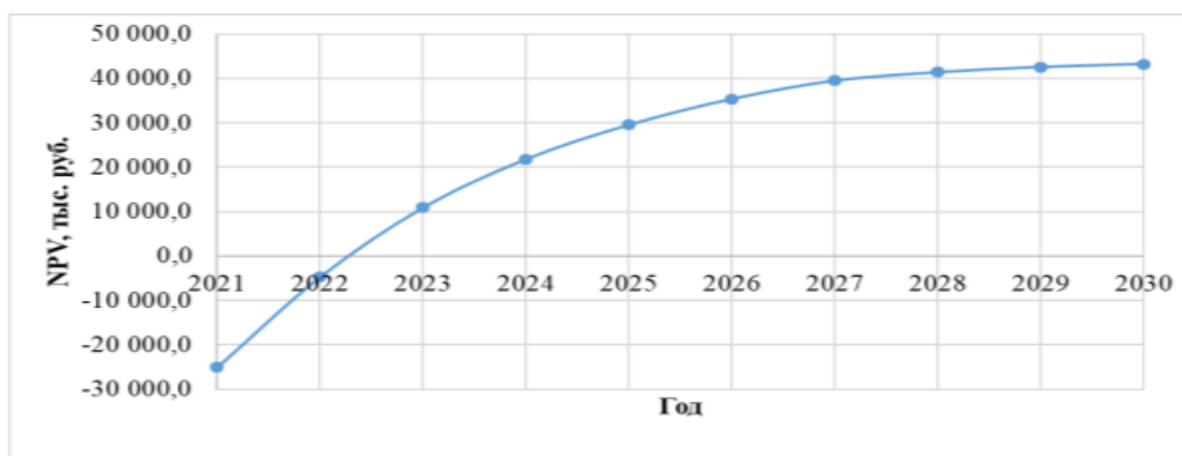


Рисунок 3 – График изменения NPV до 2030 года

Анализируя представленный график, можно отметить, что проектируемая технология проведения СКО является эффективной и рентабельной, так как значение на 2030 год составляет 43240,4 тыс. руб. Данное значение рассчитано с учетом выручки от продажи дополнительно добытой нефти, затрат на проведение проектируемой СКО, инфляции, налогов на добычу полезных ископаемых и прибыль, коэффициента дисконтирования и т.д.

4. Заключение

Дизайн соляно-кислотной обработки призабойной зоны пласта на нефтедобывающей скважине целевого месторождения Пермского края показал эффективность как с технологической точки зрения, заключающуюся в значительном приросте добычи нефти, а также с экономической точки зрения за счет ожидаемого получения выгоды от реализации дополнительно добытой нефти. В основе данного проектирования лежит полуэмпирическое уравнение Даккорда и Ленорманда, позволяющее оценить изменение дополнительного фильтрационного сопротивления, учитывая литолого-минералогический состав и емкостные свойства продуктивного пласта, свойства кислотного состава и технологические параметры его нагнетания, а также конструктивные особенности строения скважины. С целью достоверного определения технологического эффекта использованы расчеты на гидродинамической модели пласта, в которое заложено расчетное значение изменения скин-фактора. Применяемый симулятор позволил определить прирост годовой добычи нефти в течение 10 лет, на основании которого произведена оценка экономической эффективности. С целью обоснования рентабельности мероприятия рассчитан чистый приведенный доход на 2030 год, который составил 43240,4 тыс. руб. Данное значение свидетельствует о прибыльности проектируемого мероприятия, что позволяет сказать о технико-экономической эффективности моделируемой технологии соляно-кислотной обработки. Применяемый способ определения технологии кислотного воздействия позволит в дальнейшем нефтедобывающим компаниям более обоснованно подходить к проектированию и проведению соляно-кислотных обработок, а также будет основой разработок новых методов определения эффективности различных геолого-технических мероприятий.

Список литературы

1. Farooq U. et al. Heterogeneity in the Petrophysical Properties of Carbonate Reservoirs in Tal Block //SPWLA 60th Annual Logging Symposium. – Society of Petrophysicists and Well-Log Analysts, 2019.
2. Хижняк Г. П. и др. Исследование воздействия кислотогенерирующего состава на керны продуктивных отложений Куюмбинского лицензионного участка //Нефтяное хозяйство. – 2015. – №. 3. – С. 31-35.
3. Zhukov A. et al. Perspective View on Gas Well Stimulations in Case of Complex Carbonate Reservoir //SPE Russian Petroleum Technology Conference. – Society of Petroleum Engineers, 2017.
4. Singh R. et al. Stimulation of Calcite-Rich Shales Using Nanoparticle-Microencapsulated Acids //SPE Journal. – 2019.

5. Ridner D. et al. Influence of Transport Conditions on Optimal Injection Rate for Acid Jetting in Carbonate Reservoirs //SPE Production & Operations. – 2019.
6. Новиков В. А., Мартюшев Д. А. ОПЫТ ПРИМЕНЕНИЯ КИСЛОТНЫХ СОСТАВОВ В КАРБОНАТНЫХ ОТЛОЖЕНИЯХ НЕФТЯНЫХ МЕСТОРОЖДЕНИЙ ПЕРМСКОГО КРАЯ //Вестник Пермского национального исследовательского политехнического университета. Геология, нефтегазовое и горное дело. – 2020. – Т. 20. – №. 1.
7. Moid F. et al. Acid Stimulation Improvement with the Use of New Particulate Base Diverter to Improve Zonal Coverage in HPHT Carbonate Reservoirs //International Petroleum Technology Conference. – International Petroleum Technology Conference, 2020.
8. Aidagulov G. et al. Effects of Pre-Existing Fractures on Carbonate Matrix Stimulation Studied by Large-Scale Radial Acidizing Experiments //SPE Middle East Oil and Gas Show and Conference. – Society of Petroleum Engineers, 2019.
9. Хузин Р. А., Хижняк Г. П. ЛАБОРАТОРНЫЕ ИССЛЕДОВАНИЯ ВЛИЯНИЯ КОНЦЕНТРАЦИИ И СКОРОСТИ ЗАКАЧКИ КИСЛОТЫ НА РАЗВИТИЕ ЧЕРВОТОЧИН ПРИ ПЛАСТОВЫХ УСЛОВИЯХ //Вестник Пермского национального исследовательского политехнического университета. Геология. Нефтегазовое и горное дело. – 2019. – Т. 19. – №. 4. – С. 356-372.
10. Liu P. et al. Modeling and simulation of wormhole formation during acidization of fractured carbonate rocks //Journal of Petroleum Science and Engineering. – 2017. – Т. 154. – С. 284-301.
11. Santos R. M. et al. Distinguishing between carbonate and non-carbonate precipitates from the carbonation of calcium-containing organic acid leachates //Hydrometallurgy. – 2014. – Т. 147. – С. 90-94.
12. Яраханова Д. Г., Кольчугин А. Н. Применение горизонтальных скважин в неоднородных карбонатных коллекторах на примере черепетских отложений юго-востока Республики Татарстан //Нефтяное хозяйство. – 2016. – Т. 6. – С. 87.
13. Hall-Thompson B. et al. Acid Stimulation-Best Practices for Design, Selection and Testing of Acid Recipes in Low Permeability Carbonate Reservoirs //International Petroleum Technology Conference. – International Petroleum Technology Conference, 2020.
14. Thi L. A. P., Do H. T., Lo S. L. Enhancing decomposition rate of perfluorooctanoic acid by carbonate radical assisted sonochemical treatment //Ultrasonics sonochemistry. – 2014. – Т. 21. – №. 5. – С. 1875-1880.
15. Плотников В. В. и др. Влияние кислотных составов на упруго-прочностные свойства терригенных коллекторов Пермского края //Нефтяное хозяйство. – 2016. – №. 7. – С. 100-104.

16. Галкин В. И. и др. Влияние характеристик образцов и условий проведения экспериментов на эффективность применения кислотных составов //Нефтяное хозяйство. – 2015. – №. 9. – С. 30-33.
17. Kameda T., Tochinal M., Yoshioka T. Treatment of hydrochloric acid using Mg–Al layered double hydroxide intercalated with carbonate //Journal of Industrial and Engineering Chemistry. – 2016. – Т. 39. – С. 21-26.
18. Trushin Y. et al. Complex Approach to the Design of Acid Treatment of Carbonate Reservoirs //SPE Russian Petroleum Technology Conference. – Society of Petroleum Engineers, 2019.
19. Khuzin R. et al. Improving Well Stimulation Technology Based on Acid Stimulation Modeling, Lab and Field Data Integration //SPE Russian Petroleum Technology Conference. – Society of Petroleum Engineers, 2019.
20. Hawkins Jr M. F. et al. A note on the skin effect //Journal of Petroleum Technology. – 1956. – Т. 8. – №. 12. – С. 65-66.
21. Муфазалов Р. Ш. Скин-фактор. Исторические ошибки и заблуждения, допущенные в теории гидродинамики нефтяного пласта //Георесурсы. – 2013. – №. 5 (55).
22. Иконникова Л. Н., Золотухин А. Б. Оценка дебита нефтяной скважины при изменении забойного давления относительно давления насыщения //Нефтяное хозяйство. – 2018. – №. 3. – С. 43-45.
23. Daccord G. et al. Carbonate acidizing: toward a quantitative model of the wormholing phenomenon //SPE production engineering. – 1989. – Т. 4. – №. 01. – С. 63-68.
24. Иконникова Л. Н., Золотухин А. Б. Прогнозирование дебита скважины после соляно-кислотной обработки при забойном давлении ниже давления насыщения //Оборудование и технологии для нефтегазового комплекса. – 2013. – №. 2. – С. 35-37.
25. Мусабилов М. Х. и др. Повышение эффективности пенокислотных и большеобъемных селективных обработок на карбонатных месторождениях ПАО «Татнефть» //Нефтяное хозяйство. – 2019. – №. 11. – С. 116-119.
26. Равелев К. А. Сравнительный анализ эффективности применения кислотных составов для проведения соляно-кислотной обработки призабойной зоны карбонатного пласта //Проблемы разработки месторождений углеводородных и рудных полезных ископаемых. – 2019. – Т. 1. – С. 194-196.

Мониторинг земельных ресурсов Республики (Саха) Якутия
Monitoring of land resources of the Republic (Sakha) Yakutia



УДК 332.3

DOI 10.24411/2413-046X-2020-10524

Гаврильева Надежда Константиновна,

кандидат сельскохозяйственных наук, доцент, кафедры «Землеустройство и ландшафтная архитектура» факультета лесного комплекса и землеустройства, ФГБОУ ВО «Арктический государственный агротехнологический университет» (677000 Россия, г. Якутск, Сергеляхское шоссе, 3 км, д. 3), nadezheda@inbox.ru

Николаева Февронья Васильевна,

кандидат сельскохозяйственных наук, доцент, кафедры технологии и оборудования лесного комплекса, ФГБОУ ВО «Арктический государственный агротехнологический университет» (677000 Россия, г. Якутск, Сергеляхское шоссе, 3 км, д. 3), yad250673@mail.ru

Старостина Айтилина Анисимовна,

кандидат архитектуры, доцент, кафедры «Землеустройство и ландшафтная архитектура» факультета лесного комплекса и землеустройства, ФГБОУ ВО «Арктический государственный агротехнологический университет» (677000 Россия, г. Якутск, Сергеляхское шоссе, 3 км, д. 3), linastar2005@mail.ru

Гоголева Надежда Ивановна,

старший преподаватель кафедры «Экспертиза, управление и кадастр недвижимости», ФГАОУ ВО «СВФУ имени М.К. Аммосова». Инженерно-технический институт (677013 г. Якутск, ул. Кулаковского 50), GNI83@mail.ru

Gavrileva Nadezhda,

candidate of agricultural Sciences, associate Professor, Department of land Management and landscape architecture, faculty of forestry and land management, Arctic state agrotechnological University (677000 Russia, Yakutsk, Sergelyakhskoe highway, 3 km, 3), nadezheda@inbox.ru

Nikolaeva Fevronya,

candidate of agricultural Sciences, associate Professor, Department of Technologies and Equipment, faculty of forestry and land management, Arctic state agrotechnological University (677000 Russia, Yakutsk, Sergelyakhskoe highway, 3 km, 3), yad250673@mail.ru

Starostina Aitalina,

candidate of architectural Sciences, associate Professor, Department of land Management and landscape architecture, faculty of forestry and land management, Arctic state agrotechnological University (677000 Russia, Yakutsk, Sergelyakhskoe highway, 3 km, 3), linastar2005@mail.ru

Gogoleva Nadezhda,

senior lecturer the Department of «Expertise, management and cadastre of real estate», Federal STATE Autonomous educational institution «NEFU named after M. K. Ammosov». Engineering and technical Institute (67701350 Kulakovsky street , Yakutsk), GNI83@mail.ru

Аннотация. В данной статье представлены данные по земельным ресурсам Республики Саха (Якутия). Характеризуется ситуация изменения площадей земельного фонда за пять последних лет. Общая земельная площадь Якутии составляет 308352,3 тыс. га, из них земли сельскохозяйственного назначения занимают 24632,6 тыс. га (8 %), земли поселений — 226,2 тыс. га, особо охраняемые территории -2787,8 тыс. га (0,9 %), земли лесного фонда — 249009,8 тыс. га (80,8 %), земли запаса — 29443,2 тыс. га (9,5 %). Установлено, что за пять лет идет сокращение площадей под лесные насаждений и увеличивается площади промышленного назначения. В статье дается рекомендация о разработке целевой программы по мониторингу земель всех районов Республики Саха (Якутия). Результаты работы которого, стали бы хорошим информационным источником, для разработки путей эффективного использования земель и иной недвижимости, как важнейших составляющих национального богатства Республики Саха (Якутия).

Summary. The article presents data on land resources of the Republic of Sakha (Yakutia). The situation of changes in the area of the land Fund over the past five years is characterized. The total land area of Yakutia is 308352,3 thousand ha, of which agricultural land occupies 24632,6 thousand ha (8 %), settlement land — 226,2 thousand ha, specially protected areas-27,7, 8 thousand ha (0,9%), forest land — 249009, S thousand ha (80.8%), reserve land — 29443,2 thousand ha (9,5%). It is established that for five years there is a reduction in the area for forest plantations and an increase in the area of industrial use. The article recommends the development of a target program for monitoring the lands of all regions of the Republic of Sakha (Yakutia). The results of which would be a good source of information for developing ways to effectively use land and other real estate, as the most important components of the national wealth of the Republic. Evaluation.

Ключевые слова: земельные ресурсы, сельскохозяйственные угодья, лесной фонд, земли промышленного назначения.

Keywords: land resources, agricultural land, forest Fund, industrial land.

Земельные ресурсы Республики Саха (Якутия) вызывают большой интерес у других регионов страны и мира. Ее уникальная характеристика являются оригинальными и не повторяются не в какой точке мира. Несмотря на ее суровые природно климатические условия в ней имеется огромный сельскохозяйственный потенциал, который является актуальной средой для исследования ученых разных сфер жизнедеятельности. За последний ряд десятилетий происходило огромное количество реформ в земельной политике и нормативно-правовых актах, касающиеся охраны, возделыванию, улучшению и оптимальному использованию земельных ресурсов в целом по России. Этот вопрос до сих пор остается актуальным и не доведенным до совершенства. Не смотря различные программы по улучшению и использованию земель и огромные финансовую поддержку со стороны государства, в во всей России, в том числе и в Республике Саха (Якутия) происходят различные негативные процессы, ухудшающие земельные ресурсы. С этой точки зрения, можно прийти к выводу, что этот вопрос требует очень тщательного изучения проблемы с самого начала – с причин ухудшения и изучения причины их проявления. (1)

В связи с этим с целью наших исследований является изучение динамики изменения земельных ресурсов Республики Саха Якутия.

Исходя из целей задачами исследований являются

- мониторинг земельных ресурсов Республики Саха (Якутия)
- изучение земельного баланса Республики Саха (Якутия)
- изучение динамики изменения земельного фонда

Общая земельная площадь Якутии составляет 308352,3 тыс. га, из них земли сельскохозяйственного назначения занимают 24632,6 тыс. га (8 %), земли поселений — 226,2 тыс. га, особо охраняемые территории -2757,8 тыс. га (0,9 %), земли лесного фонда — 249009,5 тыс. га (80,8 %), земли запаса — 29443,2 тыс. га (9,5 %).

Таблица 1
Земельный баланс Республики Саха (Якутия) на 1 января 2019 года по
районам ¹⁾ (гектаров)

	Общая площадь	Площадь сельхоз. угодий	в том числе				
			пашни	залежи	многолетние насаждения	сенокосы	пастбища
Всего по республике	308352257	1640230	105325	18968	1009	719497	795431
Абыйский	6943451	14038	-	-	-	7402	6636
Алданский	15681978	11780	2060	-	-	6057	3663
Аллайховский	10733819	639	-	-	-	617	22
Амгинский	2942133	105500	18746	21	-	46840	39893
Анабарский	5555828	-	-	-	-	-	-
Булунский	22358255	1008	-	-	-	537	471
Верхневилуйский	4205025	69279	1790	2429	-	25811	39249
Верхнеколымский	6777417	8396	151	-	-	4389	3856
Верхоянский	13742806	80990	-	-	-	39400	41590
Вилуйский	5519348	47133	1057	214	-	22569	23293
Горный	4562432	54876	1029	171	-	32346	21330
Жиганский	14022221	2233	-	-	-	1112	1121
Кобяйский	10778929	59341	358	17	-	39198	19768
Ленский	7699916	15848	2834	340	441	8058	4175
Мегино-Кангаласский	1173305	122478	9609	6456	-	52154	54259
Мирнинский	16577919	10378	1003	-	392	5740	3243
Момский	10462674	17538	77	-	-	4947	12514
Намский	1186980	109069	6714	146	-	32183	70026
Нерюнгринский	9888952	2298	65	-	-	-	2233
Нижнеколымский	8711754	7739	-	-	-	1691	6048
Нюрбинский	5243624	84372	2538	3229	-	43699	34906
Оймяконский	9225471	14617	118	-	-	5479	9020
Олекминский	16079184	70167	10499	2078	14	20411	37165
Оленекский	31797606	1294	-	-	-	713	581
Среднеколымский	12516123	16521	-	-	-	8627	7894
Сунтарский	5780408	119554	8182	266	5	59671	51430
Таттинский	1898408	85858	3856	3093	-	40854	38055
Томпонский	13584351	37013	2318	-	-	8945	25750
Усть-Алданский	1827591	144349	7873	-	-	57857	78619
Усть-Майский	9532547	28032	429	247	-	19398	7958
Усть-Янский	12027808	4111	-	-	-	1921	2190
Хангаласский	2468046	105013	8813	199	2	42658	53341
Чурапчинский	1257738	133330	8448	-	-	56221	68661
Эвено-Бытантайский	5229772	10776	-	-	-	5372	5404
ГО "Город Якутск"	355334	44520	6635	62	155	16601	21067
ГО "Жатай"	3104	142	123	-	-	19	-

¹⁾ По данным Управления Росреестра по РС(Я)

Большая часть площади земельных ресурсов занимает северная группа улусов в которую входят: Анабарский, Оленекский, Жиганский, Кобяйский, Томпонский, Булунский, Аллаиховский, Нижнеколымский, Усть-Янский, Среднеколымский, Верхнеколымский, Оймяконский, Абыйский, Момский, Верхоянский, Эвено-Бытантайский. Общая площадь в этой зоне составляет 194 млн гектар, но на сельскохозяйственные угодья выделено только 276 тысяч гектаров земли. Когда как

большая часть земельных ресурсов сельскохозяйственного назначения приходится на Центральную зону республики.(5)

Большую долю площади сельскохозяйственных угодий приходится в центральной группе улусов – 905135, и вилюйской группе улусов – 320338 гектаров. Самая наименьшая приходится в юго-восточной части территории-42110 гектаров. Не смотря на это объём сельскохозяйственных земель имеет прямо пропорциональную связь с общей территорией. Хоть и на территории северной группы улусов общая площадь составляет 194468285 гектаров, площадь сельскохозяйственных угодий в три раза меньше.

Таблица 2

**Распределение земельного фонда Республики Саха (Якутия)
по категориям (на конец года, тысяч гектаров)**

	2014	2015	2016	2017	2018
Всего земель в республике	308 352,3	308 352,3	308 352,3	308 352,3	308 352,3
в том числе:					
Земли сельскохозяйственного назначения	19446,4	19446,4	19446,4	19446,4	19446,4
Земли поселений	231,0	231,0	231,0	231,0	231,0
Земли промышленности, энергетики, транспорта, связи, радиовещания, телевидения и иного специального назначения.	132,6	132,9	133,6	133,9	134,2
Земли особо охраняемых территорий и объектов	12225,3	12225,3	12225,3	12225,3	12225,3
Земли лесного фонда	252820,6	252820,3	252820,0	252819,8	252819,6
Земли водного фонда	2136,0	2136,0	2136,0	2136,0	2136,0
Земли запаса	21360,4	21360,4	21360,1	21360,1	20588,5

В распределении земельного фонда Республики Саха (Якутия) земли промышленного назначения, также земли энергетики, транспорта, связи, радиовещания, телевидения и иного специального назначения составляют (по данным 2018 года) 134,2 тысяч гектаров. За последние пять лет наблюдается увеличение площади на 1,8 тыс. гектаров. Это связано с увеличением развития промышленности в Якутии. И эта тенденция будет постоянно увеличиваться. Следовательно, при увеличении промышленных земель будет уменьшаться расстояние от населенных пунктов и будет увеличиваться негативный фактор как промышленные выбросы в экологию района. Нужно постоянно вести экологический контроль и изолировать отходы, разрушающие почвенную экосистему в округе, которое будет влиять долгие годы на пищевую цепочку в природе, соответственно на здоровье населения. Конечно же, с уменьшение земель запаса, имеет временный характер, в будущем при исчерпании запасов, эта площадь будет увеличиваться за счет остальных категорий земель. (1)

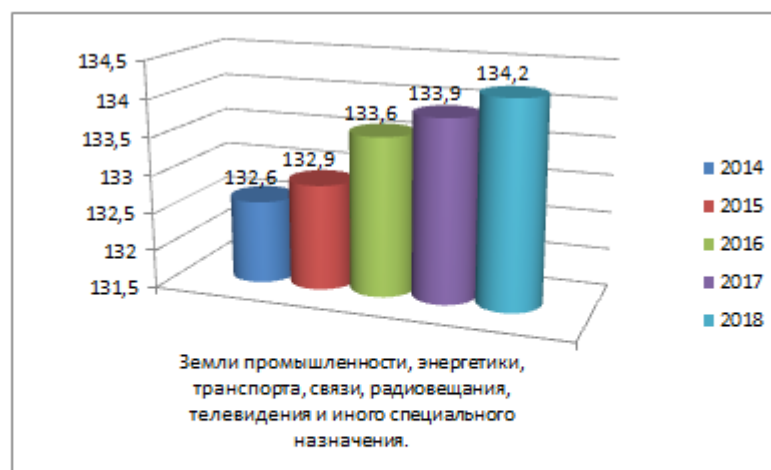


Рис. 1 Земли промышленности, энергетики, транспорта, связи, радиовещания, телевидения и иного специального назначения (на конец года; тысяч гектаров)

В связи с увеличением площадей промышленного назначения сокращается площади земель запаса. Так за пять лет земли запаса сократились на 771,6 тысяч гектаров. Большое сокращение наблюдается за последние годы. Это может связано с развитием в последние годы алмазно-бриллиантового комплекса и золотодобывающей промышленности, а также разработка новых проектов, угольной, газовой и нефтяной промышленности.(4)

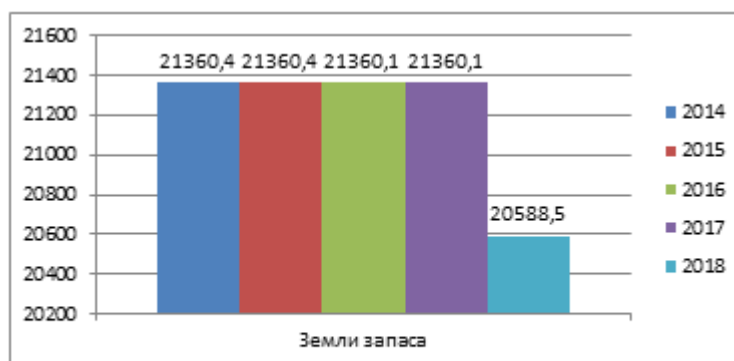


Рис. 2 Земли запаса (на конец года; тысяч гектаров)

Площадь лесного фонда Республики составляет 256102,7 тыс. га, или 82,5 % её земельного ресурса, лесистость -51,3 %. Больше всего лиственных лесов – 90,5 % площади основных лесобразующих пород и 77,6 % от всей покрытой лесной растительностью площади республики. Преобладание лиственницы среди основных лесобразующих пород по площади в разрезе лесничеств колеблется от 100 % в лесничестве Жиганском до 62 % в Ленском лесничестве. Вторая по распространенности порода – сосна (7,3 %), и в пределах лесничеств колеблется от 0 % в Жиганском и Индигирском лесничествах до 26,4 % в Ленском лесничестве.

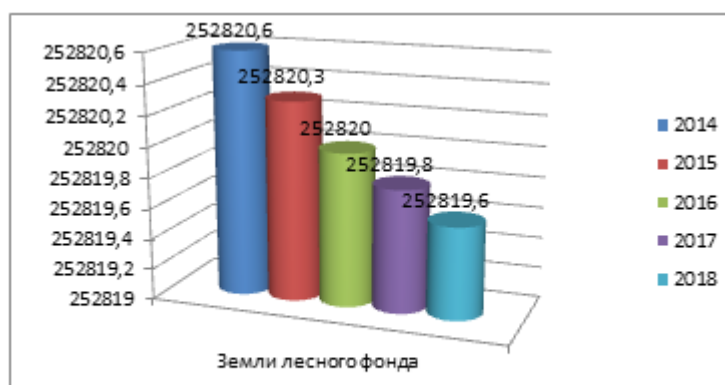


Рис. 3 Земли лесного фонда (на конец года; тысяч гектаров)

Территории для этих целей входят в земли сельхоз назначения. Соответственно, данная категория земель состоит из сельхоз угодий и земель несельскохозяйственных. По РФ сельскохозяйственные угодья занимают 48,4%, а по республике лишь 8,4%, т.е. в 5,8 раза меньше. В структуре земельного фонда России сельхоз угодья охватывают 11,5%, а в Якутии — всего лишь 0,53%. Такая большая разница показателей показывает слабую освоенность сельским хозяйством.(2)

В структуре земель сельскохозяйственного назначения наибольшую площадь занимают лесные земли, не состоящие в структуре лесного фонда. За последние пять лет наблюдается сокращение площадей этих земель, также наблюдается увеличение площадей под пашни.

Таблица 3

Площадь земель сельскохозяйственного назначения

	2014	2015	2016	2017	2018
1 Всего земель в республике	308352,3	308352,3	308352,3	308352,3	308352,3
в том числе:					
2 Сельскохозяйственные угодья из них:	1640,2	1640,2	1640,2	1640,2	1640,2
пашни	104,8	105,1	105,2	105,2	105,4
сенокосы и пастбища	1514,9	1514,9	1514,9	1514,9	1514,9
3 Земли под поверхностными водами и болотами	32871,1	32871,1	32871,1	32871,1	32871,1
4 Земли под лесами и лесными насаждениями, не входящими в лесной фонд	166700,5	166700,1	166699,9	166699,7	166699,6
5 Другие земли	107140,5	107140,9	107141,1	107141,3	107141,4
из всех земель – земли под оленьими пастбищами	80437,1	80437,1	80437,1	80437,1	80437,1

В Якутии мало сельскохозяйственных земель, но тем не менее не смотря на их низкое производство необходимо высоко оценивать и постоянно охранять от негативного воздействия. При регулярной поддержки Государства земледелие может стать популярным и престижным как и в странах Европы. Для личных подсобных, да и

крестьянских (фермерских) хозяйств держать планку стабильного финансового состояния самостоятельно очень трудно, поэтому нужна кооперация

В Республике Саха (Якутия) по данным Управления Росреестра по РС (Я), площадь сельскохозяйственных угодий составляет 1637,7 тыс. га, в тч.: пашни — 104,2 тысяч. гектаров, сенокосы — 718,0 тысяч. гектаров, пастбища — 794,8 тысяч. гектаров, залежи — 19,9 тысяч. гектаров, многолетние насаждения — 1,0 тысяч. гектаров.

Сельского хозяйство в основном размещены по сельскохозяйственным зонам: Центральная, Западная, Вилюйская и Заречная группы улусов. Эти территории расположены в бассейнах рек Лена, Вилюй и Алдан. В упомянутых зонах находится более количество населения и приходится около 89% сенокосов, 99% — пахотных земель, 90% — поголовья КРС и лошадей — 80%.

Как показывают опыты хозяйств и научные исследования, основной причиной снижения урожайности сельскохозяйственных культур являются: низкое естественное плодородие почв. (3)

Основным вспомогательным антропогенным фактором для роста и развития в растениеводстве является внесение минеральных и органических удобрений. Как видно из таблицы 4, за последние 5 лет, применение минеральных удобрений сократилось в два раза. Есть динамика изменений в применении по видам минеральных удобрений. Если ранее применялись больше азотных удобрений, то в последние годы стали больше применять фосфорные удобрения (включая фосфорную муку). Так же уменьшился удельный вес площади с внесёнными минеральными удобрениями во всей посевной площади: в 2014 составляло-36,8 %, а в 2018 стало- 22,7%. Внесение органических удобрений также сократилось по сравнению с 2014 годом. В 2018 году оно составило – 67,88, в 2014 году составляло – 9641 ц. По удельному весу площади с внесенными органическими удобрениями во всей посевной площади, составляет 22,5, а в 2014 году — 11,5%

Таблица 4

Внесение удобрений под посевы сельскохозяйственных организаций ¹⁾

	2014	2015	2016	2017	2018
Внесено минеральных удобрений (в пересчете на 100% питательных веществ), цн	6582	6096	5034	4387	3313
в том числе: азотных	3156	2830	2400	1158	965
фосфорных	1714	1700	1672	2217	1568
калийных	1713	1567	961	1012	780
Удельный вес площади с внесенными минеральными удобрениями во всей посевной площади, процентов	36,8	35,8	29,4	31,4	22,7
Внесено органических удобрений, тонн	9641	8472	7334	7305	6788
Удельный вес площади с внесенными органическими удобрениями во всей посевной площади, процентов	11,5	10,8	15,9	19,1	22,5

1) Без учета микро предприятий.

Площадь земель, которые были нарушены на территории республики, составляет порядка 37180 га земли. Значительные нарушения земель произошли в результате разработки месторождений полезных ископаемых — 30,4 тыс. га (81,8 %), а так же при строительстве — 6,7 тыс. га (18,1%). Наибольшие площади нарушенных земель сформированы в Мирнинском (10,7 тыс. га), Нерюнгринском (8,6 тыс. га) и Алданском (7,5 тыс. га) районах, где имеются производство цветная металлургии и алмазная добыча - 24,5 тыс. га (66,0% от общей площади нарушенных земель), геологоразведки — 4,8 тыс. га (13,0 %) и угольной промышленности — 4,6 тыс. га (12,3%). На строительство автодорог на территории республики приходится порядка 0,9 тыс. га (2,3% от общей площади нарушенных земель).(6)

Таблица 5
Нарушение и рекультивация земель в 2018 году ¹⁾
(гектаров)

	Всего	из них:			
		при разработке месторождений полезных ископаемых)	при строительных работах	при лесозаготовительных работах	при размещении и промышленных и твердых бытовых отходов
Наличие нарушенных земель на начало года -всего	56404,39	35763,07	14896,72	560,58	1845,49
в том числе обработано	10193,32	7353,62	349,44	94,76	-
Нарушено земель - всего	10258,42	8462,51	1397,53	224,32	9,95
Обработано из общей площади нарушенных земель	5229,99	4196,26	726,59	298,48	8,65
Рекультивировано земель - всего	4984,06	4092,22	743,15	-	-
в том числе под:					
пашню	-	-	-	-	-
Другие с/х угодья	25,98	22,05	3,93	-	-
лесные насаждения	4408,55	3651,19	706,57	-	-
водоемы и другие цели	549,53	418,98	32,65	-	-
Наличие нарушенных земель на конец года - всего	61678,76	40133,36	15551,10	784,89	1855,44
в том числе обработано	10439,24	7457,66	332,88	393,24	8,65

1) По данным Федеральной службы по надзору в сфере природопользования.

В государственных органах, уполномоченных по проверке природопользования на начало года составило 564040, 9 из них при разработке месторождений полезных ископаемых (включая общераспространенные полезные ископаемые) составило 35763,07, при строительных работах – 14896,72, при лесозаготовительных работах – 560, 58, при размещении промышленных (в том числе строительных) и твердых бытовых отходов- 1845, 49 гектаров.

Обработано из общей площади нарушенных земель – 5229,99; рекультивировано земель – 4984,06 (8).

Площадь сельскохозяйственных угодий на 1 января 2019 года составляло 16030230 гектаров, из них наибольшая доля приходится у в сельскохозяйственных производственных кооперативах – 130139 гектаров, а наименьшая у коневодов – 1865 гектаров. В среднем на одно предприятие (хозяйство) приходится в зависимости от вида землепользователей разная площадь, например на одно общинно-родовое хозяйство – 43,6, и на крестьянское хозяйство -29,3. В то время для хозяйств сообществ, товариществ с ограниченной ответственностью приходится 940,8, а конезаводам – 932,5. Здесь нужно учесть момент, что зачастую нарушения использования приходится на землях первого и второго пункта. И контроль их использования зачастую проходит поверхностно. А на восстановление земель придется потратиться максимально, что будет негативно сказываться на бюджет того или предприятия. Необходимо регулярно вести контроль использования земель и передерживания режима их целевого назначения по землепользователям

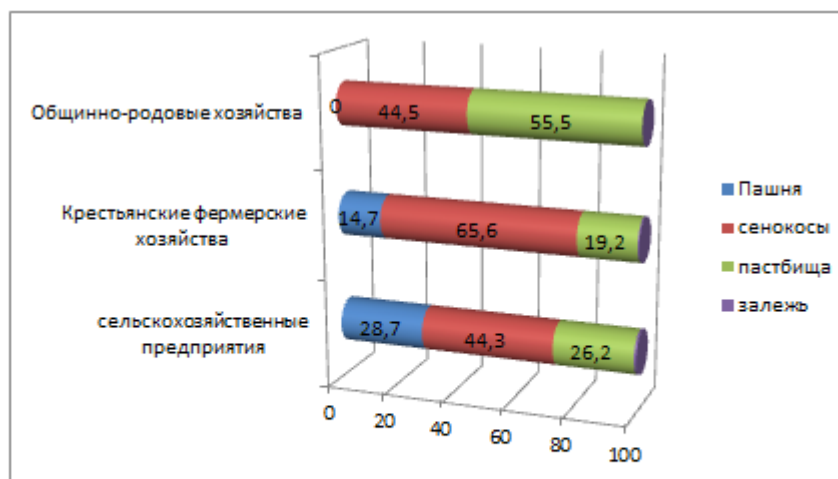


Рис. 4 Структура сельскохозяйственных угодий по землепользователям (на 1 января 2019 года; в процентах от общей площади сельскохозяйственных угодий)

Большое количество залежи земель наблюдается у сельскохозяйственных предприятий, оно составляет-28,7% от общей площади сельскохозяйственных угодий, доля залежи у крестьянско-фермерских хозяйств чуть меньше, оно составляет — 14,7 %. Залежи отсутствуют в общинно-родовых хозяйствах, которые связаны с особенностями крайнего севера.

Таблица 6

Посевные площади сельскохозяйственных культур

(в хозяйствах всех категорий, гектаров)

		2005	2010*	2015*	2016*	2017*	2018	2018 в % к	
								2005	2017
	Вся посевная площадь	48 682	43 566	45 098	44 431	46 805	47 241	97,0	100,9
1	Зерновые и зернобобовые культуры	14920	15318	10738	11 078	11340	9573	64,2	84,4
	Из них:								
	Пшеница	3255	1997	2439	2000	2080	1648	50,6	79,2
	Рожь	146	18	2	113	12	2	1,4	19,5
	Ячмень	6384	6169	3870	3225	3341	2565	40,2	76,8
	Овес	5135	7134	4426	5739	5906	5357	104,3	90,7
2	Картофель и овощебахчевые культуры	10 853	9050	9473	8965	9044	8724	80,4	96,5
	В том числе								
	Картофель	8950	7415	7886	7391	7389	7241	80,9	98,0
	Овощи открытого грунта-всего**	1903	1630	1567	1556	1626	1463	76,9	89,9
	Из них:								
	Капуста (всех видов)	775	682	700	662	705	619	79,9	87,8
	Огурцы**	14	77	102	119	135	110	7,9 p	81,3
	Помидоры**	96	101	99	105	119	116	120,8	97,1
	Свекла столовая	334	282	227	209	194	198	59,3	102,0
	Морковь столовая	450	262	251	294	285	278	61,8	97,4
	Продовольственные бахчевые культуры	-	5	20	18	29	20	-	68,3
3	Кормовые культуры	22909	19198	24889	24384	26421	28945	126,3	109,6
	Кормовые корнеплоды	7	13	4	23	3	0,2	2,9	6,7
	Силосные культуры	3900	2105	2965	3896	3747	4687	120,2	125,1
	Однолетние травы	15600	12470	14481	11470	12091	13056	83,7	108,0
	Многолетние	3402	4611	7432	8995	10522	11198	3,3 p	106,4

* Данные пересчитаны с учетом итогов всероссийской сельскохозяйственной переписи 2016 года.

**С 2010 года включая закрытый грунт по хозяйствам населения

В хозяйствах по всем категориям земель посевные площади сельскохозяйственных культур с 2005 года относительно к 2018 особо не изменилась. Но в 2010 года наблюдалось снижением площади посевной площади. Но потом ежегодно пошло увеличение от 43566 гектаров в 2010 году и в 2018 году до 47241 га.

По виду растениеводства: посевные площадь зерновых и зернобобовых культуры в 2005 году с 14920 гектаров, уменьшилось 9573 гектаров в 2018 году; площадь земель картофеля и овощных культур с 10853 гектаров в 2005 году уменьшилось до 8724 гектаров в 2018 году.

Наблюдается постепенное увеличение динамики роста площадей, именно, многолетних кормовых культур. В 2005 году площадь посева составляла 3401 гектаров, а в 2018 году составило 11198 гектаров, что почти в три раза больше. По видам овощных культур заметен высокий рост посева огурцов, помидоров а так же продовольственных

бахчевых культур. Эти изменения связаны, прежде всего, с агитацией потребления населения местных овощных культур, так как ценовая политика овощных культур в республике в связи с высокими ценами завоза остаются всегда высокими. Так же влияет такой фактор, как перенасыщения почвы нитратами, откуда импортируют продукцию, а так же вероятности использования в овощеводстве генно модифицированных материалов для посева.

Вывод

В распределении земельного фонда Республики Саха (Якутия) за последние пять лет наблюдается увеличение площади земель промышленного назначения на 1,8 тысяч гектаров. Экология в Республике Саха (Якутия) наиболее лучшая остается только в тех территориях, где нет промышленности и ведение каких либо хозяйственных действий. Но с увеличением площади промышленных земель увеличивается негативный фактор как промышленные выбросы в экологию района. В связи с этим рекомендуем постоянно вести экологический контроль и изолировать отходы, разрушающие почвенную экосистему в округе, которое будет влиять долгие годы на пищевую цепочку в природе, соответственно на физическое состояние социума. (3)

Исходя из выше изложенного, необходимо создать целевую программу по мониторингу земель всех районов Республики Саха (Якутия). Результаты работы которого стали бы хорошим информационным источником, для разработки путей эффективного использования земель и иной недвижимости, как важнейших составляющих национального богатства Республики. Необходимо регулярно вести мероприятия по снижению риска наносимых убытков, потерь и ущерба землям природными и техногенными воздействиями. В результате работы по целевой программе мониторинга земель сократились бы затраты на получение информации о состоянии и использования земель по сравнению с традиционными. В подпрограмме необходимо добавить пункт по прогнозированию развития опасных негативных процессов, вызывающих ухудшение земель. Развитие рынка недвижимости так же требует усиленного наблюдения за изменениями состояния земель.

Список литературы

1. Земельный кодекс Российской Федерации Статья 67 «Государственный мониторинг земель»
2. Земельный кодекс Российской Федерации Статья 79 «Особенности использования сельскохозяйственных угодий»

3. Федеральный закон «О государственном регулировании обеспечения плодородия земель сельскохозяйственного назначения» от 16.07.1998 № 101
4. Федеральный закон «Об охране окружающей среды» от 10.01.2002 № 7
5. Концепция государственной земельной политики Республики Саха (Якутия) до 2020 года
6. «Охрана окружающей среды в Республике Саха (Якутия) за 2014-2018 гг.»: Статистический сборник/ Территориальный орган Федеральной службы государственной статистики по Республике Саха (Якутия). – Якутск.: 2019.-61 с.
7. Сельское хозяйство в Республике Саха (Якутия): Стат.сб./ Саха (Якутия) стат.-Якутск, 2019.-211 с.
8. «Строительство в Республике Саха (Якутия).» 2018: Статистический сборник/Саха (Якутия) стат. – Якутск, 2018 – 100 с.

References

1. Земельный кодекс Российской Федерации Статья 67 «Государственный мониторинг земель»
2. Земельный кодекс Российской Федерации Статья 79 «Особенности использования сельскохозяйственных угодий»
3. Федеральный закон «О государственном регулировании обеспечения плодородия земель сельскохозяйственного назначения» от 16.07.1998 № 101
4. Федеральный закон «Об охране окружающей среды» от 10.01.2002 № 7
5. Концепция государственной земельной политики Республики Саха (Якутия) до 2020 года
6. «Охрана окружающей среды в Республике Саха (Якутия) за 2014-2018 гг.»: Статистический сборник/ Территориальный орган Федеральной службы государственной статистики по Республике Саха (Якутия). – Якутск.: 2019.-61 с.
7. Сельское хозяйство в Республике Саха (Якутия): Стат.сб./ Саха (Якутия) стат.-Якутск, 2019.-211 с.
8. «Строительство в Республике Саха (Якутия).» 2018: Статистический сборник/Саха (Якутия) стат. – Якутск, 2018 – 100 с.

ЭКОЛОГИЯ И ПРИРОДОПОЛЬЗОВАНИЕ
ECOLOGY AND NATURAL RESOURCES MANAGEMENT

Технико-экономическое обоснование внедрения комплексной технологии борьбы с осложнениями в системе сбора и транспортировки нефти
Feasibility study for the implementation of a comprehensive technology to combat complications in the oil collection and transportation system



УДК 622.27

DOI 10.24411/2413-046X-2020-10509

Козлов Антон Вадимович,

Пермский национальный исследовательский политехнический университет, г. Пермь

Вотинова Алена Олеговна,

Пермский национальный исследовательский политехнический университет, г. Пермь

Kozlov A.V.,

anton.kozlov@girngm.ru

Votnova A.O.,

votnova_alena@mail.ru

Аннотация. В данной работе рассмотрена проблема возникновения комплексных осложнений, состоящих из образования органических отложений и высоковязких эмульсий (ВВЭ) в линейных трубопроводах при перекачке флюида, характеризующегося высоким содержанием асфальтено-смолистых веществ и парафинов. Предложена комплексная технология, включающая в себя дозирование ингибитора через блок подачи реагента и путевой подогрев перекачиваемого флюида, позволяющая снизить интенсивность образования органических отложений и предотвратить образование ВВЭ. Проведены лабораторные исследования, подтверждающие высокую технологическую эффективность предлагаемой технологии, и представлены результаты сравнения накопленных затрат при внедрении предлагаемой технологии и текущего состояния на

рассматриваемом трубопроводе, а именно проведение промывочных мероприятий с помощью рабочего агента, в качестве которого выступает горячая вода с добавлением углеводородного растворителя.

Summary. In this paper, we consider the problem of complex complications, consisting of the formation of organic deposits and high-viscosity emulsions (HVE) in linear pipelines when pumping a fluid characterized by a high content of asphaltene-resinous substances and paraffins. A complex technology has been proposed, which includes dosing of the inhibitor through the reagent supply unit and path heating of the pumped fluid, which allows reducing the intensity of organic deposits formation and preventing the formation of HVE. Laboratory studies confirming the high technological efficiency of the proposed technology have been carried out, and the results of comparing the accumulated costs of implementing the proposed technology and the current state of the pipeline in question, namely, carrying out flushing activities using a working agent, which is hot water with the addition of a hydrocarbon solvent, are presented.

Ключевые слова: осложнения при сборе нефти, технологическая эффективность, высоковязкие эмульсии, асфальтосмолопарафиновые отложения, комплексные технологии.

Key words: complications in the collection of oil, technological efficiency, high-viscosity emulsions, asphalt-tar-paraffin deposits, accumulated costs.

1. Введение

Основным способом транспортировки углеводородов на территории Российской Федерации, которым транспортируется около 95% добываемых флюидов, является трубопроводный транспорт [1]. Однако в использовании трубопроводного транспорта есть свои достоинства и недостатки. Одним из серьезных недостатков является образование органических отложений, в частности асфальтосмолопарафиновых отложений (АСПО), представляющих собой углеводородные отложения, которые не растворяются и не диспергируются сырой нефтью при нормальных условиях [2].

Причиной практически каждой пятой аварии на линейных трубопроводах является образование АСПО, а именно рост объема органических отложений внутри трубопровода и, как следствие, уменьшения гидравлического радиуса и повышения давления в трубопроводе. При борьбе с данными отложениями наиболее серьезными проблемами являются выбор наиболее рациональных и оптимальных методов и средств борьбы с образующимися отложениями, повышение эффективности очистки и снижение экономических затрат на их проведение [3].

Различные методы борьбы с АСПО применяются при различных технологических условиях добычи или физико-химических и реологических свойствах добываемого флюида. Существуют различные методы борьбы с данными отложениями в трубопроводах, причем обычно их дифференцируют на две группы методов: предупреждение образования АСПО и удаление существующих отложений. К первой группе методов относятся: технологии химизации (применение реагентов-ингибиторов, деэмульгаторов и т.д.), применение гладких (защитных) покрытий, воздействие физических полей (магнитного, ультразвукового, электрического, вибрационного, акустического), тепловые методы (применение путевых подогревателей, греющих кабелей) [4]. Ко второй группе методов относятся: тепловые методы (промывочные мероприятия горячей водой, нефтью или моющими составами), механические методы (применение различных видов скребков), химические методы (применение углеводородных растворителей) [5]. Наиболее перспективными из представленных методов являются технологии химизации с целью предотвращения образования органических отложений в линейных трубопроводах.

Однако необходимо отметить тот факт, что как только температура перекачиваемой жидкости в трубопроводе опускается ниже температуры начала кристаллизации парафина (ТНКП) и кристаллы парафина, образовавшиеся в потоке перекачиваемой нефти, начинают осаждаться, поведение флюида начинает отклоняться от ньютоновского течения к неньютоновскому [6, 7]. Так же на основании данных, приведенных в работах [8-10] можно отметить, что процесс образования водонефтяных эмульсий зависит от температуры перекачиваемого флюида, исходной вязкости, содержания во флюиде асфальтено-смолистых веществ (АСВ), парафинов и водной фазы. Из приведенных выше фактов следует, что образование органических отложений в трубопроводах при транспортировке тяжелых нефтей с высоким содержанием парафинов и АСВ так же ведет к интенсификации повышения вязкости и образованию ВВЭ. Так же стоит отметить, что интенсивность образования органических отложений увеличивается при образовании в трубопроводе ВВЭ ввиду снижения скорости потока флюида и включения в объем отложения эмульгированной воды [11, 12]. Данный факт подтверждается тем, что на территории Пермского края самыми распространенными осложнениями при транспортировке флюидов линейными трубопроводами являются образование АСПО и ВВЭ.

При борьбе с высоковязкими эмульсиями так же существует два направления: предупреждение образования ВВЭ или разрушение образовавшихся эмульсий. К первому

направлению можно отнести последовательную откачку нефти и воды, нагрев добываемой продукции, разбавление перекачиваемой продукции маловязкой нефтью, применение технологий химизации (применение органических растворителей или деэмульгаторов) [13, 14]. Ко второму направлению относятся технологии подачи деэмульгатора и теплового нагрева образованной эмульсии, воздействие физических полей (магнитного, акустического, вибрационного) [15, 16]. Так же стоит отметить, что у всех представленных выше методов борьбы с осложнениями есть определенные условия, при которых целесообразно их применение.

Принимая во внимание тот факт, что на территории Пермского края встречаются месторождения, где существует необходимость одновременной борьбы как с образованием АСПО в трубопроводе, так и с образованием ВВЭ, можно заключить, что необходимо внедрение комплексных технологий, позволяющих эффективно бороться со всеми рассматриваемыми осложнениями. В данной работе представлено технико-экономическое обоснование внедрения комплексной технологии дозирования ингибитора при одновременном подогреве транспортируемого флюида для трубопровода «N» месторождения «Z», а так же сравнение внедрения данной комплексной технологии и ее составляющих по отдельности.

2. Обоснование необходимости внедрения комплексной технологии борьбы с осложнениями на рассматриваемом технологическом объекте

Для месторождения «Z» характерны нефти, обладающие высокой вязкостью (11,54-20,03 мм²/с), высокой плотностью (861-877 кг/м³), малым содержанием светлых фракций и высоким содержанием смол (31,15 %) и парафинов (3,18 %). На рисунке 1 приведена статистика проведенных промывочных мероприятий на данном трубопроводе с 2017 по 2019 гг.

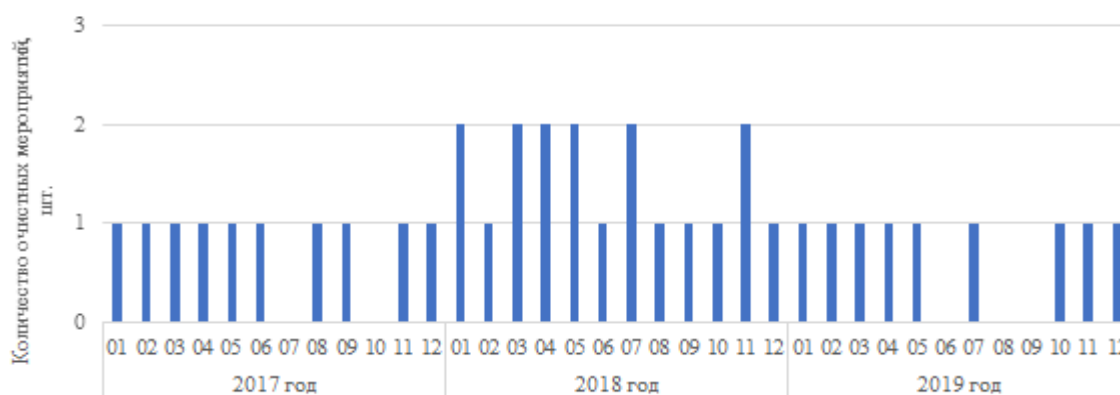


Рисунок 1. Статистика проведения очистных мероприятий на трубопроводе «N»

Анализируя данный рисунок, можно заключить, что на данном трубопроводе регулярно проводятся промывочные мероприятия. Исходя из промысловой информации, можно отметить, что данные очистные мероприятия проводятся горячей водой с применением углеводородного растворителя. Данный факт, а также наличие пиков количества очистных мероприятий в зимние и весенние месяцы года означают, что на данном трубопроводе существует проблема образования АСПО, а применение текущей технологии борьбы является неэффективной ввиду наличия значительных экономических затрат и низкого значения межочистного периода. Экономические затраты на проведения очистных мероприятий складываются из высокой стоимости растворяющего агента и необходимости остановки трубопровода на время проведения очистного мероприятия. Средняя стоимость проведения одного очистного мероприятия составляет 4 у.е.

Внедрение предлагаемой комплексной технологии дозирования ингибитора при одновременном подогреве транспортируемого флюида позволит эффективно бороться как с образованием АСПО, так и с повышением вязкости перекачиваемого флюида, вызванным образованием ВВЭ. Технологический эффект от внедрения технологии химизации, а именно реагентов-ингибиторов АСПО обусловлен тем, что данные химические вещества – это зачастую агенты смачивающего действия, обладающие деэмульгирующим действием и способные к адсорбции на металлической поверхности с постоянно возобновляемой и устойчивой ее гидрофилизацией по пленочному механизму. Это локализует фрагменты АСПО непосредственно в потоке жидкости без устойчивого отложения на металлической поверхности. Так же данные реагенты могут быть диспергирующего, модификационного или депрессионного действия, что также позволит им уменьшать интенсивность образования органических отложений за счет воздействия на процесс кристаллизации твердых компонентов нефти, снижения склонности кристаллов к объединению и присоединению к стенкам трубы или адсорбции на кристаллах парафина, что затруднит способность последних к агрегации и накоплению. Внедрение технологии путевого подогревания транспортируемого флюида позволяет бороться с осложнениями, возникающими в данном трубопроводе за счет нагревания перекачиваемого флюида, что позволит временно предотвратить или снизить интенсивность образования АСПО, разрушить или уменьшить вязкость образованной водонефтяной эмульсии. Увеличение технологического эффекта от внедрения комплексной технологии, состоящей из дозирования реагента-ингибитора и путевого подогрева перекачиваемого флюида, обусловлено увеличением эффективности применения ингибитора АСПО ввиду роста интенсивности межмолекулярного

взаимодействия, заключающегося в увеличении числа водородных связей с ростом температуры флюида. Снижение интенсивности образования АСПО предотвратит изменения реологических параметров рассматриваемого флюида ввиду отсутствия выделения дисперсной фазы. Так же дозирование в сырую нефть ингибиторов АСПО способно снизить динамическую вязкость сырой нефти, что повлияет на реологические свойства образываемой этой нефтью водонефтяной эмульсии.

3. Методы проведения лабораторных исследований

Для оценки технологической эффективности внедрения технологии дозирования ингибиторов АСПО с целью предотвращения образования органических осложнений были проведены лабораторные исследования по изучению изменения интенсивности образования органических отложений при дозировании реагентов-ингибиторов и изменении параметров проведения исследований. Данные лабораторные исследования проводились на установке «Холодного стержня», представленной на рисунке 2.

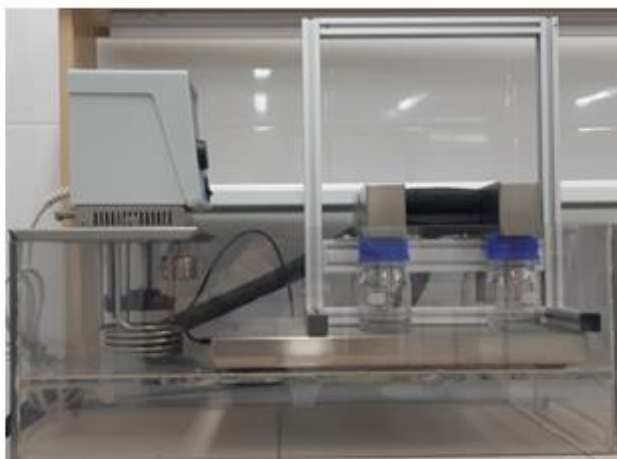


Рисунок 2. Лабораторная установка «Холодный стержень» CF-4

Данная лабораторная установка основана на принципе обращённого трубопровода. При проведении лабораторных исследований использовалась методика, опубликованная ранее в работе [17]. В настоящей работе рассматривалось три различных реагента – ингибитора: ФЛЭК-ИП-106, ЭФРИЛ-ИПО417М марка DP, СНПХ-7909. Эффективность данных реагентов оценивалась при трех различных концентрациях (200, 300 и 400 г/т) в диапазоне температур от 20 до 50 . По результатам проведенных лабораторных исследований была рассчитана удельная ингибирующая способность рассматриваемых реагентов. Данная характеристика определялась по выражению (1).

$$K = \frac{I_2 - I_1}{I_2} \cdot 100\% \quad (1)$$

где: K — удельная ингибирующая способность, %; I_1 — интенсивность образования АСПО после добавления ингибитора АСПО, %; I_2 — интенсивность образования АСПО до добавления ингибитора АСПО, %.

Для определения технологической эффективности внедрения путевого подогрева перекачиваемой продукции проведены лабораторные исследования по изучению изменения реологических свойств рассматриваемого флюида. Реологические исследования транспортируемых водонефтяных эмульсий выполнялись на балансовых смесях нефтей и вод рассматриваемого месторождения, приготовленных из проб флюида, отобранного с исследуемого площадного объекта. Лабораторные исследования проводились на ротационном вискозиметре Rheotest RN 4.1, представленном на рисунке 3, при температурах от 5 до 40.



Рисунок 3. Ротационный вискозиметр Rheotest RN 4.1

4. Определения технологической эффективности комплексной технологии с применением лабораторных исследований

Технологическая эффективность от внедрения технологии дозирования реагента-ингибитора определялась по методике, представленной в п. 3. Результаты проведения лабораторных исследований представлены на рисунке 4.

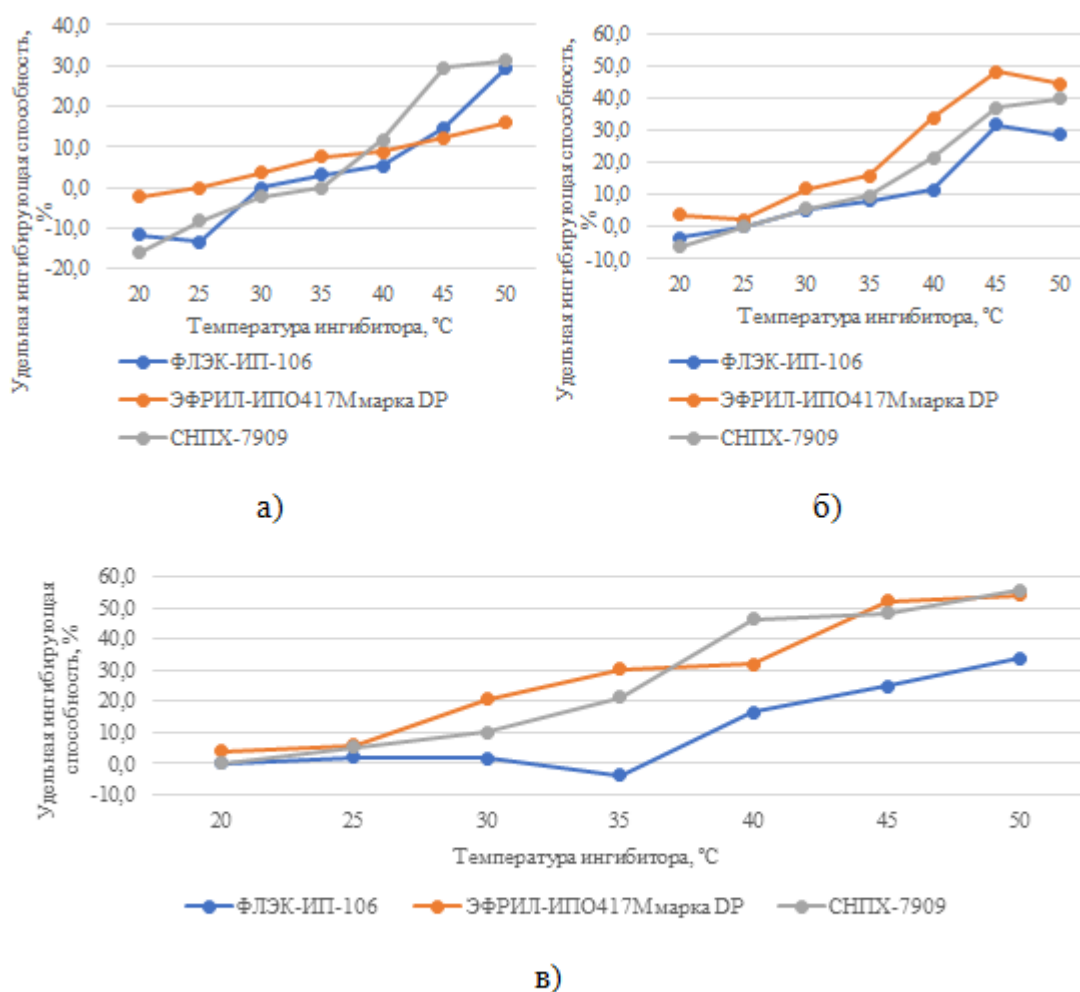


Рисунок 4. Изменение удельной ингибирующей способности при добавлении рассматриваемых ингибиторов с дозировкой: а) 200 г/т; б) 300 г/т; в) 400 г/т

Анализируя данные рисунки, можно отметить, что удельная эффективность рассматриваемых ингибиторовкратно увеличивается при нагревании исследуемой пробы нефти и увеличении концентрации ингибитора. Так же необходимо отметить малую, а иногда и отрицательную эффективность применение данных реагентов при низких температурах даже с учетом высокой концентрации. Наибольшая удельная эффективность отмечена при исследовании реагента-ингибитора СНПХ-7909 концентрации 400 г/т при температуре 50.

Определение технологической эффективности внедрения путевого подогревателя за счет снижения вязкости перекачиваемой продукции проводилось по методике, представленной в п. 3. Результаты определения реологических свойств рассматриваемого флюида представлены в таблице 1.

Таблица 1

Реологические свойства исследуемого флюида

Обводненность, %	Значение динамической вязкости, мПа·с					
	5 °С	10 °С	20 °С	30 °С	40 °С	50 °С
0	83.5	69.5	35.3	30.0	27.0	25.7
20	643.5	205.6	84.4	71.7	64.6	61.3
40	2713	467.6	168.5	143.2	128.9	122.5
60	3110.1	604.8	226.1	192.1	173.0	164.3
70	4258	767.7	320.8	272.6	245.4	233.1
80	6.3	3.5	3.1	2.6	2.4	2.3

Анализируя данные из представленной таблицы, можно сказать, что вязкость рассматриваемой пробы значительным образом снижается с увеличением температуры. Так же стоит отметить, что динамическая вязкость достигает наибольшего значения при объемной обводненности перекачиваемого флюида 60 %. Так же можно заметить, что наименьшее значение динамической вязкости водонефтяной эмульсии при температуре 50 составляет 2,3 мПа·с, которое достигается при обводненности 80 %, а наибольшее значение динамической вязкости водонефтяной эмульсии достигается при температуре 5 при обводненности 70 % и составляет 4258 мПа·с.

5. Экономическое обоснование внедрения предлагаемой технологии

При внедрении комплексной технологии необходимо оценивать не только технологическую эффективность и фактическую необходимость внедрения технологии, но и оценивать экономические затраты на ее внедрение. В данной работе сравнивались накопленные затраты на борьбу с комплексными осложнениями в рассматриваемом трубопроводе при внедрении на данном трубопроводе в 2017 году предлагаемой комплексной технологии и проведении регулярных промывочных мероприятий, представленных на рисунке 1. При оценке накопленных затрат по внедрению предлагаемой комплексной технологии оценивались капитальные затраты на приобретение, монтаж и пуско-наладочные работы путевого подогревателя и блока дозирования реагента, операционные затраты на электроэнергию, технологическое обслуживание оборудования и амортизационные отчисления. Так же при оценке накопленных затрат учитывалась стоимость приобретения, доставки и заправки реагента-ингибитора в блок подачи реагента. На основании проведенных лабораторных исследований оптимальной температурой подогрева перекачиваемого флюида считается 40 . Предлагается дозирование реагента-ингибитора «ЭФРИЛ-ИПО417М марка DP» с концентрацией 300 г/т. В период с 2017 до 2019 года накопленные затраты на внедрение рассматриваемой технологии сравниваются с затратами, приходящимися на проведение

очистных мероприятий на рассматриваемом трубопроводе. Данные затраты складываются из приобретения, доставки, закачки теплоносителя (горячая вода) и углеводородного растворителя. В период с 2019 до 2025 года приводится сравнение линейных прогнозов по изменению накопленных затрат на внедрение рассматриваемой технологии и дальнейшее проведение очистных мероприятий. График изменения накопленных затрат по рассматриваемым технологиям приведен на рисунке 5.

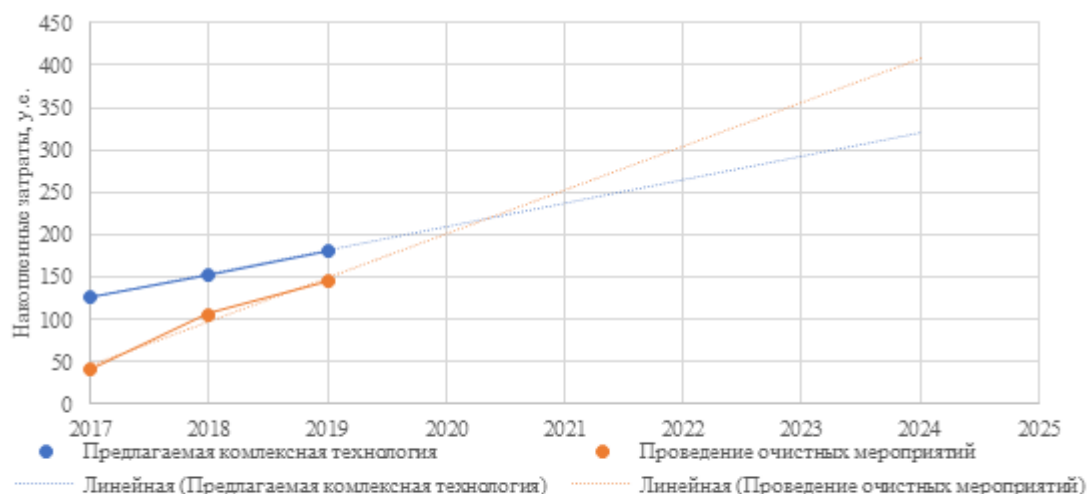


Рисунок 5. График изменения накопленных затрат по рассматриваемым технологиям

6. Результаты

Оценивая технологическую эффективность применения рассматриваемой комплексной технологии, стоит отметить, что, несмотря на высокую технологическую эффективность внедрения технологии подогрева перекачиваемого флюида, данная технология создает «временный» эффект, вызванный отдалением места, в котором флюид достигнет ТНКП, что приведет к началу образования АСПО и повышения вязкости флюида. Данный факт подтверждается исследованиями, проведенными в работе [18]. Так же, внедрение технологии дозирования ингибитора не представляется технологически эффективной ввиду низких значений эффективности рассматриваемой технологии при низких температурах. Анализируя все вышесказанное, можно сделать вывод, что внедрение составляющих рассматриваемой комплексной технологии по отдельности не представляется технологически эффективным. Внедрение комплексной технологии рекомендуется при подогреве перекачиваемой жидкости до температуры 40 и дозировании реагента-ингибитора ЭФРИЛ-ИПО417М марка DP концентрацией 300 г/т. Данная температура обоснована снижением темпа изменения динамической вязкости рассматриваемого флюида и незначительным приростом удельной ингибирующей

способности реагента-ингибитора с ростом температуры выше 40 . Реагент-ингибитор «ЭФРИЛ-ИПО417М марка DP» выбран ввиду наличия наибольшей эффективности при проведении лабораторных исследований, а заданная концентрация является оптимальной так как повышение концентрации при заданной температуре не дало значительного увеличения удельной ингибирующей способности.

Анализируя график, представленный на рисунке 5, можно отметить, что предлагаемая комплексная технология обладает высокими капитальными затратами, однако операционные затраты являются относительно невысокими, по сравнению с проведением промывочных мероприятий углеводородными растворителями. Таким образом, несмотря на высокие капитальные затраты при внедрении предлагаемой технологии, накопленные затраты при проведении очистных мероприятий горячей водой с углеводородными растворителями превысят накопленные затраты по предлагаемой технологии по прошествии 3.5 лет. Причем по прошествии 7 лет накопленные затраты на внедрение предлагаемой технологии превышают затраты на проведения очистных мероприятий на 26,7 %.

7. Заключение

На основании анализа промысловых данных и научной литературы был сделан вывод о наличии комплексной проблемы образования органических отложений и высоковязких эмульсий в трубопроводе «N» месторождения «Z». Анализируя результаты ранее проведенных лабораторных исследований по определению технологической эффективности предлагаемой комплексной технологии и исследования, приведенные в научной литературе, можно заключить, что внедрение компонентов предлагаемой комплексной технологии отдельно не представляется целесообразным ввиду резкого снижения их технологической эффективности. С экономической точки зрения, накопленные затраты на внедрение предлагаемой комплексной технологии станут меньше накопленных затрат на проведение очистных мероприятий с применением в качестве теплоносителя горячей воды с углеводородным растворителем через 3 года и 5 месяцев.

Список литературы

1. П.Ю. Илюшин, А.В. Лекомцев, Т.С. Ладейщикова, Р.М. Рахимзянов. Оценка эффективности метода «холодный поток» в борьбе с асфальтеносмолопарафиновыми отложениями //Вестник Пермского национального исследовательского политехнического университета. Геология. Нефтегазовое и горное дело. – 2018. – Т. 18. – №. 1. – С. 53.

2. Towler B. F., Jaripatke O., Mokhatab S. Experimental investigations of the mitigation of paraffin wax deposition in crude oil using chemical additives // *Petroleum Science and Technology*. – 2011. – Т. 29. – №. 5. – С. 468-483.
3. Хасанова К.И., Дмитриев М.Е., Мастобаев Б.Н. Повышение эффективности применения средств и методов борьбы с асфальтосмолопарафиновыми отложениями в процессе транспорта нефти по магистральным трубопроводам // *Транспорт и хранение нефтепродуктов*. 2013. №3.
4. Акрамов Т. Ф., Яркеева Н. Р. Борьба с отложениями парафиновых, асфальтосмолистых компонентов нефти // *Нефтегазовое дело*. – 2017. – Т. 15. – №. 4. – С. 67-72.
5. Иванова Л. В., Буров Е. А., Кошелев В. Н. Асфальтосмолопарафиновые отложения в процессах добычи, транспорта и хранения // *Сетевое издание «Нефтегазовое дело»*. – 2011. – №. 1. – С. 268-284.
6. Rønningsen H. P. Rheology of petroleum fluids // *Annual Transactions of the Nordic Rheology Society*. – 2012. – Т. 20. – С. 11-18
7. Li H., Zhang J. Viscosity prediction of non-Newtonian waxy crude heated at various temperatures // *Petroleum science and technology*. – 2014. – Т. 32. – №. 5. – С. 521-526.
8. Литвинец И. В., Небогина Н. А., Прозорова И. В. Формирование асфальтосмолопарафиновых отложений в эмульсиях высокопарафинистых нефтей // *Вестник Пермского национального исследовательского политехнического университета. Химическая технология и биотехнология*. – 2017. – №. 4.
9. Вяткин, К. А., Д. Ю. Соловьев, Ю. А. Баранова, and Т. С. Ладейщикова. «Исследование реологических свойств водонефтяных эмульсий и их применение в гидравлических расчетах.» *Master's Journal 2* (2015): 146-155.
10. Шарифуллин А. В., Хуснуллин Р. Р., Шарифуллин В. Н., Байбекова Л. Р. Особенности турбулентного течения нефтяных эмульсий // *Вестник Казанского технологического университета*. 2013. №21.
11. Lei Y., Han S., Zhang J. Effect of the dispersion degree of asphaltene on wax deposition in crude oil under static conditions // *Fuel processing technology*. – 2016. – V. 146. – P. 20-28.
12. Прозорова И. В., Кирбижекова Е. В., Юдина Н. В. Влияние температуры и степени обводнённости нефти на состав асфальтосмолопарафиновых отложений // *Нефтепереработка и нефтехимия. Научно-технические достижения и передовой опыт*. – 2011. – №. 3. – С. 18-21.

13. Майер А.В., Магомедшерифов Н.И., Валеев М.Д. Технология снижения вязкости обводненной нефти в промысловых трубопроводах //Известия Высших учебных заведений «Нефть и газ». – 2017. – №. 3. – С. 49-53.
14. Матиев К.И., Агазаде А.Д., Алсафарова М.Э., Акберова А.Ф. Подбор эффективного деэмульгатора для разрушения водонефтяной эмульсии и исследования по определению совместимости с базовым деэмульгатором // НАУЧНЫЕ ТРУДЫ НИПИ НЕФТЕГАЗ ГНКАР. – 2018. – №1. – С. 75-82.
15. Лоскутова Ю. В., Юдина Н. В. Влияние магнитного поля на структурно-реологические свойства нефтей //Известия Томского политехнического университета. Инжиниринг георесурсов. – 2006. – Т. 309. – №. 4.
16. Васильев Н. И. и др. Повышение эффективности разделения водонефтяной эмульсии акустическим воздействием //Оборудование и технологии для нефтегазового комплекса. – 2016. – №. 2. – С. 47-49.
17. Вяткин К. А., Козлов А. В. Изучение, влияющих на интенсивность парафинообразования факторов в лабораторных условиях // Проблемы разработки месторождений углеводородных и рудных полезных ископаемых. – 2019. – Т. 1. – С. 96-98
18. П.А. Ревель-Муроз, Н.Р. Гильмутдинов, М.Е. Дмитриев, Б.Н. Мастобаев Использование асфальтосмолопарафиновых отложений в качестве тепловой и антикоррозионной изоляции нефтепроводов // Транспорт и хранение нефтепродуктов. 2016. №3.

Оценка эксплуатационного состояния и степени риска аварии низконапорных гидротехнических сооружений
Assessment of the operating state and the degree of risk of accidents of low-pressure hydraulic engineering structures



УДК 627.8.059.2

DOI 10.24411/2413-046X-2020-10532

Туктаров Ренат Бариевич,

кандидат сельскохозяйственных наук, доцент, ведущий научный сотрудник, заведующий отделом, Волжский научно-исследовательский институт гидротехники и мелиорации, Саратовская обл., Энгельский р-н, р.п. Приволжский

Мельникова Валентина Павловна,

старший научный сотрудник, Волжский научно-исследовательский институт гидротехники и мелиорации, Саратовская обл., Энгельский р-н, р.п. Приволжский

Пасовец Раиса Дмитриевна,

научный сотрудник, Волжский научно-исследовательский институт гидротехники и мелиорации, Саратовская обл., Энгельский р-н, р.п. Приволжский

Греков Дмитрий Алексеевич,

младший научный сотрудник, Волжский научно-исследовательский институт гидротехники и мелиорации, Саратовская обл., Энгельский р-н, р.п. Приволжский

Tuktarov R.B.,

tuktarov.rb@gmail.com

Melnikova V.P.,

melnikova_vpi23@mail.ru

Pasovets R.D.,

raisa.pasovets@yandex.ru

Grekov D.A.,

grekov.dmitry@yandex.ru

Аннотация. В статье рассматриваются результаты оценки эксплуатационного состояния и степени риска аварии низконапорных гидротехнических сооружений (ГТС) на примере гидроузла Ахмато-Лавровского водохранилища, расположенного в Краснокутском районе Саратовской области. Приведен расчет вероятного вреда при тяжелом и вероятном сценариях возможной гидродинамической аварии на объекте. Согласно параметрам зоны затопления определены коэффициенты опасности аварии, уязвимости ГТС и риска вероятности возникновения чрезвычайной ситуации. Предложены мероприятия для нормального и безопасного функционирования гидротехнических сооружений при их дальнейшей эксплуатации.

Summary. The article discusses the results of assessing the operational state and the degree of risk of an accident of low-pressure hydraulic engineering structures (GTS) on the example of the Akhmato-Lavrovskoye reservoir, located in the Krasnokutsk district of the Saratov region. The calculation of the probable harm in heavy and probable scenarios of a possible hydrodynamic accident at the facility is presented. According to the parameters of the flooded zone, the coefficients of accident hazard, hydraulic engineering structure vulnerability and the risk of the likelihood of an emergency are determined. Measures are proposed for the normal and safe functioning of hydraulic engineering structures during their further operation.

Ключевые слова: гидротехнические сооружения, водохранилище, плотина, волна прорыва, сценарии аварий, коэффициент риска аварии, коэффициент опасности, коэффициент уязвимости.

Keywords: hydraulic structures, reservoir, dam, breakthrough wave, accident scenarios, accident risk coefficient, hazard coefficient, vulnerability coefficient.

В соответствии со ст. 9 Федерального закона «О безопасности гидротехнических сооружений», «собственник ГТС и эксплуатирующая организация обязаны систематически анализировать причины снижения безопасности ГТС и своевременно осуществлять разработку и реализацию мер по обеспечению технически исправного состояния ГТС и его безопасности, а также по предотвращению аварии ГТС» [1].

Значительное количество водохранилищ в России, созданных в 60-80 годы прошлого века на местных реках с помощью отсыпки плотин, построенных без проектной документации и используемых для орошения земель, обводнения территорий, сельскохозяйственного водоснабжения, находятся преимущественно в муниципальной собственности. Анализ современного состояния использования таких ГТС показывает, что у муниципальных собственников и эксплуатирующих организаций нередко отсутствует возможность осуществления мероприятий, связанных с мониторингом технического

состояния гидротехнических сооружений и проведением необходимых изысканий и ремонтных работ, что может привести к снижению их надежности и безопасности.

В настоящее время вопросы оценки эксплуатационного состояния и степени риска аварии низконапорных гидротехнических сооружений, ввиду отсутствия проектной и технической документации на объекты, являются актуальными, поскольку получаемые сведения необходимы для прогнозирования развития возможных чрезвычайных ситуаций (ЧС) и разработки обоснованных мероприятий по их предупреждению.

Объектом исследований выбраны низконапорные ГТС Ахмато-Лавровского водохранилища, функционирующие с 1939 года и расположенные вблизи г. Красный Кут Краснокутского района Саратовской области.

Методами исследования являются обобщение и анализ материалов натуральных обследований, методы оценки уровня риска; моделирование процессов возникновения аварийных ситуаций.

В состав гидроузла водохранилища входят следующие сооружения: водоподпорное сооружение (земляная насыпная плотина); водосбросные сооружения (бетонный быстроток автоматического действия, сифонный водовыпуск); ГТС специального назначения (насосная станция). Плотина – земляная, однородная; отсыпана из местных глинистых грунтов, полутвердой консистенции, проезжая. Отметки гребня плотины колеблются от 58 м до 59 м; ширина плотины по гребню – 10 м; длина плотины по гребню – 640 м; максимальная высота плотины – 11 м.

Водохранилище русловое, сезонного регулирования стока. Объем водохранилища при НПУ составляет 8,4 млн. м³ (полный); площадь зеркала – 3,9 км². Максимальная глубина у плотины при НПУ составляет 5 м.

Натурные обследования земляной плотины, проведенные в 2020 году, показали, что верховой откос имеет подмывы длиной до 10 м и шириной до 3 м. (рис. 1) [2].

Учитывая техническое состояние сооружений гидроузла для прогнозирования характеристик волны прорыва и масштабов затопления местности при разрушении плотины Ахмато-Лавровского водохранилища были рассмотрены наиболее тяжелый и наиболее вероятный сценарии гидродинамических аварий.

Наиболее тяжелым сценарием аварии на рассматриваемом ГТС является прохождение паводка редкой повторяемости, затор льда в подводящей части водосброса, переполнение водохранилища, перелив воды через гребень плотины на пониженных участках, размыв гребня и тела плотины, образование прорана и затопление территории нижнего бьефа.



Рисунок 1 – Подмыв верхового откоса плотины Ахмато-Лавровского водохранилища

$$D_a = \lambda v \quad (1)$$

λ – коэффициент опасности для ГТС;

v – коэффициент уязвимости ГТС.

По показателю опасности превышения принятых при обосновании конструкции сооружений природных нагрузок и воздействий для ГТС Ахмато-Лавровского водохранилища отсутствует возможность возникновения (развития) потенциально опасных воздействий природного и техногенного характера ввиду длительного (более 80 лет) срока эксплуатации и работоспособного состояния сооружений.

Кроме этого, по нашему мнению, при строительстве ГТС соблюдены технологии возведения и свойства используемых материалов. Проектные решения при возведении сооружений соответствуют современным нормативным требованиям.

В тоже время режим эксплуатации и мониторинг безопасности ГТС не отвечают современным требованиям из-за отсутствия регулярных наблюдений и низкой квалификации эксплуатационного персонала. По данному показателю опасности сооружения соответствуют «малой опасности», то есть «возможна эксплуатация ГТС в штатном режиме с устранением недостатков в рамках текущих ремонтно-

восстановительных работ» (устранением подмывов верхового откоса плотины [5], но по размеру материального ущерба при аварии ГТС масштаб возможной ЧС соответствующий «региональному», отвечает уровню «большой опасности» [5].

Интегральный код показателей опасности для наиболее тяжелого сценария аварии составит 0013, а для вероятного сценария аварии – 0113. Для тяжелого сценария аварии коэффициент опасности $\lambda = 0,2813$, для вероятного сценария аварии $\lambda = 0,3438$ [6].

Для тяжелого сценария аварии коэффициент уязвимости подпорного сооружения, соответствующий коду 1011, составит $\nu = 0,2833$. Для вероятного сценария аварии коэффициент уязвимости подпорного сооружения, соответствующий коду 1012, составит $\nu = 0,35$ [5, 6].

В соответствии с полученными коэффициентами опасности λ и уязвимости ν коэффициент риска аварии на перегораживающем сооружении составляет: для тяжелого сценария аварии $Da = 0,079$, для вероятного сценария аварии $Da = 0,12$. ГТС Ахматовского водохранилища соответствуют «нормальному уровню безопасности» $Da < 0,15$ [5].

Вероятность возникновения аварии на напорных ГТС определена по формуле, согласно [5]:

$$Pa = 0,5 \operatorname{erfc} (-0.83 \beta \ln 2Da) \quad (2)$$

Pa – вероятность возникновения аварий;

$\operatorname{erfc} (-0.83 \beta \ln 2Da)$ – вероятностная функция;

β – коэффициент вероятности;

Da – коэффициент риска аварии.

Для тяжелого сценария аварии $Pa = 0,00002 = 0,2 \cdot 10^{-4}$ 1/год. Для вероятного сценария аварии $Pa = 0,0025 = 2,5 \cdot 10^{-3}$ 1/год.

Согласно классификации уровня риска, риск вероятности возникновения аварии ГТС можно оценить как приемлемый (допустимый), так как полученные значения вероятности возникновения аварий на напорных ГТС IV класса составляют менее $5 \cdot 10^{-3}$ 1/год [5].

Таким образом можно сделать вывод о том, что в настоящее время ГТС Ахматовского водохранилища находятся в работоспособном состоянии. Но для нормального и безопасного функционирования ГТС водохранилища необходимы

обеспечение регулярного контроля (мониторинга) показателей состояния гидротехнических сооружений и проведение текущих эксплуатационно-ремонтных работ. Полученные результаты исследований указывают на приемлемость примененных подходов при проведении оценки и определении степени риска возникновения аварий на низконапорных гидротехнических сооружениях, эксплуатирующихся без проектной и технической документации на объекты.

Список литературы

1. Российская Федерация. Федеральный закон «О безопасности гидротехнических сооружений» от 21.07.1997 № 117-ФЗ (в редакции от 29.07.2018 г.) [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://www.consultant.ru>, свободный.
2. Расчет вероятного вреда, который может быть причинен жизни, здоровью физических лиц, имуществу физических и юридических лиц в результате аварии ГТС Ахматовского водохранилища, расположенного в Краснокутском районе Саратовской области [Текст] / ФГБНУ ВолжНИИГиМ. – Красный Кут, 2019. – 53 с.
3. Методика оперативного прогнозирования инженерных последствий прорыва гидроузлов [Текст]. Стандарт предприятия. — М.: ВНИИГОЧС России, 1997. – 40 с.
4. Российская Федерация. Правительство РФ. О классификации чрезвычайных ситуаций природного и техногенного характера [Электронный ресурс]: постановление Правительства РФ от 21 мая 2007 г. № 304 – Режим доступа: <http://www.consultant.ru>, свободный.
5. ГОСТ Р 22.2.09-2015 Безопасность в чрезвычайных ситуациях. Экспертная оценка уровня безопасности и риска аварий гидротехнических сооружений. Общие положения (Переиздание) – Введ. 2016-06-01.- М.: Стандартинформ, 2019. – 23 с.
6. Розанов, Н.Н. Методические рекомендации по оценке риска аварий на гидротехнических сооружениях водного хозяйства и промышленности [Текст] / Н.Н. Розанов, Н.П. Куранова. — М.: ДАР/ВОДГЕО, 2009. – 60 с.

ОТРАСЛЕВАЯ И РЕГИОНАЛЬНАЯ ЭКОНОМИКА
INDUSTRY AND REGIONAL ECONOMY

Стратегия вовлечения результатов инновационной деятельности в хозяйственный оборот сельскохозяйственных организаций

Strategy for involving innovation performance in the economic turnover of agricultural organizations



DOI 10.24411/2413-046X-2020-10475

Курочкин В.Н.,

доктор технических наук, старший научный сотрудник, профессор кафедры экономики и управления Азово-Черноморского инженерного института Донского ГАУ в г. Зернограде

Kurochkin Valentin N.,

Doctor of Technical Sciences, Senior Researcher, Professor, Department of Economics and Management, Azov-Black Sea Engineering Institute, Don State Agrarian University, Valentin952@mail.ru

Аннотация. Была поставлена задача: разработка мероприятий по вовлечению результатов инновационной деятельности в хозяйственный оборот сельскохозяйственных организаций. Основу вовлечения результатов инновационной деятельности в хозяйственный оборот сельскохозяйственных организаций организации составляет Стратегия научно-технологического развития. По мнению автора статьи, совершенствование инновационной деятельности это сократит разрыв экономических показателей лидирующих аграрных фирм и фирм – аутсайдеров. Используются: системный подход, методы: сравнения, монографический и логический анализ разработки и реализации нового продукта. Предлагаемые мероприятия по вовлечению результатов инновационной деятельности в хозяйственный оборот коммерческой организаций повысят эффективность сельскохозяйственной деятельности и снизят зависимость от зарубежных технологий.

Summary. The task was set: the development of measures to involve the results of innovation in the economic turnover of agricultural organizations. The basis for the involvement of the results of innovation in the economic turnover of agricultural organizations of the organization is the Strategy for scientific and technological development. According to the author of the article, improvement of innovation activity will reduce the gap in economic indicators of leading agricultural firms and outsider firms. Used: systematic approach, methods: comparison, monographic and logical analysis of the development and implementation of a new product. The proposed measures for involving the results of innovative activities in the economic turnover of commercial organizations can significantly increase the efficiency of agricultural activities and reduce dependence on foreign technologies

Ключевые слова: экономика, сельское хозяйство, сельскохозяйственные организации, инновационная деятельность, результаты, мероприятия, хозяйственный оборот.

Key words: economy, agriculture, agricultural organizations, innovative activity, results, measures, economic turnover.

Актуальность. Правовую основу научно-технологического развития России составляет его Стратегия, утвержденная Указом Президента РФ [1]. Указ издан в развитие ст.18 ФЗ от 28.06.2014 №172 [2]. Органы власти современной России стремятся использовать рычаги макроэкономической и хозяйственной политики для эффективного освоения в производстве результатов научно-технической деятельности. Разрешено включать затраты на научно-исследовательские и опытно-конструкторские работы в состав расходов, вычитаемых из доходов при их налогообложении, реализуются ряд других мероприятий для внедрения техники и технологий.

Государство стремится развивать рынок инноваций, для чего обеспечивается охрана результатов научно-технической деятельности.

Система контроля за использованием объектов инновационной деятельности, созданных за счет средств федерального бюджета предусматривает возможность изъятия государством прав на использование созданных с таким финансированием результатов инновационной деятельности, если организация – владелец переданных ей прав на них в течение установленного срока не предпримет эффективных мер для их практического использования и введения в хозяйственный оборот. В агропромышленном производстве такие меры затронули только 10-20 % предприятий, относящихся к числу наиболее передовых в отрасли.

Цель: разработка мероприятий по вовлечение результатов инновационной деятельности в хозяйственный оборот коммерческой организаций для сокращения разрывов экономических показателей лидирующих фирм и фирм – аутсайдеров.

Методы проведения исследования, экспериментальная база. В процессе исследований был использован системный подход [3, с. 23] и методы: сравнения, монографический и абстрактно логический анализ разработки и реализации нового продукта. Экспериментальная база: открытые данные Интернет-ресурсов.

Ход исследования. Вопрос внедрения результатов научных исследований и конструкторских разработок издавна тревожит умы руководителей предприятий, регионов и министерств, так как от освоения их результатов зависит эффективность функционирования народного хозяйства, а в конечном итоге – качество жизни граждан страны [4, с. 11]. По данному вопросу высказывались ряд известных ученых: А.Г. Аганбегян, Д.С. Львов, Б.Н. Кузыка, Ю.М. Осипов, и др. Интересно отметить, что академик А.Г. Аганбегян считает, что «России требуется политика форсированных и эффективных инвестиций», преимущественно в инновации [5, с. 11].

Вначале рассмотрели объект исследований. Ключевым словом, как видим, служит термин «инновации», которое ввели Й. Шумпетер и Г. Менш (1930 г.), и под которым они понимали «... воплощение научного открытия в новой технологии или продукте». На настоящий момент сформировано три мнения об объекте исследований, а именно: инновации — это результат, это – процесс и это – изменение, соответственно имеется в наличии и дисциплина менеджмента «управление изменениями». В нормативных актах фигурирует понятие инновационного проекта [6, с. 218]. Остановимся на последнем.

Результаты и обсуждение. В Стратегии [1] под научно-технологическим развитием понимается «трансформация науки и технологий в ключевой фактор развития» страны для адекватного ответа на «большие вызовы» – «совокупность проблем, угроз и возможностей, сложность и масштаб которых не могут быть решены ... за счет увеличения ресурсов». Пятый технологический уклад и страны – его носители установлены академиками С.Ю. Глазьевым, Д.С. Львовым, Г.Г. Фетисовым еще в нулевые годы нашего столетия.

В сфере АПК таким вызовом в первую очередь является санкционная политика большинства стран пятого технологического ядра в области биотехнологий. Проходящая в настоящее время пандемия обострила проблемы инновационного развития, преимущественно технологий удаленной работы и цифровизации. Опыт последних месяцев показал, что переход нашей страны к пятому технологическому укладу возможен

только при использовании зарубежных инноваций. Компьютерные программы, используемые в последнее время для дистанционного управления производственных процессов, для удаленной работы сотрудников фирм, оказались преимущественно производства Майкрософт и других зарубежных фирм. Таким образом цифровизация в России оказалась перекачкой экономической и технологической информации на сервера зарубежных корпораций.

Вернувшись к инновациям в АПК, увидим аналогичную ситуацию: сельскохозяйственная техника, тракторы и комбайны преимущественно зарубежного производства, технологии, семенной материал, племенной скот, птица – из того же источника. Таким образом Россия попала в технологическую зависимость от других стран: если Англия запретит поставки суточных цыплят, остановится Омская и другие птицефабрики, если будет перекрыт экспорт семян – гибридов кукурузы, подсолнечника и других культур – поля под пропашными культурами останутся незасеянными.

К настоящему времени разработано достаточное количество региональных планов, программ и концепций стратегического развития АПК, поэтому встает вопрос обобщения и их систематизации для того, чтобы была реализовано вовлечение результатов инновационной деятельности в хозяйственный оборот сельскохозяйственных коммерческих организаций, которые являются основой обеспечения продовольственной безопасности страны. Все эти обстоятельства указывают на необходимость полномасштабной реализации Закона о стратегическом планировании и разработки Стратегии развития АПК на федеральном уровне с учетом угроз и вызовов последних месяцев.

На такой нормативной основе станет возможным, по нашему мнению, разработка мероприятий по вовлечению результатов инновационной деятельности в хозяйственный оборот коммерческих организаций для сокращения разрывов экономических показателей лидирующих фирм и фирм – аутсайдеров разработка мероприятий по вовлечению результатов инновационной деятельности в хозяйственный оборот сельскохозяйственных коммерческих организаций для сокращения разрывов экономических показателей лидирующих фирм и фирм – аутсайдеров.

Сравнение показателей предприятий, активно осваивающих научно-технические достижения, со средними данными в целом по сельскохозяйственным предприятиям страны, свидетельствует о существенной разнице между ними, которая нередко достигает 2-4 кратного уровня. При аграрной политике государства, направленной на финансовую поддержку более успешных, т.е. инновационно продвинутых хозяйств, убыточные

предприятия, если они так и не смогут перестроить свою внутреннюю организацию, сделать её достаточно эффективной, будут вынуждены освободить рынок для конкурентоспособных предприятий. Именно на этой основе инновационный прорыв отечественного сельского хозяйства будет происходить более быстрыми темпами и в возрастающих масштабах. Необходимо предоставить финансовую поддержку отечественным разработкам, так как наша наука не имеет достаточных средств для продвижения своих результатов: изготовления опытных партий машин и оборудования, их сертификации, рекламы [7]. В то же время западные конкуренты имеют мощную рекламную и информационную поддержку. Это усугубляет зависимость от зарубежных технологий и техники в АПК. При рыночных отношениях у органов власти и у самих субъектов хозяйствования многократно сократились финансовые возможности для покрытия расходов, связанных с проведением мероприятий по пропаганде достижений науки и передового производственного опыта, их масштабы резко сокращены, а иногда и вообще исчезли из практики. Многие такие меры стали приобретать коммерческий характер [8]. Следовательно, необходимо создавать условия для коммерческого освоения сельскохозяйственными организациями отечественных интенсивных и точных интеллектуальных агро технологий и органического земледелия, технологий повышения вероятности получения запланированного производства зерна и требуемых объемов его переработки в продукты питания в зонах рискованного земледелия Южного федерального округа как синергетический результат синтеза инновационных подсистем. Необходимо сформировать открытую систему базовых технологий пятого и частично шестого технологических укладов производства продуктов питания из растительного сырья в зонах рискованного земледелия Южного федерального округа. Система продовольственных кластеров Южного федерального округа – это основа надежной системы производства озимых, зернобобовых и пропашных культур и переработки их урожая в продукты питания в соответствии с требованиями Доктрины продовольственной безопасности.

Область применения результатов. На базе проведенного абстрактно логического анализа практики разработки и реализации отечественного нового продукта [7, 8], изучения маркетингового подхода к разработке и реализации нового продукта [9], анализа теории и практики инновационной деятельности для достижения поставленной цели сокращения разрывов предлагаются следующие мероприятия.

1. Научно-техническая пропаганда и реклама инновационных достижений. При помощи средств научно-технической пропаганды органы регулирования экономики, в первую

очередь сельского хозяйства, стремятся активно распространять и способствовать широкому внедрению положительно проявивших себя научно-технических достижений.

Органы государственной власти уделяют немалое внимание созданию и функционированию финансируемой из госбюджета масштабной системы научно-технической пропаганды достижений НТП. В довоенной время функционировали сельскохозяйственные выставки. В условиях административно-командной системы научно-техническая пропаганда носила показной, формальный характер. Результативность была невысокой. Наблюдалась слабая восприимчивость хозяйств в условиях централизованного управления к научно-техническому прогрессу. С переходом к рыночным отношениям ситуация не изменилась к лучшему.

Хорошим знаком стал тот факт, что информационно-научные журналы стали отдавать часть своих объемов рекламным материалам, в которых создатели той или иной научно-технической продукции знакомят потенциальных ее потребителей с предполагаемыми преимуществами рекламируемых новшеств, убеждают их в целесообразности их приобретения. Возродила свою деятельность ВДНХ, где периодически устраивают ярмарки и другие встречи производителей научно-технической продукции и ее потребителей. Стали увеличиваться масштабы рекламы научно-технического содержания на телевидении и в других средствах массовой информации. Также распространение получил так называемый метод личной продажи.

Такие издания, а также сельскохозяйственные выставки инновационных достижений должны получить государственную поддержку в соответствии со стратегическим планом развития АПК.

2. Организационные формы укрепления деловых связей науки и производства. Эффективное внедрение новых технологий чаще всего может быть осуществлено при длительном, повседневном и широком участии ученых разработчиков или их дилеров в работе по обучению персонала, устранению отказов новой техники, по соблюдению качества соответствующих приемов и операций, норм и нормативов.

Организационной формой длительных деловых связей является совместное выполнение работ по внедрению законченных одобренных в установленном порядке исследований и разработок на так называемой хоздоговорной основе.

Для заключения договора сельхозпредприятие должно подать соответствующей научной организации заявку, подписанную руководителем и главным бухгалтером, в которой указывалась бы тема работы, намеченная к внедрению.

Исполнители научной работы готовят проект хозяйственного договора. В плане определяются этапы. Наименования работ и их трудоемкость, сроки выполнения, затраты на заработную плату и общая стоимость работ по каждому этапу. Отдельно формулируются обязательства исполнителей и заказчиков и особые условия договора.

При реализации указанной организации работ коллективы научных учреждений оказываются материально заинтересованными в получении и даже увеличении обусловленного договором экономического эффекта от внедрения конкретной инновационной работы.

Таким образом, хозяйственные договоры между научными организациями и предприятиями ориентируются не просто на внедрение той или иной работы, а на конечную цель – определенный уровень эффекта, выражаемого конкретной денежной суммой.

Недостатки: научные учреждения не имеют возможности полномасштабной проверки и сертификации, маркетингового продвижения разработанных инноваций, поэтому сельскохозяйственные организации с осторожностью внедряют результаты научных исследований из-за высоких рисков получения экономического эффекта при их реализации.

Необходима программа по внедрению пилотных проектов и реализации отдельных проектов с согласия сельскохозяйственных организаций на их производствах за государственный счет, как, например, в США: за деньги налогоплательщиков.

3. Перспективные направления эффективного взаимодействия науки и производства. Последовательно осуществляемые хозрасчетные отношения в системе «наука-производство» способны, во-первых, обеспечить ученым существенное увеличение необходимых для их исследовательской деятельности финансовых ресурсов, во-вторых, не менее существенно повысить материальную заинтересованность научных работников в реальном внедрении положительных результатов их исследований в производство и, в – третьих, крупномасштабно увеличить объемы внедрения.

В ряде экономически развитых странах мира появились новые организационные формы взаимодействия науки и производства. В разных источниках их именуют научными парками, инновационными парками, технологическими парками, технополисами, инновационными центрами, венчурными фондами.

Технологический парк – относительно новая форма территориальной интеграции науки, образования и производства в виде объединения научных организаций, проектно-конструкторских бюро, учебных заведений, производственных предприятий.

Технополис – одна из форм свободных экономических зон, создаваемых при поддержке государства для активизации и ускорения инновационных процессов. Программа деятельности технополиса обычно включает проведение фундаментальных и прикладных научных исследований с последующим продвижением их результатов в производство.

В соответствии с ФЗ «О статусе наукограда Российской Федерации» наукоград Российской Федерации – это муниципальное образование с градообразующим научно-производственным комплексом. В числе первых наукоградов стал г. Мичуринск. Было предложено вводить в контракты на выполнение научно-инновационных работ по заказу Минсельхоза России запись о том, что право владения, пользования и распоряжения созданных за счет бюджетных источников объектов интеллектуальной собственности передается специально учреждаемому федеральному государственному унитарному предприятию, целью которого устанавливается ускоренная реализация инновации в производстве. При этом оплата завершённых работ должна производиться государственным заказчиком только после передачи результатов научно-технической деятельности уполномоченному юридическому лицу. Специфическую форму реализации научно-технических достижений в АПК региона нашли и стали применять в Краснодарском крае, где для этой цели создали Кубанскую государственную аграрную научно-образовательную ассоциацию. Весьма эффективны меры, основанные на улучшении работы информационно-консультационных служб, развитии венчурных фондов аграрного профиля. Указанные организации и производственные системы должны получить государственную поддержку в соответствии со стратегическим планом развития АПК.

Выводы. Сельскохозяйственные организации являются основой продовольственной безопасности РФ, однако существует угроза их зависимости от зарубежных технологий. Следовательно, необходимо создавать условия для освоения сельскохозяйственными организациями отечественных интенсивных и точных интеллектуальных агротехнологий и органического земледелия, технологий повышения вероятности получения запланированного производства зерна и требуемых объемов его переработки в продукты питания в зонах рискованного земледелия Южного федерального округа. Необходимо использовать синергетический результат синтеза инновационных подсистем в сельскохозяйственных организациях. Предлагаемые мероприятия по вовлечение результатов инновационной деятельности в хозяйственный оборот коммерческой организаций способны существенно сократить разрывы экономических

показателей между лидирующими фирмами и фирмами – аутсайдерами и снизить зависимость от зарубежных технологий.

Список литературы

1. Указ Президента Российской Федерации от 1.12.2016 №642 «О стратегии научно-технологического развития Российской Федерации».
2. Федеральный закон от 28.06.2014 № 172-ФЗ (ред. от 18.07.2019) «О стратегическом планировании в Российской Федерации». – «Собрание законодательства РФ», 30.06.2014, № 26 (часть I), ст. 3378.
3. Курочкин В.Н. Системный подход к исследованию отраслевой экономики // Вестник аграрной науки Дона. – 2013. – № 3. – С. 23.
4. Фатхутдинов Р.А. Инновационный менеджмент. 6-е изд. – СПб.: Питер, 2008. – 448 с. – С. 11.
5. Аганбегян А.Г. России требуются форсированные и эффективные инвестиции. – ЭКО, 2014. – № 7. – С. 6-14.
6. Профатилов Д.А. Инновационный проект: дискуссия в области понятийного аппарата. – Вектор науки ТГУ. 2014. № 3 (29). – С. 218-222.
7. Курочкин В.Н. Проблемы разработки и реализации нового продукта в отраслях АПК // Актуальные проблемы экономики и учета в отраслях АПК: Межвуз. сб. научных трудов. Вып. 13. – зерноград: ФГБОУ ВПО АЧГАА, 2013. – 275 с.
8. Курочкин В.Н. Управление разработкой и реализацией нового продукта. – зерноград: Азово-Черноморский инж. ин-т Донского ГАУ, 2018. – 139 с. 5.
9. Курочкин В.Н. Маркетинговый подход к разработке и реализации нового продукта // Современные научные исследования: проблемы и перспективы [Электронный ресурс]: Материалы IV Международной научно-практической конференции (14-15 ноября 2019 г., г. зерноград) / Под общ. ред. М.Н. Крыловой. – Москва: Перо, 2019. – С. 88-93.

Особенности неформальной экономики Индии в XXI веке
Peculiarities of Indian informal economy in the XXI century



DOI 10.24411/2413-046X-2020-10484

Доделия Константин Владимирович,

Московский государственный университет им. М.В. Ломоносова, Институт стран Азии и Африки, РФ, г. Москва

Диденко Мария Павловна,

Научный сотрудник ИСАА Московский государственный университет им. М.В. Ломоносова

Dodelia Konstantin,

Lomonosov Moscow State University, Institute of Asian and African countries, Russia, Moscow

Didenko Maria Pavlovna,

Research associate of ISAA MSU

Аннотация. Индия зарекомендовала себя одной из самых экономически развитых стран в XXI веке. Однако масштаб неформальной экономики является одним из препятствий развитию страны. Данная статья призвана дать исчерпывающий обзор теневой и криминальной составляющих подобной активности в Южно-азиатской стране. Методология включает в себя различные определения понятию неформальности, формы проявления, а также некоторые правительственные меры для ее сокращения. В результате, было выяснено, что неформальная экономическая активность активно развивается, поэтому руководству Индии стоит обращать на эту проблему более пристальное внимание.

Summary. In the XXI century, India has firmly established itself among the most economically developed countries in the world. However, the scale of its informal sector is one of the obstacles to country's systematic development. This article aims to give a comprehensive account of shadow and criminal economy in the South Asian country. The methodology consists of various definitions of what informal economy is and forms of its manifestation. It also includes some governmental measures to reduce this activity. The article finds that underground economy has

been actively developing and government has to pay more attention to its influence on Indian economics.

Ключевые слова: Индия; тeneвая экономика; криминальная экономика; неформальный рабочий; демонетизация; небанковские финансовые компании.

Keywords: India; shadow economy; criminal economy; informal worker; demonetization; non-banking financial companies.

Прежде чем переходить к неформальной экономике в Индии, мы должны начать с того, что именно она из себя представляет. В контексте Индии существуют разные определения неформальных экономических отношений. Суд А., к примеру, в этом вопросе отдает должное таким организациям, как ООН и МОТ, которые, ставя экономическое развитие приоритетом национальной и международной политики, фактически ввели в оборот термин «неформальный сектор» [15, с. 3].

В книге «Аспекты теневой экономики Индии» говорится, что при выделении теневой экономики Индии главной задачей является определить, что такое теневой доход [13, с. 6]. Первый вариант: теневым является доход, который подлежит налогообложению, но о котором не сообщается налоговым органам. Второй: теневой доход – это такой доход, который скрывают экономические агенты, в следствии чего результаты экономической деятельности страны будут ниже, чем они есть на самом деле. Другое определение для неформального сектора предложила созданная в 2004 году Национальная комиссия по делам предприятий в неорганизованном секторе (NCEUS): неорганизованный сектор (по NCEUS) – все индивидуальные частные предприятия, принадлежащие отдельным лицам или домашним хозяйствам, занимающиеся продажей и производством товаров и услуг, работающих на партнерской основе и имеющие менее 10 рабочих [15, с. 9]. Оно не только самое широкое из вышеперечисленных, но и точное.

Теневая экономика в Индии активно развивалась с начала века. В 2004-2005 годах 93% работающих были заняты в неорганизованном секторе [6, с. 22]. Поэтому в задачи данной комиссии входило выступать в качестве консультативного органа для правительства и «сторожевого пса» для неформального сектора. Неформальным рабочим стало считаться лицо, работающее на неорганизованном предприятии или в домашнем хозяйстве за исключением постоянных работников с пособиями по социальному обеспечению и работников в формальном секторе без каких-либо подобных пособий. Проще говоря, неформальные работники не имеют гарантий занятости, безопасности труда и социального обеспечения, составляют 86% от общего числа рабочей силы [11, с. 19]. Важно отметить, что в зависимости от подхода к определению и подсчету числа

неорганизованной рабочей силы, могут получиться разные цифры по количеству неформально занятых. Как мы сказали выше, на 2004-2005 годы число таких работников составило 93%. Согласно работе, представленной Организацией экономического сотрудничества и развития, цифры составили 86%, как мы уже сказали ранее. С 2004-2005 по 2011-2012 годы число работников, занятых в организованном секторе, возросло примерно с 33 до 39 миллионов человек, но в то же время число неформальных рабочих выросло с 426 миллионов до 435 [16, с. 41]. Важно отметить, что в определении неорганизованного сектора данная комиссия не проводила различий между сельским и несельскохозяйственным секторами, между сельским и городским. При использовании отраслевого подхода, работники неформального сектора составили 55% несельскохозяйственных и 86% от общей численности рабочей силы. [7, с. 324] Правительство вместе с организацией NCEUS ищет возможности создания минимальных условий социального обеспечения работников, чтобы сократить число работающих в неорганизованном секторе.

Такие авторы, как Бремман Я. [4, с. 4804-4821], выступают против дуалистического понимания неформальной экономики и деления неформальной среды на сектора. Ученый считает, что работники скорее вынуждены работать в неформальных условиях, нежели сами расположены к подобной деятельности. Он сосредоточил свои наблюдения на последствиях закрытия текстильного комбината в Ахмедабаде в 1991 году и отметил, что владельцы мельниц сократили число постоянных рабочих в 1980-х годах, также заключая контракты с неформальными работниками, при этом не стремясь легально заменять вышедших на пенсию работников. Также ученый подчеркнул, что кастовые и общинные сети определяли вероятность получения высококачественной работы, о чем свидетельствует растущее исключение мусульманских рабочих на мельницах Ахмедабада. Исследование Бреммана Я. также указывает на пространственные очертания города за несколько десятилетий. Так, центральные части города, где находились мельницы, опустели, поскольку экономическая деятельность сместилась в другое место. Начали развиваться нефтехимические компании, появились производители цемента, ткацкие станки и алмазоперерабатывающие предприятия. Их работники, часто сельские мигранты, разбивали неформальные поселения в восточной части города.

И это далеко не единственные проявления именно вынужденной взаимосвязи между экономикой и поселениями. В пример необходимо привести трущобы Дхарави в Мумбаи. Кастовые сети сформировали экономику этих трущоб и способствовали росту динамичного неформального сектора кожгалантереи. Кожевенная работа традиционно

ассоциировалась с общинами далитов. Хотя все кожевенные мастерские в Дхарави и продолжают оставаться небольшими и неформальными, они фактически работают в качестве субподрядчиков для официальных компаний. [15, с. 13] Тем не менее, какие бы причины не заставляли работников уходить в неорганизованный сектор, и в городах, и в сельской местности, связь между формальной и неформальной экономикой весьма тесная.

Продолжая тему выделения неформального сектора, следует остановиться на исследовании Амина Н. [2, с. 511-529] Ученый создает схему неформального сектора, применимую к Индии, поскольку он, помимо других стран (например, Кении), исследовал и некоторые города в южно-азиатской стране. Он обращает внимание на деятельность предприятия и непосредственно на том, где именно осуществляется вся работа (само место). Для Калькутты в неформальной сфере актуальны торговые предприятия с персоналом до 4 человек и производственные предприятия до 10 человек. Для Мумбаи характерны предприятия до 25 человек, для южной Индии – предприятия с 10 членами и доступом к электричеству и предприятия до 20 человек без доступа к электричеству. А в Бангладеш мелкие промышленные предприятия официально представлены как предприятия с фондами до 2,5 миллионов бангладешских так, хотя они включают мелкие объединения до 10 человек, а с большим количеством работников – средние и крупные объединения. Тем не менее, это уже не неформальный сектор. Автор представляет следующую картину: определив размер предприятия (к примеру, отсутствие статуса формальности или ведение деятельности в качестве мелкого предприятия), можно утверждать, что неформальный сектор включает в себя мелкие объединения до 10 работников (включая владельца) и соответствующие одному или нескольким из критериев ниже:

1. работа на открытом пространстве (на улице);
2. работа вне помещения, поскольку оно официально не выделяется правительством, муниципалитетом или частным предпринимателем;
3. ведение работы из временного помещения;
4. работа из дома или на заднем дворе;
5. нет обязательно выполнимого трудового распорядка.

Марджит С., Кар С. и Баник А. описывают проблему развивающейся неформальной экономики, как ту, что связана с перенаправлением капитала. [9, с. 4] Сокращение формального сектора высвобождает капитал, в результате чего акционеры и инвесторы ищут другие места для реинвестирования. Авторы пришли к выводу, что, например, в промышленных городах разрушение формальных отраслей промышленности в

значительной степени привело к созданию небольших неформальных подразделений, производящих практически одинаковые товары и услуги. Неформальный сектор стал новым выбранным местом для инвестиций перенаправленного капитала. Само исследование ученые провели в 4 городах штата Западная Бенгалия: в Силигури, Дургапуре, Ховрах и Калькутте. За основу был взят опрос по 500 разным неформальным промышленным подразделениям. Авторы выбирали предприятия, которые нельзя было найти в справочниках, а также те, которые ведут собственный учет. Выбранные города являются основными промышленными районами штата. А Силигури действует как большой коридор для торговли и коммерции между восточными районами Индии и остальной частью страны. Остальные три места известны с момента обретения независимости как промышленные базы.

Как выяснили Марджит С., Кар С. и Баник А., в Силигури торговля, в основном, ведется на неформальной основе. [Там же, с. 27-30] В Дургапуре, к примеру, в округе Бернпер находится Индийская металлургическая компания (IISCO). До 80-х годов он считался довольно процветающим промышленным городом, но позже сталелитейная промышленность начала сталкиваться с разными проблемами, что привело к созданию более мелких неформальных предприятий. В городах Ховрах и Калькутте ситуация похожая. В Ховрах традиционно размещалось большое количество джутовых заводов, небольших сталелитейных и металлургических предприятий. За последние 3 десятилетия они распались, что приводило к уходу работников в неформальную сферу. В общей сложности, по данным на 2004 год в штате Западная Бенгалия 42% всей экономической деятельности велось неформально. [Там же, с. 29]

Как и во всех странах, проблема уклонения от налогов как активная составляющая неформальной экономики не обошла Индию стороной. В 2014 году Индийская народная партия (Бхаратия Джаната Парти – БДЖП) объявила, что одной из главных задач, которую ей предстоит решить, будет возвращение в государственный бюджет теневого дохода. В связи с этим государство разработало схему его декларирования. Любой человек, который имел подобный доход, обязан был заплатить 45%-ный штраф в государственную казну. В результате, к концу реализации данной схемы, правительство объявило о том, что собрало около 64 тысяч деклараций, в которых были записаны теневые доходы в размере примерно в 650 миллиардов рупий. Это означало, что, основываясь на размере штрафа, в казну должно поступить примерно 300 миллиардов рупий [19], что составляет 1,3% от всей теневой экономики (по данным Шнайдера Ф. и Медина Л. на 2015 год [10, с. 72]) к

моменту сбора всей суммы. Таким образом, безусловно, нельзя сказать, что эта реформа была очень эффективной.

Вторым направлением политики правительства в решении проблемы уклонения от налогов стала реформа налогообложения. Были упразднены ранее действующие налоги на центральном уровне (например, НДС, акциз и налог с продаж) и на уровне штатов (например, налог на роскошь и НДС), введен единый налог на товары и услуги (НТУ). Также была создана единая интернет-платформа сети НТУ (Goods and Services Tax Network – GSTN), по которой каждый налогоплательщик обязан пройти многоуровневую регистрацию с присвоением уникального номера. Все операции, с которых взимается НТУ, отображаются в этой сети. [22] В начале марта 2020 года министерство финансов Индии заявило, что примерно 720 миллиардов рупий налогов не было уплачено в период с июля 2017 года по январь 2020. Несмотря на то, что люди будут продолжать стараться обойти закон, данная реформа позволяет выявлять соответствующие случаи нарушения: к примеру, из 720 миллиардов рупий почти половину суммы удалось вернуть в бюджет, а также было проведено 336 арестов и возбуждено 31 уголовное дело. [20]

В ноябре 2016 года Н. Моди предпринял еще один шаг, который поспособствовал уменьшению теневого дохода населения. Правительство объявило о демонетизации банкнот номиналом в 500 и 1000 рупий. Данная мера получила название «нотбанди». Она преследовала несколько целей: снизить общий уровень коррупции в стране, устранить контрафактную валюту, используемую террористами и контрабандистами, и предотвратить накопление теневого дохода, который не сообщается налоговым органам [26]. Касательно спонсирования терроризма результаты данной реформы были в чем-то успешными, а в чем-то и неудачными. Планировалось остановить финансирование терроризма в районах Джамму и Кашмира, а также движения наксалитов. В период с 2016 по 2017 количество инцидентов снизилось с 1742 до 540. При этом количество инцидентов с закидыванием людей камнями выросло с 71 до 324. [18, с. 92-101]

Говоря о результатах реформы в сфере подделки национальной валюты, правительство утверждало, что новые купюры невозможно подделать. Однако после проведения реформ появились случаи появления их контрафактных близнецов. Положительным результатом данной меры можно считать увеличение поступлений прямых налогов в бюджет страны, когда в 2017-2018 финансовом году оно возросло на 15,2% [Там же]. Стоит отметить, что эта реформа могла бы дать бóльшие результаты, если бы она послужила стимулом для перехода на безналичный расчёт. Однако бóльшая часть населения Индии не обладает кредитными или дебетовыми картами, а мелкие

предприятия не располагают картридерами, поэтому большинство операций по-прежнему будет проходить по наличному расчету и впредь.

Если брать ситуацию по секторам, то и сельскому хозяйству, и промышленности был нанесен ощутимый урон. После объявления «нотбанди» 8 ноября 2016 года Резервный Банк Индии (РБИ) обязал в течение 30 дней районные кооперативные банки передать ему старые купюры, собранные с 10 по 14 ноября, тогда как их держателям было разрешено оставлять старые деньги в банках до конца декабря. В результате, банки столкнулись с проблемой хранения недействительных купюр. [25] 263 миллиона фермеров живут за счет наличных денег. Они не получали новые банкноты, не могли закупать необходимые товары (семена и удобрения) и не получали доход. [17, с. 35-38] Большой удар был нанесён также и сфере промышленного производства, особенно сфере строительства. С 2015-2016 по 2016-2017 производительность упала с 8,8% до 5,6% [18, с. 92-101]. Касательно сферы услуг можно сказать, что влияние демонетизации оказало негативный эффект на гостиничный бизнес, транспорт, а также отразилось на предоставлении финансовых и риэлтерских услуг. В итоге, демонетизация привела к весьма противоречивым результатам. В частности, бывший премьер-министр и лидер партии ИНК (Индийский Национальный Конгресс) Манмохан Сингх заявил, что данная мера совместно с введением налога GST (НТУ) проводилась бездарно и принесла стране много проблем [24].

Несмотря на то, что демонетизация не принесла ожидаемых результатов, существует несколько вариантов решения данной проблемы в краткосрочной, среднесрочной и долгосрочной перспективах [23]. В краткосрочной перспективе необходимо активно использовать так называемое право на информацию. Данный акт заменяет Закон о свободе информации 2002 года и гласит, что любой гражданин имеет право запрашивать информацию о работе государственных органов, которые должны дать ответ в течение установленного времени. Работа правительства, судебной системы, премьер-министра и т.д. должна быть проанализирована через данный акт, который может выявить несостоятельность проводимой государством политики, а также выяснить, в чьих интересах действуют политические силы (многие бизнесмены, влиятельные люди связаны с политиками и чиновниками в государстве). В среднесрочной перспективе предлагается упростить систему сбора налогов, а также ввести налог на богатство, чтобы не было возможности скрыть свои доходы. В долгосрочной перспективе необходимо, чтобы политические партии действовали демократически, чтобы лидеры прислушивались к

разного рода советам и мнениям, чтобы они действовали в интересах всего общества, а не только верхнего его слоя.

Говоря про неформальную экономику Индии, мы не можем не упомянуть ее финансовую составляющую, учитывая, что наиболее развитой она остается в городах. «Финансовая система страны [Индии] претерпевает постепенную трансформацию, одним из проявлений которой стало возрастание роли небанковского кредитного посредничества...» [1, с. 284], а значит, речь идет о теневом банкинге Индии. Среди развитых государств Индия может быть отнесена к тем, в которых размеры теневого банкинга достаточно крупные. 1,3% всех активов теневой банковской деятельности относится к Индии тогда, как в Китае – 7,7%, а в Бразилии – 1,5% [Там же, с. 285]. В Индии термин теневого банкинга не употребляется, используется название небанковских финансовых институтов (НФИ). НФИ делятся на:

1. небанковские финансовые компании (или НФК);
2. первичные дилеры;
3. общеиндийские финансовые институты.

Особого внимания заслуживают НФК. К 2017 году их насчитывалось 11,5 тысяч. За 5 лет в период с 2012 по 2017 они смогли привлечь депозиты в размере 306 миллиардов индийских рупий. Структура НФК весьма развита, она делится на 12 различных видов организаций, которые занимаются кредитованием разных сфер.

Матюнина Л. выделяет такую особенность кредитного посредничества, как «широкое привлечение краткосрочных заемных средств с последующим предоставлением их на более длительные сроки» [Там же, с. 289]. Именно из-за этой особенности теневая банковская деятельность страны является весьма рискованной. Помимо этого, риски появляются на основе структуры теневого банкинга Индии, а также из-за того, что неформальная и формальная финансовые системы сотрудничают между собой, что может привести к возникновению кризисов. Важное отличие индийского теневого банкинга от подобной системы в развитых странах заключается в том, что данная деятельность в Индии сфокусирована на сферах реальной экономики. В развитых странах она нацелена на смягчение рисков в проведении операций [5, с. 1-8]. НФК активно вовлечено в финансовую систему страны. Они расширяют свою деятельность, по вовлеченности в кредитование они идут после банков, а также страховых компаний. С 2012 по 2015 годы общий объем кредитования от небанковских финансовых компаний вырос с 8,2% до 9,4% ВВП. Стоит отметить, что теневой банкинг в Индии, финансируя сферы реальной

экономики, несет и определенные положительные результаты, и тем не менее, из-за ведения такой деятельности в стране может возникнуть кризисная ситуация.

К неформальной экономике также относят и криминальную составляющую, поэтому необходимо описать и ее. Переходя к криминальной экономике, мы должны отметить те экономические преступления, которые особенно выражены в Индии. К таким относятся: отмывание денег, система «хавала», торговля наркотиками и незаконная торговля дикими животными.

Отмывание денег. Процесс отмывания денег и использования их в формальной экономике не является чем-то новым для Индии. В начале века правительство стало предпринимать ряд мер для изменения ситуации к лучшему. Начался процесс по конфискации денежных средств, создавались новые жесткие юридические правила, единые для всех. Так в 2002 году был создан Закон о предотвращении отмывания денег (Prevention of Money Laundering Act – PMLA). Он стал одним из основных в Индии касательно проблемы отмывания денежных средств, наряду с Законом о наркотических и психотропных веществах, Законом об оружии, Законом о защите дикой природы, Законом о предотвращении коррупции и т.д. Все, что касалось потоков денежных средств, приобретенной на них собственности и могло бы подпадать под вышеуказанные законы, попадало также и под PMLA.

Правительство предприняло другие меры для решения данной проблемы, например, Резервный банк Индии выпустил указания, которые должны были строго соблюдаться в соответствии с принципом «Знай своего клиента» [3, с. 209-215]. Банки стали обязаны получать всю информацию, необходимую для установления личности. Также данные правила должны соблюдаться зарубежными филиалами индийских банков. В соответствии с PMLA банки должны вести учёт всех операций в течение 10 лет. В случае несоблюдения данного указания в отношении банков могут начаться юридические разбирательства. Также Индия установила договоренности с другими странами для следования PMLA, чтобы была возможность предотвратить любое преступление, подпадающее под его статьи, а также для соблюдения подобных законов этих стран. Помимо всего прочего, в 2016 году была проведена демонетизация, о которой говорилось ранее. Все эти меры должны были способствовать пресечению деятельности по отмыванию денежных средств, однако полностью ее устранить очень сложно. МВД Индии приводит в пример количество случаев отмывания денег в 19 крупных городах Индии в 2016 году, где проживает более 2 миллионов человек: 25658 актов мошенничества, 1657 – подлога и 300 – фальшивомонетчества [21]. Зарегистрированных

случаев настолько много, что полностью пресечь данную деятельность невозможно, остаётся привлекать к ответственности тех, кто ей занимается.

Система «хавала». «Хавала» представляет из себя систему незаконных денежных переводов по небанковским каналам. Объясним, как действует данная схема на примере. Индийцу, находящемуся за рубежом, необходимо перевести 5000 долларов своему партнеру в Дели. При этом он не хочет платить комиссию за банковский перевод или как-то декларировать эту сумму. Тогда он связывается с посредником (хавальдаром) и сообщает ему о намерении перевести своему партнеру в Дели указанную сумму. Хавальдар связывается со своим посредником в столице и называет ему код сделки. Второй хавальдар связывается с получателем, который уже должен знать необходимый код для реализации сделки, чтобы договориться о встрече и вручении денег. Как только этот код будет произнесён, получатель получит указанные 5000 долларов. Таким образом, деньги оказались переведены. Хавальдары зарабатывают на сделке тем, что берут с неё определенный процент. Опасным аспектом системы «хавала» является то, что существует связь между ней и контрабандой оружия, торговлей наркотиками и террористическими преступлениями. Индийское правительство пытается решить данную проблему, что весьма сложно сделать. «Хавала» попадает под действие Закона о регулировании валютных операций (Foreign Exchange Regulation Act – FERA), суть которого заключается в том, что любое лицо, которое хранит иностранную валюту за границей или отправляет её за границу без разрешения Резервного банка Индии, нарушает положения FERA [14, с. 82-129].

Торговля наркотиками. Это, пожалуй, самая большая проблема, связанная с криминалом, в стране. [Там же] Индия географически расположена между странами Золотого Треугольника (Таиланд, Мьянма, Лаос, где традиционно выращивали опиум) и Золотого Полумесяца (Афганистан, Иран, Пакистан, производство героина и опиатов). Поэтому можно сказать, что Индия является транзитным пунктом для наркотических средств. Незаконная торговля наркотиками в стране сосредоточена вокруг пяти основных веществ: героина, гашиша, опия, каннабиса и метаквалона. Контроль за потоком наркотиков подпадает под действие Закона о наркотических и психотропных веществах. Также Индия подписала двусторонние соглашения с США, Великобританией, Мьянмой, Афганистаном, ОАЭ, Маврикией, Замбией и Российской Федерацией в целях совместного контроля за распространением наркотиков.

Незаконная торговля дикими животными. В Индии остро стоит проблема торговли дикими животными. Они продаются за границу как домашние животные или в домашние

зоопарки богатым клиентам, а также наоборот закупаются индийскими клиентами в Индию. Сеть продажи диких животных отлично развита. Она состоит из поставщиков и посредников, которые могут быть даже обычными владельцами зоомагазинов. Как посредники они заключают сделки, основываясь на предпочтениях клиентов, обращаясь к своим поставщикам с просьбой предоставить цифровое визуальное подтверждение продажи животных [8, с. 3-7]. Многие животные погибают во время контрабандной перевозки из-за того, что перевозчики используют небезопасные методы контрабанды или из-за попустительского к ним отношения. На таком рынке торгуют млекопитающими, птицами, насекомыми и рептилиями. В частности, существует большой спрос на обезьян, экзотические виды птиц, черепах, морских обитателей (морских коней, голотурий, акул, морских коров и т.д.), носорогов, слонов и т.д. Некоторых животных убивают для получения определенной части тела, которая пользуется спросом (например, акульих плавников) [12, с. 15-19]. Индия предпринимает меры по контролю за подобной деятельностью. В частности, существует Закон о защите дикой природы, в 1976 году была основана организация TRAFFIC, которая была создана с целью работать в данной сфере и сотрудничать со Всемирным фондом дикой природы (WWF).

В итоге, можно сказать, что неформальные экономические отношения в Индии сильно развиты. Они присутствуют и в обособленной форме, и в связи с законными операциями, например, теневой банкинг может не только спонсировать криминальные структуры, но и кредитовать сферы легальной экономики. Также стоит отметить, что в неформальном секторе Индии занято огромное число людей, что свидетельствует о заметном дефиците рабочих мест в формальной сфере. Правительство предпринимает шаги как по созданию официальной занятости, так и по контролю нелегальной активности. Примером второго может служить противоречивая реформа нотбанди, негативные последствия которой, очевидно, не были предвидены премьер-министром. Если говорить о криминальной части неформальной экономики, то для Индии, как и всего региона, характерна система «хавала», которая может быть активно использована для привлечения финансов, в том числе и террористическими организациями. Также в стране выделяются проблемы отмывания денег и покупка-продажа диких животных. Всё вышеперечисленное говорит о не самой удачной политике государства в направлении регулирования неформальной деятельности, что неминуемо создаёт дополнительные препятствия для экономического развития.

Список литературы

1. Матюнина Л.Х. Особенности теневой банковской деятельности в Индии (2011-2017 гг.) // Страны Азии и Африки в XXI веке: экономическое развитие и научно-технический прогресс. К 90-летию В. Г. Растяникова. – М.: ИВ РАН. – 2018. – С. 284-298.
2. Amin N. A definition of the urban informal sector // Jahangirnagar review. Part II: Social Sciences, Arts and Humanities. – 1982. – Vol. 6. – P. 511-529.
3. Bharti A. Legislative measures to deal with economic crimes in India // UNAFEI Resource Material Series. – 2005. – No. 67. – P. 209-216.
4. Breman J. An informalised labour system: end of labour market dualism // Economic and Political Weekly. – 2001. – Vol. 36. № 52. – P. 4804-4821.
5. Claessens S. Ratnovski L. What Is Shadow Banking? IMF Working paper. – 2014. – P. 1-8.
6. Dasgupta M., Moving towards “cashlessness” in an emerging economy: a case study of latest policy steps in India // International Cash Conference 2017 – War on Cash: Is there a Future for Cash? – 2017. – P. 1-32.
7. Kannan K.P., Papola T.S. Workers in the informal sector: initiatives by India’s National Commission for Enterprises in the Unorganized Sector (NCEUS) // International Labour Review. – 2007. – Vol. 146 (3-4). – P. 321-329.
8. Louies J. Taming the wild. An overview of pet trade in India // WWF Newsletter. Illegal wildlife trade in India. – 2014. – P. 3-7.
9. Marjit S., Kar S., Banik A. Urban informal sector and poverty – effects of trade reform and capital mobility in India. Working Papers MPIA. – Kolkata. – 2006. – P 1-34.
10. Medina L., Schneider F. Shadow economies around the world: what did we learn over the last 20 years? IMF Working paper. – 2018. – 76 p.
11. OECD Secretariat. Growth, employment and inequality in Brazil, China, India and South Africa: an overview. – 2010. – 42 p.
12. Samuel D. Killing for pleasure. Illegal trade in marine life // WWF Newsletter. Illegal wildlife trade in India. – 2014. – P. 15-19.
13. Shankar N. Aspects of the Black Economy in India. – 1985. – 533 p.
14. Sharma M. Organised crime in India: problems & perspectives // UNAFEI Resource Material Series. – 1999. № 54. – P. 82-129.
15. Sood A. Urbanisation and the informal economy / A module prepared for the urban transformations curriculum for EPG-Pathshala. – 2018. – 16 p.
16. Srija A., Shirke S. An analysis of the informal labour market in India // Economy Matters. Working paper. – 2014. – P. 40-46.

17. Sumathy V.G., Savitha T. Impact of demonetisation in agriculture sector // IOSR Journal of Humanities and Social Science (IOSR-JHSS). – 2017. – P. 35-38.
18. Vij D. Demonetization: effects on Indian economy // International research journal of business and management – IRJBM. – 2018. – Vol. 11. – P. 92-101.
19. Dinesh Unnikrishnan. Rs 65,250 cr black money declared: Relief to Modi govt; now it's time for final crackdown [Электронный ресурс] // Firstpost: сайт. – URL: <https://www.firstpost.com/business/rs-65250-crore-black-money-haul-a-relief-to-modi-govt-now-its-time-for-final-crackdown-3029722.html> (дата обращения 22.02.2020).
20. FE Bureau. Government detects GST evasion of Rs 70,000 crore since tax's launch [Электронный ресурс] // Financial express: сайт. – URL: <https://www.financialexpress.com/economy/government-detects-gst-evasion-of-rs-70000-crore-since-taxes-launch/1887134/> (дата обращения 12.04.2020).
21. URL: <http://ncrb.gov.in/> (дата обращения 23.03.2020).
22. URL: <http://www.ved.gov.ru/news/23125.html> (дата обращения 23.03.2020).
23. URL: <https://thewire.in/books/scourge-black-economy-india-origins-causes-remedies> (дата обращения 28.02.2020).
24. URL: <https://www.amarujala.com/india-news/disgruntled-youth-in-urban-disorder-and-jobless-growth-said-manmohan-singh> (дата обращения 22.02.2020).
25. URL: <https://www.businesstoday.in/current/economy-politics/banks-to-deposit-old-notes-by-july-20/story/254860.html> (дата обращения 22.02.2020).
26. URL: <https://www.cenfa.org/wp-content/uploads/2017/12/Demonetisation-Booklet-Hindi.pdf> (дата обращения 12.04.2020).

Модель механизма получения дополнительных доходов Российской Федерацией с применением рынка ценных бумаг
Model of the mechanism for obtaining additional income by the Russian Federation using the securities market



DOI 10.24411/2413-046X-2020-10491

Ломакин Андрей Леонидович,

доктор экономических наук, профессор кафедры экономической безопасности, Институт права и национальной безопасности, РАНХиГС, Российская Федерация, г. Москва, E-mail: lomakin-al@ranepa.ru

Ильин Петр Андреевич,

эксперт кафедры экономической безопасности, Институт права и национальной безопасности, РАНХиГС, Российская Федерация, г. Москва, E-mail: ilyin-petr@mail.ru

Lomakin Andrey Leonidovich,

doctor of Economics, Professor of the Department of Economics Institute of law and national security, Ranepa, Russian Federation, Moscow, E-mail: lomakin-al@ranepa.ru

Ilyin Peter Andreevich,

expert of the Department of economic security Institute of law and national security, Ranepa, Russian Federation, Moscow, E-mail: ilyin-petr@mail.ru

Аннотация. В статье раскрывается проблема дефицита бюджетов разных уровней бюджетной системы Российской Федерации, а также формирования дополнительных доходов с использованием инструментов рынка ценных бумаг. Актуальность темы обусловлена развитием негативных тенденций, присущих циклическому развитию и структурным особенностям рыночной экономики, в результате которых возникает необходимость значительного наращивания расходов бюджета.

При анализе существующих источников доходов бюджетной системы Российской Федерации имеет место недооценка возможности финансирования расходов с помощью инструментов национального рынка ценных бумаг.

Особое внимание уделено имеющемуся практическому опыту и положительным результатам инвестирования некоторыми государственными корпорациями. В статье приводится статистическая информация, полученная на основании анализа имеющейся бухгалтерской отчетности ГК «Агентство по страхованию вкладов», ГК «Банк развития и внешнеэкономической деятельности (Внешэкономбанк)» и ГК «Фонд содействия реформированию жилищно-коммунального хозяйства».

В результате проведенного исследования сформирована теоретическая модель, представляющая собой механизм получения доходов от инвестирования денежных средств с помощью специальных экономико-математических методов на базе государственной организации и доведения их на конкретные расходы бюджетов разных уровней бюджетной системы Российской Федерации.

Цель (Object): теоретическое обоснование механизма формирования дополнительных доходов бюджетной системы Российской Федерации с применением инструментов рынка ценных бумаг посредством специальной модели, учитывающей существующие риски.

Методы (Methods): индуктивный и дедуктивный методы анализа имеющейся научной литературы, нормативно-правовой базы, массивов статистической информации, материалов, касающихся финансово-хозяйственной деятельности конкретных организаций; построение теоретической модели и проработка алгоритма ее реализации.

Результаты (Findings): по итогам проведенного исследования сформулирована теоретическая модель, включающая в себя несколько элементов: организационно-правовую и экономико-математическую составляющие, а также механизм доведения полученных от инвестирования доходов на конкретные расходы бюджетов разных уровней бюджетной системы Российской Федерации с целью уменьшения дефицита конкретного ее элемента и увеличения бюджетных расходов.

Выводы (Conclusions): в ходе исследования доказана возможность формирования модели механизма получения дополнительных доходов бюджетной системы Российской Федерации с применением рынка ценных бумаг. С этой целью сформулирована специальная теоретическая модель.

Для более детальной проработки полученной модели и перевода ее в практическую плоскость необходим расчет возможных вариантов получаемых доходов в ходе инвестирования с учетом имеющихся рисков как в виде денежных средств, так и в виде приобретенных долей в компаниях; исследование конкретных биржевых индексов и компаний для рассмотрения в рамках теоретически заданных стратегий инвестирования с

применением необходимых методов анализа; подготовка и внесение изменений в нормативно-правовую базу.

Summary. The article deals with the problem of budget deficit at different levels of the budget system of the Russian Federation, as well as the formation of additional income using securities market instruments. The relevance of the topic is due to the development of negative trends inherent in the cyclical development and structural features of the market economy, as a result of which there is a need to significantly increase budget expenditures.

When analyzing the existing sources of revenue of the budget system of the Russian Federation, there is an underestimation of the possibility of financing expenditures using the tools of the national securities market.

Special attention is paid to the existing practical experience and positive investment results of some state corporations. The article provides statistical information obtained from the analysis of the available accounting statements of the Deposit insurance Agency, the Bank for development and foreign economic Affairs (Vnesheconombank), and the housing and utilities reform assistance Fund.

As a result of the research, a theoretical model has been formed, which is a mechanism for obtaining income from investing funds using special economic and mathematical methods based on a state organization and bringing them to specific expenditures of budgets of different levels of the budget system of the Russian Federation.

Objective: theoretical substantiation of the mechanism for generating additional revenues of the budget system of the Russian Federation using securities market instruments through a special model that takes into account existing risks.

Methods (Methods): inductive and deductive methods of analysis of the available scientific literature, regulatory framework, statistical information arrays, materials related to the financial and economic activities of specific organizations; building a theoretical model and working out an algorithm for its implementation.

Results(Findings): based on the results of the research, a theoretical model has been formulated that includes several elements: organizational, legal, economic and mathematical components, as well as a mechanism for bringing the income received from investment to specific expenditures of budgets of different levels of the budget system of the Russian Federation in order to reduce the deficit of a specific element and increase budget expenditures.

Conclusions: in the course of the study, the possibility of forming a model of the mechanism for obtaining additional revenues of the budget system of the Russian Federation using the securities market has been proved. For this purpose, a special theoretical model is formulated.

For a more detailed study of the resulting model and its translation into practical terms, it is necessary to calculate possible options for income received during investment, taking into account the existing risks both in the form of cash and in the form of acquired shares in companies; study specific stock indexes and companies for consideration within the framework of theoretically defined investment strategies using the necessary analysis methods; prepare and make changes to the regulatory framework.

Ключевые слова: экономическая безопасность, дефицит федерального бюджета, бюджетная система Российской Федерации, доходы, расходы, государственная корпорация.

Keywords: economic security, Federal budget deficit, budget system of the Russian Federation, revenues, expenses, state Corporation.

Введение

В XXI веке продолжают процессы встраивания Российской Федерации в мировую рыночную экономическую систему, начавшиеся после распада СССР. Одновременно в силу цикличности развития, а также наличия структурных особенностей, в экономике наблюдаются периоды спада в 2008-2009 гг. и 2012-2018 гг., нарастание негативных экономических тенденций в 2020 году. В результате кризисных явлений в экономике Российской Федерации возрастают угрозы жизненно важным интересам общества в целом, отдельной личности, и, как следствие, государства. Происходит снижение уровня жизни населения, уменьшение инвестиций в основной капитал организаций, что в долгосрочной перспективе ведет к крайне негативным последствиям.

В таких условиях ключевая роль в обеспечении жизненно важных экономических интересов общества и конкретной личности принадлежит государству. С этой целью необходима мобилизация имеющихся ресурсов, в первую очередь финансовых, для увеличения государственных расходов, поэтому одним из главных инструментов обеспечения экономической безопасности становится бюджетная система Российской Федерации в виде бюджетов разных уровней. С целью увеличения расходов по минимизации негативных последствий для государства, общества, отдельной личности, возникает необходимость увеличения доходов, не прибегая к усилению налогового бремени населения и организаций.

Вместе с тем одной из серьезных проблем является дефицит федерального и бюджетов иных уровней бюджетной системы Российской Федерации. Несмотря на наличие разных подходов к указанной проблеме, авторы настоящей статьи исходят из

принципа сбалансированности бюджета и, таким образом, рассматривают наличие непрерывного дефицита бюджета на протяжении нескольких лет, как негативное явление.

Указанные задачи представляется возможным решить при наиболее активном участии государства в деятельности национального рынка ценных бумаг, который в настоящее время не является значимым источником доходов для бюджетной системы Российской Федерации.

Литературный обзор

В настоящее время по вопросам, касающимся тематики статьи, разработана обширная и систематизированная нормативно-правовая база.

Положения, касающиеся порядка построения бюджетной системы, формирования доходов, целевого направления расходов бюджетов разных уровней, закреплены в Бюджетном кодексе Российской Федерации [1]. Структура рынка ценных бумаг, их виды, правовой статус участников, условия купли-продажи указаны в Гражданском кодексе Российской Федерации, федеральном законе «о рынке ценных бумаг», специальных федеральных законах, а также подзаконных нормативно-правовых актах [2, 3]. Положения, касающиеся возможности инвестирования временно свободных денежных средств государственными организациями, представлены подзаконными нормативно-правовыми актами [4, 5, 6, 7].

Указанная нормативно-правовая база является достаточной по своей сути для детальной регламентации ключевых вопросов, касающихся исследования. Вместе с тем, существующий порядок инвестирования не учитывает финансовое положение эмитента, отрасли, либо рынка в целом, в который осуществляется вложение денежных средств, что является принципиально важным как с точки зрения инвестиционного анализа, так и снижения риска невозврата денежных средств.

Более того, в ситуации осуществления инвестиций государственными корпорациями, от которых зависит обеспечение обороноспособности и безопасности Российской Федерации, вложение денежных средств в ценные бумаги иностранных эмитентов является крайне рискованным, как с экономической, так и с политической точек зрения.

Исследуя возможность теоретического построения модели механизма формирования доходов бюджетной системы Российской Федерации, следует отметить, что анализ указанной области осуществлялся Радченко Е.Б., Гордиенко М.С. [8, 9]. Это касалось вопросов возможности эмиссии государственных облигаций. Исследования по вопросу инвестирования временно свободных денежных средств проводились Рыбалкиным Д.А.

[10], однако они не касались проблем осуществления инвестиций государственными организациями.

При этом научные работы, касающиеся построения модели на базе государственной организации, имеющей целью аккумуляцию доходов для бюджетной системы Российской Федерации с последующим направлением их на конкретные расходы, авторам не известны.

В исследованиях, посвященных дефициту бюджета, имеют место несколько точек зрения. Выделяют концепцию «сбалансированного бюджета», «циклически сбалансированного бюджета» и «функциональных финансов». И если в первых двух направлениях дефицит бюджета является негативным явлением и возникает в результате разницы между доходами и расходами, в третьей концепции дефицит не имеет значения, поскольку главной задачей государственных финансов является макроэкономическое равновесие [11].

Вместе с тем любой случай дефицита бюджета подразумевает необходимость дополнительных бюджетных доходов, в результате невозможности обеспечить сбалансированность при увеличении бюджетных инвестиций, и делает невозможным их увеличение на протяжении нескольких лет, что крайне важно в условиях кризиса.

Содержание исследования

В силу того, что категория «бюджет» является комплексной, необходимо рассмотреть ее с экономической и правовой точек зрения. В экономике под бюджетом понимается особый фонд денежных средств, направляемых на обеспечение потребностей государства и общества; с точки зрения права – государственный документ, утверждающий доходы и расходы государства.

На рисунке 1 отражена структура бюджетной системы Российской Федерации [12].

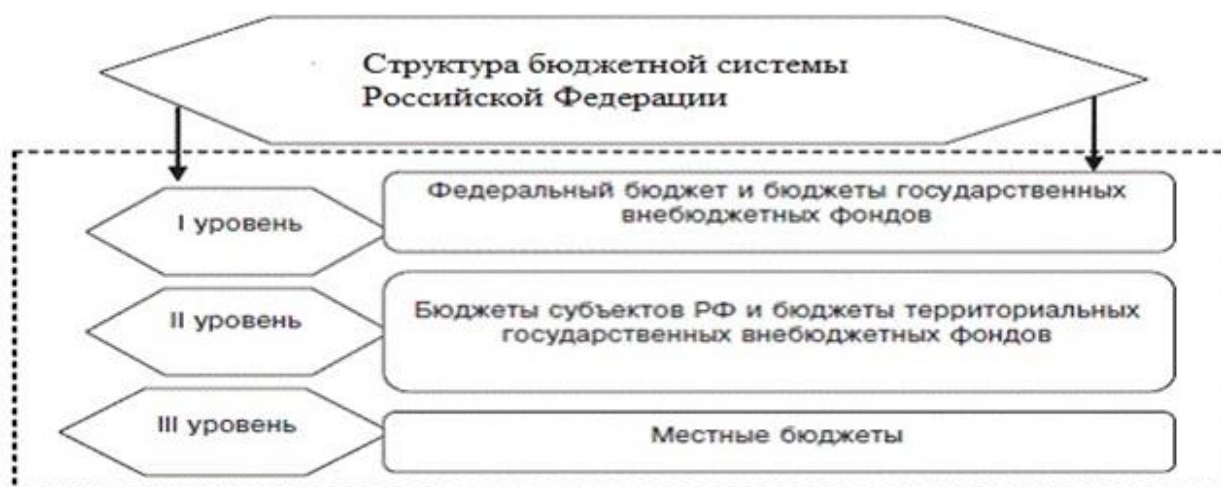


Рисунок 1. Структура бюджетной системы Российской Федерации

С точки зрения экономической безопасности ключевой критерий, соблюдение которого необходимо оценить при формировании бюджета – это наличие и объем дефицита бюджета, под которым понимается отрицательная разница между доходами и расходами.

Рассмотрим объем доходов и расходов федерального бюджета за период с 2008 по 2018 годы, изображенный на рисунке 2 [13].

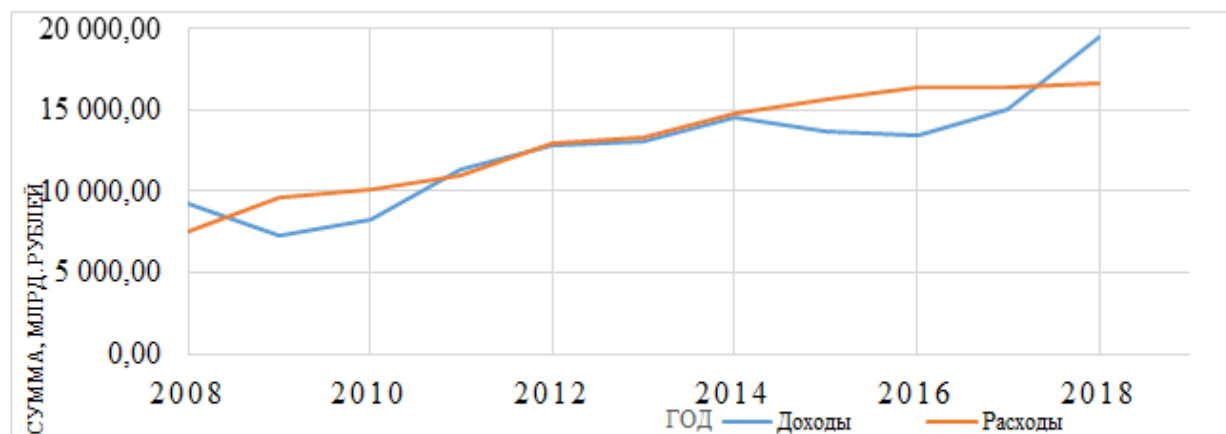


Рисунок 2. Объем доходов и расходов федерального бюджета Российской Федерации за период с 2008 по 2018 годы

На рисунке 2 видно, что в 2009, 2010 годах, а также с 2012 по 2017 годы имеет место значительный дефицит федерального бюджета, что создает потенциальную угрозу экономической безопасности государства.

В условиях кризиса государством осуществляется перераспределение ассигнований в сторону увеличения расходов на направления, которые в силу минимальности или отсутствия экономического эффекта в виде прибавочной стоимости, становятся не востребованными со стороны инвесторов. В 2008-2018 годах доля «социальных» расходов в составе общего финансирования федерального бюджета на фоне значительного дефицита является незначительной, в том числе в период кризисных лет [14, 15]. Поэтому возможности государства по стабилизации экономического спада значительно снижаются.

При этом в настоящее время национальный рынок ценных бумаг не рассматривается в качестве значимого источника доходов бюджетной системы Российской Федерации, о чем свидетельствует объем доходов, полученных федеральным бюджетом от выплаты дивидендов и приватизации имущества (в пределах 3,2-3,7 % от всего дохода федерального бюджета Российской Федерации в 2017-2018 годах). В то же время в последние годы наметилась тенденция к увеличению объема национального фондового рынка [16].

Фондовый рынок представляет собой экономическую систему, состоящую из взаимосвязанных элементов, позволяющую обеспечивать перераспределение финансовых ресурсов и осуществлять финансирование необходимых проектов.

В настоящее время финансовые инструменты применяются на государственном уровне. Так, например, Российская Федерация через российские организации владеет контрольными или блокирующими пакетами акций предприятий ключевых отраслей экономики. При этом за счет дивидендов образуются доходы, аккумулируемые федеральным бюджетом. Рассмотрим статистику доходов, полученных от инвестирования денежных средств на примере некоторых государственных корпораций. Сведения приведены в таблице 1.

Из таблицы 1 видно, что объем доходов от инвестирования всех трех государственных корпораций, соизмеримый с их чистой прибылью, в большей степени формируется за счет процентных (купонных) доходов, и, в значительно меньшей степени, от получения дивидендов и операций с ценными бумагами, что свидетельствует о наличии значительного числа банковских депозитов и облигаций в составе инвестиционных портфелей, при минимальном количестве акций иных предприятий.

Другой пример связан с эмиссией облигаций федерального займа. Указанный механизм успешно применяется и пользуется популярностью не только у российских инвесторов, но и у иностранных. Результаты размещения ОФЗ в период с 2016 по 2019 годы приведены на рисунке 3, из которой видно, что объем заимствований имеет тенденцию к увеличению [20].

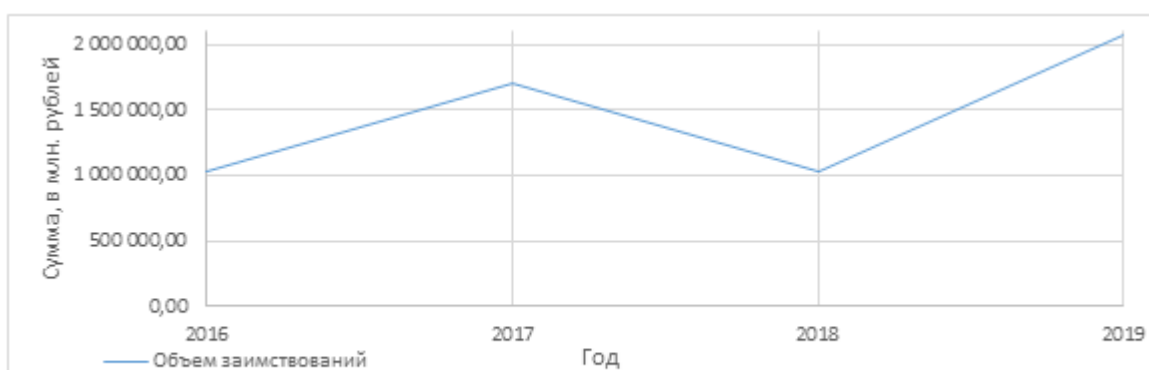


Рисунок 3. Объем эмиссии ОФЗ и полученных доходов в 2016-2019 гг.

Вместе с тем приобретение облигаций коммерческих компаний с целью получения купонного дохода по ним настоящее время не применяется для получения доходов бюджетной системы Российской Федерации.

Приведенные выше примеры свидетельствуют о недостаточном использовании возможностей рынка ценных бумаг для формирования доходов бюджетной системы Российской Федерации. Для возможного инвестирования на государственном уровне необходим учет факторов, влияющих на цену и доходность конкретных инструментов.

В этой связи необходимо изучение и внедрение методик формирования цены конкретного финансового инструмента, группы инструментов; закономерностей, влияющих на процессы формирования цен, в том числе с учетом исторического опыта; изучение взаимосвязей между финансовыми инструментами и их группами, финансовыми рынками в целом; формирование прогнозов о ценах на них. Такой подход в настоящее время носит название технического анализа [21].

Также определенного внимания заслуживают и методы фундаментального анализа. При этом, исследуется конкретная фирма, посредством изучения бухгалтерской

отчетности, результатов деятельности; отрасль, а также национальная и мировая экономики в целом. При использовании фундаментального анализа главной задачей является определить «истинную», внутреннюю стоимость ценных бумаг и сравнить ее с учетной стоимостью на фондовой бирже [22].

Помимо этого, следует провести анализ возможных рисков, которые будут идентифицированы, в первую очередь риск невозврата денежных средств, при проведении анализа конкретного предприятия, отрасли и экономики в целом.

В настоящее время на фондовой бирже присутствует укрупненная информация, представленная индексами, позволяющая провести анализ ценных бумаг по отраслевому признаку, капитализации, принадлежности государству или частным лицам. С точки зрения анализа биржевых индексов ключевыми показателями являются цена и объем торгов, указывающий на движение спроса и предложения на конкретные акции и облигации [23]. Для целей расчета необходимо воспользоваться индексами акций и облигаций национального рынка ценных бумаг. Выделяются индексы акций: широкого рынка, московской биржи, российской торговой системы, отраслевые индексы. Существуют индексы облигаций: государственных, муниципальных и корпоративных.

С точки зрения анализа биржевых индексов ключевыми показателями являются цена и объем торгов, указывающий на движение спроса и предложения на конкретные акции и облигации. Эта информация отражена на рисунках 4 и 5 [24, 25, 26, 27,28]. При этом, как видно из приведенных рисунков, с течением времени цена растет при достаточно стабильном показателе объема торгов.

Одновременно изменение тренда с повышающего на понижающий при общем росте цен индексов Московской биржи и широкого рынка, как видно, связано с нарастанием кризисных явлений в экономике, например, в конце 2014 года и середине 2017 года. Кроме того, из графиков цен видна взаимосвязь индексов широкого рынка и Московской биржи.

В ценах индексов облигаций на протяжении всего исследуемого периода отмечается монотонный рост. Вместе с тем имеет место спад в 2014 году. При анализе объемов торгов отмечается идентичное движение графиков широкого рынка и Московской биржи. При этом резкое увеличение характерно для периодов значительной нестабильности национального рынка. Объемы торгов в индексах облигаций характеризуются уменьшением оборота по коммерческим и муниципальным облигациям. При этом объем торгов по облигациям федерального займа начиная с 2015 года резко увеличивается.

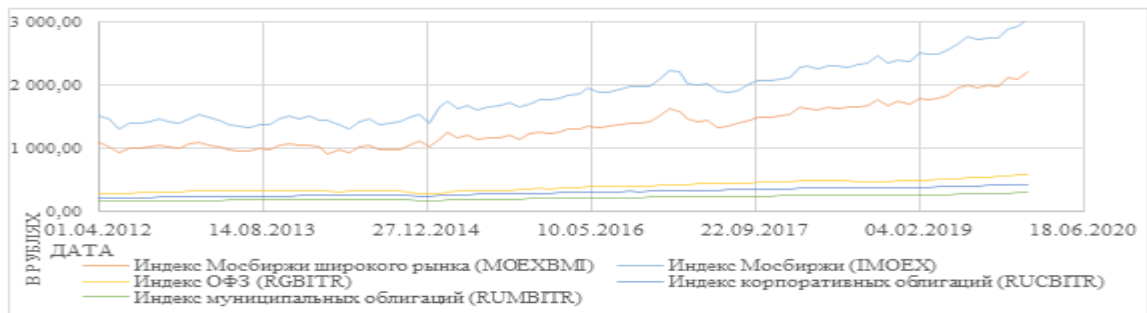


Рисунок 4. Цена основных биржевых индексов акций и облигаций российского фонда ценных бумаг за период с 2012 по 2020 годы

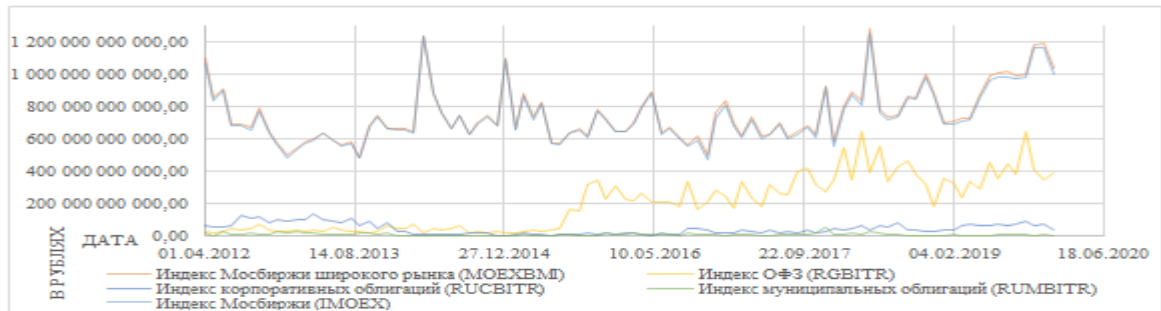


Рисунок 5. Объемы торгов по основным биржевым индексам за период с 2012 по 2020 годы

Механизм построения и расчета индекса включает в себя определенный процент конкретной акции или облигации, капитализацию компании и коэффициент свободного обращения (для акций), поэтому учитывает необходимые инвестиционные возможности рынка в целом.

На уровне «государство» инвестирование осуществляется в лице специально уполномоченных государственных органов или организаций. В 1999 году в федеральный закон «о некоммерческих учреждениях» были внесены изменения, касающиеся появления новой организационно-правовой формы – государственной корпорации. Мировая практика свидетельствует, что государственные корпорации, а также предприятия со значительным государственным финансированием появляются в условиях нарастания негативных тенденций в экономике [29].

В настоящее время основные аспекты длительности конкретных государственных корпораций регулируются специальными федеральными законами. Важным аспектом деятельности государственной корпорации является инвестирование временно свободных денежных средств. В настоящее время Правительством Российской Федерации определен порядок инвестирования и контроля [6].

При этом, в ряде случаев деятельность государственных корпораций подразумевает приобретение долей в иных компаниях, содействие в консолидации промышленных

отраслей. Так, например, в настоящее время в структуру государственной корпорации «Ростех» входит холдинг «Вертолеты России», в 2011 году объединивший в себе активы всех вертолетостроительных заводов Российской Федерации. В настоящее время компания является одним из мировых лидеров в сегментах среднетяжелых, сверхтяжелых, а также ударных вертолетов [30].

Таким образом, анализ инвестиционной деятельности государственных корпораций показывает, что с одной стороны, эта деятельность позволила осуществить объединение предприятий ключевых отраслей промышленности, в том числе влияющих на обороноспособность и безопасность Российской Федерации, и восстановление их платежеспособности, тем самым внося вклад в обеспечение экономической безопасности государства, с другой стороны размер доходов, полученных при инвестировании денежных средств государственных корпораций в ряде случаев сопоставим с их чистой прибылью.

Результаты

На основании вышеизложенного сформулирована теоретическая модель, включающая в себя несколько элементов: экономико-математическую и организационно-правовую составляющие, а также механизм доведения полученных от инвестирования доходов на конкретные расходы бюджетов разных уровней бюджетной системы Российской Федерации.

При рассмотрении экономико-математической составляющей необходимо обратить внимание на методы инвестиционного анализа – фундаментальные и технические, позволяющие значительно снизить риск невозврата инвестированных денежных средств.

Необходимо учитывать, что в качестве объектов портфельного инвестирования следует рассматривать только ценные бумаги, реально обеспеченные имуществом компаний, публично-правовых образований. К ним относятся акции и облигации.

В рамках первого вида анализа необходимо исследовать макроэкономические показатели рынка в целом, конкретной отрасли, а также финансовые показатели конкретной компании с целью определения реальной стоимости акций. Для целей учета как показателей компаний, так и объективных экономических условий возможно использование «индексного метода», а также ретроспективного анализа.

При применении технического анализа следует исследовать ценовые тенденции на протяжении различных промежутков времени: в краткосрочной, среднесрочной и долгосрочной перспективе. Одновременно следует рассмотреть несколько стратегий при инвестировании: на растущем, нейтральном и падающем рынках.

В результате получим модель инвестиционного проекта. В этом она будет находиться в идеальных условиях, без воздействия внешних экономических факторов. Вместе с тем, при наличии конкретной модели «доходность-риск» в математически сформулированных объективных условиях следует произвести не только расчет значения рисков, но и ответить на вопрос при каком значении риск становится реальным, а при каком находится в пределах потенциально возможного. Иными словами, при каких значениях модель «доходность-риск» с учетом объективных факторов будет являться оптимальной.

Полученные доходы возможно направить на финансирование конкретных направлений расходов бюджетов различных уровней бюджетной системы Российской Федерации. С целью формирования оптимального алгоритма необходима детальная проработка и внесение изменений в действующую нормативно-правовую базу.

Обсуждение

Следует отметить, что формирование теоретической модели опирается на имеющийся положительный опыт по указанным вопросам. В настоящей статье приведена статистическая информация, касающаяся осуществления инвестиций государственными корпорациями, приведена систематизированная нормативно-правовая база, что является очень важным для формирования организационно-правовой составляющей; учтены возможности построения биржевых индексов, технического и фундаментального анализов, которые будут применены при реализации экономико-математической составляющей. Заложенная в нее возможность действия в условиях падающего рынка позволяет принять указанную модель в качестве универсальной. Таким образом, сформированная теоретическая модель имеет реальные шансы на практическое оформление в качестве источника доходов бюджетной системы Российской Федерации.

Вместе с тем, при дальнейшей разработке и практическом внедрении модели существуют объективные риски, связанные с эволюцией мировой экономики, а также рынка ценных бумаг. Кроме того, затрудняет проработку алгоритмов действия модели отсутствие научных исследований по данному вопросу.

Заключение

В настоящее время в условиях нарастающих негативных тенденций в экономике Российской Федерации существует объективная необходимость увеличения бюджетных расходов и, как следствие, доходов. В результате проведенного исследования предложена модель механизма формирования дополнительных доходов, учитывающая возможности национального рынка ценных бумаг, который в настоящее время не является значимым источником доходов бюджетной системы Российской Федерации.

Опираясь на имеющиеся методы анализа ценных бумаг, а также реальный положительный опыт инвестирования указанная модель при переводе ее в практическую плоскость имеет реальные шансы стать значительным источником доходов, а также позволит осуществить финансирование необходимых направлений расходов для минимизации последствий экономического спада.

Список литературы

1. Бюджетный кодекс Российской Федерации – М.: «Собрание законодательства РФ», 03.08.1998, № 31, ст. 3823. Доступ из справочно-правовой системы «Консультант Плюс»
2. Гражданский кодекс Российской Федерации (часть первая) — М.: Собрание законодательства РФ, 05.12.1994, № 32, ст. 3301 Доступ из справочно-правовой системы «Консультант Плюс»
3. Федеральный закон от 22 апреля 1996 г. № 39-ФЗ «О рынке ценных бумаг» — М.: Собрание законодательства РФ, 22.04.1996, № 17, ст. 1918 Доступ из справочно-правовой системы «Консультант Плюс»
4. Федеральный закон от 12.01.1996 № 7-ФЗ «О некоммерческих организациях» — М.: «Собрание законодательства РФ», 15.01.1996, № 3, ст. 145;
5. Федеральный закон от 3 июля 2016 г. № 236-ФЗ «О публично-правовых компаниях в Российской Федерации и о внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации» — М.: «Собрание законодательства РФ», 04.07.2016, № 27 (Часть I), ст. 4169.
6. Постановление Правительства Российской Федерации от 21 декабря 2011 № 1080 «Об инвестировании временно свободных средств государственной корпорации, государственной компании» — М.: «Собрание законодательства РФ», 02.01.2012, № 1, ст. 125. Доступ из справочно-правовой системы «Консультант Плюс»
7. Постановление Правительства РФ от 22.12.2016 № 1432 «Об инвестировании временно свободных средств публично-правовой компании» — М.: «Собрание законодательства РФ», 02.01.2017, № 1 (Часть I), ст. 168. Доступ из справочно-правовой системы «Консультант Плюс».
8. Радченко, Е.Б. Государственные ценные бумаги России и США (сравнительно-правовое исследование): автореф. дисс. на соис. уч. ст. канд. юрид. наук / Москва, 2003.
9. Гордиенко, М.С. Внутренний государственный долг как важнейший стабилизатор бюджетной политики Российской Федерации / Электронный научный журнал «Экономика и экологический менеджмент». 2012. №2.

10. Рыбалкин Д.А. Возможности инвестирования временно свободных денежных средств / «Вестник Орловского государственного аграрного университета». 2012. № 5.
11. Гайнетдинова, Э.И., Назырова, Л.И. Государственный бюджетный дефицит: сущность и методы балансирования / «Экономика и бизнес». 2020. №1.
12. Маслова, И. А. Российская и международная практика формирования бюджета в России как источника финансирования / «Управленческий учет». 2011. №7.
13. Бюджет [электронный ресурс] / Единый портал бюджетной системы Российской Федерации «Электронный бюджет» 2013-2020 URL: http://budget.gov.ru/epbs/faces/p/%D0%91%D1%8E%D0%B4%D0%B6%D0%B5%D1%82?_adf.ctrl-state=ysiyoyuur_111®ionId=45
14. Расходы федерального бюджета [электронный ресурс] / Единый портал бюджетной системы Российской Федерации «Электронный бюджет» 2013-2020 URL: http://budget.gov.ru/epbs/faces/p/%D0%91%D1%8E%D0%B4%D0%B6%D0%B5%D1%82/%D0%A0%D0%B0%D1%81%D1%85%D0%BE%D0%B4%D1%8B/%D0%A0%D0%B0%D1%81%D1%85%D0%BE%D0%B4%D1%8B%20%D0%BF%D0%BE%20%D0%BE%D1%82%D1%80%D0%B0%D1%81%D0%BB%D1%8F%D0%BC?_adf.ctrl-state=ysiyoyuur_132®ionId=45
15. Ломакин А. Л., Ильин П. А. Оказание высокотехнологичной медицинской помощи как часть системы экономической безопасности Российской Федерации / Современные аспекты экономики. 2020. № 2 (270).
16. Ломакин, А.Л., Ильин, П.А. Проблема субъектного портфельного инвестирования в системе устойчивого развития национальной финансовой системы / Международный журнал прикладных наук и технологий Integral. 2020. № 2.
17. Годовые отчеты за 2009-2019 годы [электронный ресурс] официальный сайт государственной корпорации — Агентство по страхованию вкладов URL: <https://www.asv.org.ru/agency/annual/>
18. Годовые (МСФО) отчеты за 2009-2019 годы [электронный ресурс] официальный сайт государственной корпорации «Банк развития и внешнеэкономической деятельности (Внешэкономбанк)» URL: <https://ВЭБ.пф/investoram/otchetnost/godovyue-otchety/>
19. Годовые отчеты за 2009-2019 годы [электронный ресурс] официальный сайт государственной корпорации — фонд содействия реформированию жилищно-коммунального хозяйства URL: <https://fondgkh.ru/work-result/rezultaty-raboty/godovyue-otchety-fonda/>

20. Ломакин, А.Л., Ильин, П.А. Применение финансовых инструментов национального рынка ценных бумаг Российской Федерации в целях обеспечения экономической безопасности государства / Colloquium-journal. 2020. № 5-5 (57).
21. Прокопенко А.С. Технический анализ рынка ценных бумаг: проблемы, перспективы, российский опыт / «Мир науки». 2015.
22. Криничанский, К.В. Типология фундаментальных факторов как основа фундаментального анализа рынка ценных бумаг [электронный ресурс] / База финансовых знаний URL: http://www.mirkin.ru/index.php?option=com_content&task=view&id=950&Itemid=114.
23. Методики расчета индексов [электронный ресурс] / Официальный сайт Московской биржи URL: <https://www.moex.com/fsn/ru-indices-methodology>.
24. IMOEX — архив значений цены и объема торгов [электронный ресурс] / Официальный сайт Московской биржи URL: <https://www.moex.com/ru/index/IMOEX/archive/#/from=2012-01-01&till=2020-01-01&sort=TRADEDATE&order=desc>.
25. MOEXBVI — архив значений цены и объема торгов [электронный ресурс] / Официальный сайт Московской биржи URL: <https://www.moex.com/ru/index/MOEXBVI/archive/#/from=2012-01-01&till=2020-01-01&sort=TRADEDATE&order=desc>
26. RGBITR — архив значений цены и объема торгов [электронный ресурс] / Официальный сайт Московской биржи URL: <https://www.moex.com/ru/index/RGBITR/archive/#/from=2012-03-05&till=2020-01-01&sort=TRADEDATE&order=desc>.
27. RUCBITR — архив значений цены и объема торгов [электронный ресурс] / Официальный сайт Московской биржи URL: <https://www.moex.com/ru/index/RUCBITR/archive/#/from=2012-01-01&till=2020-01-01&sort=TRADEDATE&order=desc>.
28. RUMBITR — архив значений цены и объема торгов [электронный ресурс] / Официальный сайт Московской биржи URL: <https://www.moex.com/ru/index/RUMBITR/archive/#/from=2012-01-01&till=2020-01-01&sort=TRADEDATE&order=desc>.
29. Колесник, И.Ю. Создание и деятельность государственных корпораций / «Контурь глобальных трансформаций: политика, экономика, право». 2009. № 2
30. Ключевые компании: АО «Вертолеты России» [электронный ресурс] официальный сайт государственной корпорации «Ростех» URL: <https://rostec.ru/about/companies/339/>

**Стратегические угрозы развитию сельскохозяйственным организациям южного
региона**

Strategic threats to development agricultural organizations south region



УДК 338.2

DOI 10.24411/2413-046X-2020-10498

Курочкин Валентин Николаевич,

доктор технических наук, старший научный сотрудник, профессор кафедры экономики Азово-Черноморского инженерного института-филиала ФГБОУ ВО «Донской ГАУ», город Зерноград Ростовской области

Kurochkin Valentin N.,

Valentin952@mail.ru

Аннотация. В статье рассмотрена система стратегического управления развитием системы сельскохозяйственных организаций. От устойчивости функционирования этой системы зависит продовольственная безопасность. Угрозы системы функционирования сельскохозяйственной организации по этой причине является и угрозами продовольственной безопасности. Методологической основой исследования послужил системный подход и экономический анализ. Отмечена роль исследователей из Мичуринского государственного аграрного университета, Донского государственного технического университета, Ростовского государственного экономического университета, научно-исследовательского университета «Высшая школа экономики» и др. Выявлены слабые стороны функционирования сельскохозяйственных организаций. Показана взаимосвязь факторов и функций организации. Результаты исследований основаны на данных статистического наблюдения и суждениях экспертов. В результате исследований выявлены существенные угрозы развитию системы сельскохозяйственных организаций. К основным можно отнести недооценку стоимости произведённой сельхозпродукции и недостаточную покупательную способность населения. Угрозы представляют зависимость стоимости ресурсов от курса валюты, зависимость от импорта семян, племенного скота и птицы. Вступление России во

Всемирную торговую организацию угрозу серии банкротство предприятий из-за необходимости конкурировать с ферме-рами, находящимися в выгодных условиях. Угрозу представляет отмена санкций и реализация механизмов. Отмена санкций противопоставит оте-чественным холдингам фермеров стран с более благоприятными погодными условиями и дешёвым трудом. Трудности с вхождением на рынок розничных продаж из-за доминирования крупных торговых сетей создают угрозу продажам произведённой продукции. Поставки пальмового масла и других технологий для производства эрзаца сокращают поголовье скота. Высокая стоимость связанных с аграрным производством лицензий, штрафы и коррупция проверяющих органов снижает финансовую устойчивость аграрных фирм. Недостатки в управлении научным развитием создали угрозу сельскохозяйственному и тракторному машиностроению. Они привели к деградации аграрного образования и сокращению сельскохозяйственных научно-исследовательских организаций.

Summary. The article considers the system of strategic management of the development of the system of agricultural organizations. Food security depends on the sustainability of the functioning of this system. For this reason, threats to the functioning system of an agricultural organization are also threats to food security. The methodological basis of the study was a systematic approach and economic analysis. The role of researchers from Michurinsky State Agrarian University, Don State Technical University, Rostov State University of Economics, Research University Higher School of Economics and others was identified. Weaknesses in the functioning of agricultural organizations were identified. The interrelation of factors and organization functions is shown. The research results are based on data from statistical observations and expert judgment. As a result of research, significant threats to the development of the system of agricultural organizations were identified. The main ones include the underestimation of the value of agricultural products produced and the insufficient purchasing power of the population. Threats are the dependence of the cost of resources on the exchange rate, the dependence on the import of seeds, pedigree cattle and poultry. Russia's accession to the World Trade Organization threatens a series of bankruptcies of enterprises due to the need to compete with farmers who are in favorable conditions. The threat is the lifting of sanctions and the implementation of mechanisms. The lifting of sanctions will contrast the domestic holdings of farmers with countries with more favorable weather conditions and cheaper labor. Difficulties in entering the retail market due to the dominance of large retail chains pose a threat to sales of manufactured products. Deliveries of palm oil and other technologies for the production of ersatz reduce livestock. The high cost of licenses related to agricultural production, fines and corruption

of inspection bodies reduce the financial stability of agricultural firms. Deficiencies in the management of scientific development have created a threat to agricultural and tractor engineering. They led to the degradation of agricultural education and the reduction of agricultural research organizations.

Ключевые слова: сельское хозяйство, экономика, стратегия, сельскохозяйственные организации, слабые стороны, угрозы развитию.

Keywords: agriculture; economy; strategy; agricultural organizations; weaknesses; threats to development.

Введение. Устойчивость системы сельскохозяйственной организации обеспечивается стратегией её развития, под которой понимается управляющие воздействия, направленные на её изменение в долгосрочном периоде.

Система сельскохозяйственного производства функционирует в изменяющейся среде, которой измеряется спрос цены на ресурсы и произведенную продукцию, структура качество функционирующих объектов и др. Как известно, основным производителем сельскохозяйственной продукции в РФ являются сельскохозяйственные организации. От устойчивости их функционирования зависит продовольственная безопасность страны [1]. Угрозы системы функционирования сельскохозяйственной организации, по этой причине является и угрозами продовольственной безопасности российской федерации.

Была поставлена цель выявления угроз системы сельскохозяйственных организаций на примере Ростовской области.

Объектом исследования является система стратегического управления развитием системы сельскохозяйственных организаций.

Экспериментальная база: открытые ресурса Российской публичной университетская электронная и научной электронная библиотек, открытые данные государственного статистического наблюдения и данные Мингсельхозпрода Ростовской области. Нормативная база исследований – законодательные акты в аграрной сфере [2]. Исходили из того, что система сельскохозяйственного производства должна ориентироваться на действующее законодательство о стратегическом планировании [3].

Методологической основой исследования послужил системный подход к исследованию проблем стратегического управления в АПК [4, с. 249-251], методика экономического анализа [5, с. 20-54] и swot – анализ. Целенаправленного извинениями рассматриваю системы необходима стратегия, для её выработки – стратегический анализ. Наиболее известен практически применим swot – анализ которой мы и воспользуемся. Swot – анализ был выполнен поэтапно. Использование swot – анализа

предполагает выявление слабых сторон и угроз функционированию предприятий для установления тренда стратегического развития (табл. 1).

Таблица 1 – Сильные и слабые стороны системы, возможности и угрозы функционированию

<p>S – strengths. К примеру, низкая себестоимость и соответственно высокая рентабельность продукции растениеводства, квалифицированные кадры агрономов и инженеров, многолетний опыт, инновационные технологии, налаженные каналы экспорта и др.</p>	<p>W – weaknesses. К примеру: внутренние негативные факторы, которые гипотетически могут уменьшить востребованность сельскохозяйственного сырья (дешевый импорт); вымывание кадров из села, отсутствие плана развития сельскохозяйственной организации и др.</p>
<p>O – opportunities. Исследование: возможностей системы, внешних факторов микро- и макросреды, повлиять на которые нельзя.</p>	<p>T – threats. Анализ потенциальных угроз предприятия.</p>

Системный подход учитывает то факт, что среда сельскохозяйственного производства достаточно быстро изменяется, поэтому должны меняться и правила его работы. Рассматривали систему, которая имеет вход – выход, управляющую и конструктивные факторы, Переход системы из одного состояния в другое определяется оператором $G(t)$ под воздействием управляющих факторов. Функционирования происходит условиях воздействия конструктивный факторов: структура земельных угодий, состав машинно-тракторного парка, зданий и сооружений (рис.1).



Рисунок 1 – Система сельскохозяйственных организаций

Ход исследования. Использование с swot – анализа состояло в в исследовании факторов: S – strengths, W – weaknesses, O – opportunities, T – threats.

Раскроем их содержание:

- S – strengths – это внутренние позитивные факторы, способствующие развитию сельскохозяйственных организаций;
- W – weaknesses — слабые стороны системы сельскохозяйственных организаций;
- O – opportunities – возможности и перспективы;
- T – threats – угрозы и риски эффективности системы сельскохозяйственных организаций.

Вначале поставили вопросы, отражающие сильные и слабые стороны, возможности и угрозы. При постановке вопросов использовали следствия закона Парето о том, что 20% рейтинговых вопросов заключает в себе 80% эффективности анализа. На поставленные вопросы отвечали специалисты аграрно — промышленного комплекса. В матрицу (см. табл. 1) заносили ответы на вопросы по четырём категориям: сильные стороны, слабые стороны, возможности и угрозы.

Сильные стороны дают возможности, а слабые создает угрозы. В некоторых источниках возможности и угрозы, называют факторами а имплицитные квадранты матрица swot – анализа дают мероприятия – то есть значения функции (рис.2).

ФАКТОРЫ	ФУНКЦИИ
ВОЗМОЖНОСТИ	СТРАТЕГИЯ
УГРОЗЫ	МЕРОПРИЯТИЯ

Рисунок 2 – Факторы и функции стратегического анализа

Одним из этапов этого анализа является выявление угроз стратегическому развитию. Остановимся на слабых сторонах и угрозах, которые как связаны с недостатками самой системы, так и экономической среды функционирования. В данной работе использована методика анализа угроз развитию сельскохозяйственных организаций.

Результаты и обсуждения. Исследователи из Мичуринского ГАУ В.М. Белоусов и А.С. Летуновский в своей статье рассмотрели принципы формирования и реализации стратегии устойчивого развития АПК Тамбовской области. По их мнению, базовый принцип состоит «... в обеспечении стабильных условий развития отрасли на основе повышения эффективности и конкурентоспособности российских товаропроизводителей и обеспечение продовольственной безопасности региона» [6]. Перспективу развития сельскохозяйственных организаций (СХО) региона они разбили на периоды: переходный (модернизацию отрасли и восстановление); стабилизационный и интенсивный (развитие эффективной системы хозяйствования). Для минимизации угроз предлагается

государственная поддержка по следующим направлениям: субсидирование и кредитование, научно-технологическая поддержка и кадровое обеспечение, содействие механизации и сервису, селекции и семеноводству, социально-культурному развитию сельских территорий.

Из этой статьи сделали вывод, что авторы предполагают такие угрозы, как неустойчивое финансовое положение, недостаток квалифицированных кадров, отставание в инновационном развитии. Отмечается, что научные структуры региона ждут потребителей инновационного продукта, стратегия состоит в реализации потенциала аграрного наукограда Мичуринска, организации аналогичного кластера.

В Калининградской области, считают авторы статьи, угрозой является то, что реальный показатель потребления молочной продукции в Калининградской области существенно ниже обозначенных медицинских норм [7, с. 133 –135.], для Ростовской области этот вопрос не актуален: производство превышает потребление.

Рассматривая стратегию развития Ставропольского края, доцент А. А. Тер-Григорьянц из Донского ГТУ пришел к выводу о том, что угрозой развития АПК является его «...инерционный сценарий социально-экономического развития, доминирование сырьевого сектора и в экспорте, и в накоплении капитала, низкая конкурентоспособность, ... анклавный характер высокотехнологичных секторов и экономики знаний» [8, с. 171 – 176].

Некоторые полагают, что угрозами являются следующие факты: финансовая поддержка не доходит до сельхозтоваропроизводителей, наблюдается тенденция увеличения доли наемных работников в крупных аграрных структурах, недостаточно внимания уделяется развитию сельской территории; планы правительства в части научно-технологического развития настолько абстрактны, что создают угрозу краха механизмов их реализации для сельхозпроизводителей и развития сельского хозяйства.

Упор делается на рост производства сельхозсырья, а проблемы деградации аграрной науки и образования игнорируются. К тому же ориентация сельхозпроизводства на внутренний спрос на основную группу продуктов имеет ограничения в виде бедности населения, которые не могут себе позволить приобретение качественных продуктов питания, Экспортный спрос на пшеницу и масличные, растительное масло, а также на импортозамещение, фактически исчерпаны или близки к этому [9, с. 161 –165]. Как показали наши предыдущие исследования на, отрицательно повлияло вступление РФ в ВТО на стратегию развития фермерского хозяйствования. Оно привело к созданию принадлежащих иностранцам федеральных торговых сетей, массовым поставкам для

продажи в супермаркетах иностранных продуктовых товаров, перепродажи перерабатывающих и пищевых производств иностранным инвесторам, поставкам пальмового масла, зависимости от поставок средств защиты растений, семян и другого семенного материала [10, с. 92].

На настоящий момент сохраняется стратегическая угроза для сельского хозяйства в виде отмены санкций и протекционизм производства сельхозпродукции на консолидированном Западе, поставки пальмового масла (для молочного животноводства), продолжение федеральными сетями оптовых поставок из-за рубежа и лоббирование приватизированными предприятиями производства продуктов, по тем или иным причинам ограниченных к реализации в развитых странах. Существенной угрозой остается высокий процент российских банков [11, с. 93].

Будет правильным отметить, что указанные угрозы характерны и для системы хозяйствования сельскохозяйственных организаций.

Остановимся на слабых сторонах и угрозах, которые как связаны с недостатками самой системы, так и экономической среды функционирования.

В соответствии с логикой рынка, всякое производство только в том случае будет эффективно, если имеется спрос, лучше – неудовлетворённый. Сельскохозяйственные организации (СХО) находятся в товарной цепочке: поставщики ресурсов и сервисы технически, агрохимический и др.) – торговые фирмы-посредники – сельхозтоваропроизводители – торговые фирмы-посредники – переработчики сельскохозяйственного сырья торговые фирмы-посредники – производители продуктов питания из растительного и животного сырья и полуфабрикатов, продуктов переработки – торговые фирмы-посредники – оптовые базы – магазины – потребители. Как видим, цепочка довольно длинная, имеющая большое количество посредников, каждый из которых получает свою часть прибыли, к тому же при переходе товара от одного юридического лица или предпринимателя уплачивается увеличенный до 20% НДС, все другие установленные законом налоги.

В результате имеем следующее. Сельхозтоваропроизводителям от конечной цены достаётся менее 1/3, например, за 1 литр молока базисной жирности фермер получает 18 – 20 руб., а розничная цена изготовленного из него молоко жирностью 2,0% – 60 руб. Отпускная цена сосисек в среднем, по данным ассоциации мясопереработчиков, 60 – 80 руб., а розничная – 180 – 220 руб. (данные 2019 г.). Это слабая сторона сельского бизнеса.

Отсюда *первая* угроза – недооценка стоимости произведённой сельхозпродукции приводит к недостатку финансовых средств для саморазвития сельскохозяйственных

организаций. В ближайшем будущем себестоимость производимой сельхозпродукции может увеличиться, цена реализации – маловероятно.

Вторая угроза связана с первой и вызвана недостаточной покупательской способностью населения. Потенциальные покупатели – трудоспособное население, его у нас 71 млн чел, получающие пособие по безработице – 3,5 млн, пенсионеры. По данным Росстата, средняя зарплата россиян составила на конец 2019 г. 43,455 руб. (для сведения – средняя зарплата в княжестве Монако – \$15507, в Норвегии– \$6333, в Швейцарии – \$6713). Но зарплаты распределены неравномерно. По данным РИА «Новости» – РИА «Рейтинг», в 2019 г. доля сотрудников с зарплатой более 50 тыс. руб. составила 4,8%, 3,9%, 2,9% и 28% соответственно в Ростовской области, Краснодарском крае, Республике Крым (Южный федеральный округ) и Ставропольском крае (наиболее благополучный регион Северо-Кавказского федерального округа). Оплатой труда ниже 15 тыс. руб. довольствовались 27,7%, 26,6% и 27,4% работников соответственно Ростовской области, Краснодарского и Ставропольского краёв. В Республика Крым число таких работающих составило 34,9%. По данным научного руководителя Института экономики РАН Р. Гринберга, самая распространённая зарплата – 23,5 тыс. руб. По уровню расслоения и неравенству доходов – индексу Джини – РФ входит в первую десятку неблагополучных стран. населения. На существующих большинства граждан доходах рынок качественных продуктов питания альтернативы роста не имеет. Следовательно, низкий платежеспособный спрос на продукты питания формируется низкими доходами большей части граждан. Ситуация вряд ли улучшится в ближайшее время, так как во время кризиса беднеют только менее обеспеченные граждане, а при возобновлении экономического роста доходы вырасту у небольшой части крупных собственников. Пандемия обострила данную проблему, и масштаб её не ясен. Исходя из того, что на сайте поиска работы в г. Ростов-на-Дону предлагают оплату труда, начиная с 5 (продавец, оператор), 10 (кассир, программист) и 15 тыс. руб. (водитель), ситуация не улучшится. Вторая сторона покупательского спроса – рост себестоимости сельскохозяйственной продукции по ряду объективных причин, далее непропорциональное повышение розничных цен ввиду множества посредников [12, с.32].

Следующая слабая сторона заключена в маркетинговой деятельности СХО – трудности с входением на рынок розничных продаж из-за доминирования крупных торговых сетей, которые могут покупать продукты для перепродажи в странах с более низкой себестоимостью их производства. Сложности входа на рынок приводят к

банкротству предприятий данной отрасли. Например, в Ростовской области обанкротился Багаевский консервный завод.

Угроза состоит в невостребованности произведённой продукции, прежде всего плодово-ягодной (яблоки и клубнику закупают в Польше), овощной (картофель, лук, редиска и др. из Египта и Израиля).

Ситуация на рынке труда в сельской местности усугубляется роботизацией. По данным Оксфордского университета, 45% существующих в настоящее время рабочих мест сократится на 45%, среди них – фермеры. Подобные процессы идут и в России. По этому поводу Председатель ассоциации фермерских хозяйств (АККОР) Краснодарского края В. Сергеев отмечал, что в технике без людей заинтересованы собственники крупных агрохолдингов, которые не привязаны к земле и руководят из-за границы или мегаполисов, и которым безразличны судьбы сельских жителей. *Угроза – «обезлюднение» сельской местности* и, как следствие, возникновение трудноразрешимых системных проблемы. Рассмотрели влияние инноваций. В растениеводстве замена старой техники на новые технологии позволяет до 6 – 7 раз сократить необходимое число механизаторов, что вполне вписывается в требования бывшего премьер-министра Д.А. Медведева о технологическом отставании в сфере производительности труда от Запада в 7 раз и необходимости повысить производительность труда. Основы подобных технологий закладывались ещё в прошлом веке, например, во ВНИПТИМЭСХ научно-исследовательскими работами (НИР) под руководством Б. А. Землянского. Упомянутые НИР предполагали необходимость в двух, трёх или четырёх механизаторах на отделение (бригаду), в зависимости от площади пашни. Имеются данные о том, что обновление технологии в холдинге растениеводческого профиля позволяет сразу решить кадровый вопрос: вместо 20 механизаторов стало достаточно трёх. Беспилотные комбайны внедряет российско-германский аграрный холдинг «Эко-Нива», его инновации сократят потребность в комбайнёрах минимум в 4 раза. Исследователи Российской академии народного хозяйства и государственной службы прогнозируют сокращение потребности в работниках на селе на 58% через 10 лет. В животноводстве инновации также приведут к массовому сокращению необходимого персонала и гигантомании в строительстве «ферм будущего», нечто подобное наблюдалось при строительстве крупных животноводческих комплексов и откормочных площадок в прошлом веке, которые, как оказалось, порождают проблемы с утилизацией навоза. Будет не лишним отметить, что по состоянию на 01.01.202 в Ростовской области проживало 4,198 млн. человек, из них в

сельской местности – 1,344 млн. человек, то есть 32 %. Среднесписочное число работающих в Ростовской области составляет 1,053 млн., в том числе в занято сельским, лесным хозяйством, охотой, рыбоводством и рыболовством – 45,55 тыс. человек [13, с. 8-10]. Несложные расчеты показывают, что число работающих составляет 3,34 % от численности населения, проживающего в сельской местности. Из-за отсутствия работы трудоспособное население уезжает в города, но там тоже избыток рабочей силы. В городах Ростовской области официально работающее население составляет 1,008 млн. чел, или 35,2 % от проживающего населения. Также рассчитали производительность труда по официальным данным, в натуральном (разделив валовый сбор зерна на число занятого населения) и стоимостном выражении, как отношение валового производства на число занятых (табл.2).

Таблица 2 – Занятость сельского и сельского трудоспособного населения в сельском, лесном и охотничьем хозяйстве Ростовской области по данным Ростстата на 01.01. каждого года [13].

Показатели	2016	2017	2018	2019	2020
Сельское население	1363,9	1357,3	1349,0	1338,6	1334,9
Уровень зарегистрированной безработицы на конец периода, %	0,9	0,8	0,8	0,8	0,8
Продукция сельского хозяйства, млрд. руб.	219,0	252,8	254,4	255,1	303,1
Валовой сбор, тыс. т зерно (в весе после доработки)	9677,5	11656,4	13459,6	10911,6	12103,0
Среднесписочная численность работников (человек): сельское, лесное хозяйство, охота, рыболовство и рыбоводство	-	56249	49491	45550	-
Производительность труда в натуральном выражении, т /чел	-	207,23	271,96	239,55	-
Производительность труда в стоимостном выражении, млн. руб./чел	-	4,49	5,14	5,60	-

На одного работающего приходится в среднем 98,8 га посевных площадей, достигнута производительность труда в стоимостном выражении 5,6 млн. руб./чел. Доля оплаты труда составляет при среднемесячной начисленной в 2019 г. зарплате на селе в размере 28,08 тыс. руб – 6 %. [13, с. 13]. Перспективы вы занятости сельского населения не радуют. При повышении производительности труда число занятых сократится до критического минимума. Сельскохозяйственным организациям сложно конкурировать с холдингами, которые имеют финансовые средства для приобретения необходимых лицензий и организации производства (организация транспортировки и хранения

сельскохозяйственных ядов и удобрений, топливо-смазочных материалов и др.) в соответствии с действующим законодательством. Наличие свободного ресурса является резервом роста производства продукции, при существующих начальных экономических условиях полная занятость всего сельского трудоспособного населения путём создания рабочих мест позволит увеличить производство в три раза, однако возможностей создания рабочих мест экстенсивным путём, за счёт увеличения в три раза посевных площадей, в настоящее время нет. Альтернатива – интенсификация производства на базе инноваций, инвестиций (например, в мелиорацию и основные средства), что позволит занять сельскохозяйственное трудоспособное население.

Остаётся согласиться с позицией руководителя АККОР Ростовской области А. М. Родина о том, чем больше холдингов с новыми технологиями, тем меньше людей останется в хуторах и станицах: «Это позиция наших властей: поддерживать агрохолдинги и игнорировать потребности обычных селян и фермеров».

Угроза – лицензии, штрафы и коррупция проверяющих органов: в соответствии с действующим законодательством, на работу с навозом и животными нужны лицензии, которые мелкие СХО не в состоянии купить из-за недостатка финансовых средств. Руководитель проекта «Сельский час» И. Абакумов отметил, что 26 организаций имеют право наказывать сельхозтоваропроизводителей, а лицензия за работу с навозом стоит 800...900 тыс. руб. Казус: для сбора дождевой воды разработаны правила, нарушение которых также грозит штрафом. Как результат, свои финансовые ресурсы СХО отдают в виде штрафов.

Угроза – появление новых конкурентов при отмене санкций. Вступление в ВТО вызвало появление новых конкурентов в виде американских и европейских фермеров, производителей мяса из Южной Америка, Новой Зеландии и Австралии. Новые конкуренты располагают такими преимуществами, как государственная поддержка фермеров в США, Евросоюзе, которая в 60 раз по данным НИУ Высшая школа экономики [9, с 161 –165], благоприятный для животноводства климат, требующий зимнего стойлового содержания (Южная Америка, Новая Зеландия и др.). По данным Кубанского ГАУ, затраты на производство мяса в указанных странах в 3 –4 раза ниже только из-за климата. По причинам недостаточной финансовой поддержки и западной конкуренции, падения покупательского спроса предприятия – производители мясной продукции теряют финансовую устойчивость. Например, несколько месяцев назад обанкротилась птицефабрика «ЕвроДон», которой энергетики отключили энергию и птица погибла. В странах Бенилюкса, Египте, Италии, Индии, Таиланде и др. климат

и наличие водных ресурсов создают более благоприятные условия для производства овощей. В южных странах, например, в Индии и Таиланде овощи можно выращивать круглый год, в Турции Азербайджане, Египте, Израиле и др. – большую часть года, поэтому Российские консервные заводы отказываются от отечественных овощей и фруктов в пользу импортных поставок.

Показателен пример старейшего и успешного в прошлом Багаевского консервного завода Ростовской области. Станица Багаевская расположена у реки Дон, вокруг неё имеются обширные с территории с орошаемыми полями и давно славится своими овощами, особенно огурцами и помидорами. Закупки овощей консервным заводом обеспечивали спрос на овощи и сбыт овощной продукции для местных сельскохозяйственных организаций, фермеров и жителей. Как результат, обеспечивался приемлемый уровень занятости. Но решение собственника завода о закупке овощей из Индии отрицательно сказалось на закупках отечественных огурцов и помидоров. Если до этого овощные консервы производились из свежесобранного сырья, то после такого решения хозяина завода – из зарубежных маринованных овощей. Завод стал оплачивать труд зарубежных производителей овощей, а свои работники доход потеряли. Довод был таким: труд крестьян за рубежом существенно дешевле, хозяину это выгодно. Банкротство этого завода наступило из-за действий скандально известного финансиста Майкла Калви, фонд которого Baring Vostok является соучредителем банка «Восточный», который поглотил Юниаструмбанк, выдавший кредиты Багаевскому консервному заводу. На данный момент завод не работает и выставлен на продажу, рынок ничего не отрегулировал. На наш взгляд, это подтверждает необходимость стратегического планирования. Отрасли народного хозяйства, составляющие основу продовольственной безопасности, нельзя отдавать в стихию рынка и на откуп собственникам, в том числе иностранным.

Слабой стороной является сокращение сельскохозяйственных НИИ и опытных станций, численность последних в Ростовской области существенно поубавилось, что привело к заброшенности семеноводства и племенного скотоводства и ориентации на импорт племенного скота и птицы,. Например, Омская птицефабрика, снабжающая продукцией птицеводства Омскую и прилегающие области, привозит суточных цыплят из Англии. Санкции могут оставить несколько регионов без мяса птицы и яйца.

Поэтому к существенным угрозам можно отнести зависимость от импорта семян, племенного скота и птицы, ликвидация данной угрозы включена в программу продовольственной безопасности. Представьте, что из-за санкций, например, запретят

ввоз ветеринарных препаратов и их субстанций, племенного молодняка а ваша СХО имеет животноводческую специализацию. Вопрос: что произойдёт с вашим бизнесом? Ответом на санкции может и должно быть импортозамещение во всех сферах АПК. Отсутствие законодательства, защищающего организации, производящие продукцию высокого качества без ГМО – тоже серьёзная угроза их функционированию. *Угрозой является* принятие или не принятие законов в сельскохозяйственной сфере.

Область применения. Организационные особенности развития рынка в РФ привели к тому, что сельскохозяйственная техника в основном импортного производства, в прошлом году обанкротился последний тракторный завод России, осталось только сборочное производство. Закрытие заводов сельхозмашиностроения у нас вызвало строительство таких же заводов за рубежом. Достижения генной инженерии поставили под сомнение конкурентоспособность сельскохозяйственных организаций, работающих по традиционным технологиям. Данное и другие обстоятельства предопределили использование материалов выполненного исследования для корректировки стратегии развития аграрно-промышленного комплекса Российской Федерации.

Заключение. Существенными угрозами развитию системы сельскохозяйственных организаций являются следующие.

1. Недооценка стоимости произведённой сельхозпродукции приводит к недостатку финансовых средств для саморазвития сельскохозяйственных организаций.
2. Недостаточная покупательная способность населения.
3. Вступление РФ в ВТО создало угрозу серии банкротств сельскохозяйственных организаций из-за необходимости конкурировать с фирмами и фермерами, находящимися в несравненно более выгодных финансовых и природно-климатических условиях.
4. Отмена санкций и реализация механизмов ВТО, когда отечественным сельскохозяйственным организациям противопоставляются страны с более благоприятными погодными условиями и дешёвым трудом крестьян.
5. Трудности с входением на рынок розничных продаж из-за доминирования крупных торговых сетей, большая часть которых принадлежит иностранцам, не заинтересованных в развитии сельского хозяйства и пищевой промышленности России создают угрозу невостребованности произведённой продукции.
6. Поставки ГМО, пальмового масла и других технологий для производства эрзаца.
7. Высокая стоимость связанных с аграрным производством лицензий, штрафы и коррупция проверяющих органов.
8. Отмена санкций и появление новых конкурентов при отмене санкций.

9. Зависимость от импорта семян, племенного скота и птицы, ликвидация данной угрозы включена в программу продовольственной безопасности.
10. Недостатки в управлении наукотехнологическим развитием АПК создали угрозу механизмам их реализации, привели к забвению отечественного научно-технического потенциала, сельскохозяйственного и тракторного машиностроения, деградации аграрной науки и образования, сокращению сельскохозяйственных НИИ и опытных станций.
11. Принятие или не принятие законов в сельскохозяйственной сфере.
12. Бюрократические процедуры и коррупция при доведении финансовой поддержке до сельхозтоваропроизводителей.
13. Зависимость сельскохозяйственных организаций от поставок средств защиты растений, семян и другого семенного материала, племенного скота и птицы, ветеринарных препаратов и субстанций для их изготовления, машинно-тракторного парка, комбайнов и запчастей для них из-за рубежа.
14. Отсутствие плана развития системы сельскохозяйственных организаций .
15. Низкая занятость сельского населения и её снижение вследствие повышения производительности труда, как следствие, выезд населения в города, вымывание кадров из села.
16. Высокий ссудный процент российских банков.
17. Непредсказуемые изменения спроса и предложения на сельскохозяйственную продукцию и её стоимость.
18. Зависимость цен на значимые ресурсы (средства защиты растений, племенной скот и семена, удобрения, импортную технику и её сервис) от курса рубля.

Список литературы

1. Указ Президента РФ от 21.01.2020 № 20 «Об утверждении Доктрины продовольственной безопасности Российской Федерации». — Официальный интернет-портал правовой информации // <http://www.pravo.gov.ru/search/index.html?action=search&advanced>
2. Федеральный закон «О развитии сельского хозяйства» от 29.12.2006 № 264-ФЗ – СПС «Консультант» (дата обращения 26.07.2019).
3. Федеральный закон от 28.06.2014 № 172-ФЗ (ред. от 18.07.2019) «О стратегическом планировании в Российской Федерации». – Собрание законодательства РФ, 30.06.2014. – № 26. – Часть I. – ст. 3378.
4. Курочкин, В.Н. Системный подход к исследованию управления экономическими процессами. – В сб.: Россия в глобальной экономике: вызовы и институты развития.

- Материалы III Международного политэкономического конгресса. – Москва – Ростов-на-Дону: МГУ – ЮФУ. – 2016. – С. 249-251.
5. Курочкин, В. Н. Экономический анализ хозяйственной деятельности коммерческих организаций. – Ростов-на-Дону: Ростиздат, 2014. – 170 с.
 6. Белоусов, В.М., Летуновский, А.С. Стратегия устойчивого развития сельского хозяйства региона // В.М. Белоусов, А.С. Летуновский. – В сборнике: Устойчивое развитие экономики региона / II Шаляпинские чтения. – Материалы Всероссийской научно-практической конференции. под ред. Н.В. Карамновой. 2019. С. 36 –39.
 7. Тютюнников, Т.Н. Современные проблемы в управлении стратегий развития сельского хозяйства Калининградской области //Стратегическое планирование пространственного развития территории: драйверы и инструменты [//https://www.elibrary.ru/author_items.asp?authorid=667875&pubrole](https://www.elibrary.ru/author_items.asp?authorid=667875&pubrole)
 8. Тер-Григорьянц, А. А. Основные направления стратегии развития сельского хозяйства региона // Вестник Северо-Кавказского государственного технического университета. 2010. № 2 (23). – с. 171-176.
 9. Шагайда, Н.И. Долгосрочная стратегия развития сельского хозяйства России и мира // Н. И. Шагайда.// Научная жизнь – крестьяноведение. 2017 г. Т. 2 . №2. – с. 161-165.
 10. Курочкин, В.Н. Влияние внешних факторов и угроз на стратегию развития системы крестьянского хозяйствования. / В.Н. Курочкин. – Московский экономический журнал. 2019. № 9. С. 42.
 11. Курочкин, В.Н. Управление стратегическим развитием вертикально-интегрированных структур АПК регионального кластера // В.Н. Курочкин. – зерноград: Азово-Черноморский инженерный институт-филиал «Донской ГАУ». 2017. – 193 с.
 12. Курочкин, В.Н. Факторы роста себестоимости производства зерна в сельскохозяйственных организациях // В.Н. Курочкин. – Московский экономический журнал. 2019. № 11. С. 32.
 13. Ростовская область в цифрах: краткий статистический сборник / Ростовстат. – Ростов-на-Дону, 2020. – 40 с.

**Перспективы расширения в российской федерации действия налога на
дополнительный доход от добычи углеводородного сырья с учетом мирового опыта
Tax on the additional income from hydrocarbonic raw in the russian federation: prospects
of expanding based on global experience**



DOI 10.24411/2413-046X-2020-10501

Рутенко Евгения Григорьевна,

Санкт-Петербургский горный университет, г. Санкт-Петербург

Мазурина Елена Валентиновна,

*заместитель начальника отдела Департамента ПАО «Газпром», кандидат
экономических наук, доцент, Санкт-Петербургский горный университет*

Rutenko E. G.,

St. Petersburg Mining University, Saint Petersburg

Mazurina Elena Valentinovna,

*Deputy Head of Department, Department of PJSC Gazprom, Candidate of Economic Sciences,
Associate Professor of St. Petersburg Mining University*

Аннотация. Введение в налоговую систему Российской Федерации налога на дополнительный доход от добычи углеводородного сырья стало первым опытом применения в нефтяной отрасли механизма, основанного на налогообложении финансового результата. В статье рассматривается практика применения аналогичных налоговых инструментов в нефтедобывающих странах, а также проводится анализ и оценка текущего фискального режима нефтяной отрасли России. В целях проведения исследования выявляются проблемы нефтедобывающего сектора, которые могут быть решены путем расширения действия налога на дополнительный доход на новые категории запасов. Определяются основные направления расширения действия налога и обозначаются ограничения для его масштабного применения.

Summary. The introduction of a tax on additional income from hydrocarbon production into the tax system of the Russian Federation was the first experience of applying a mechanism based on taxation of financial results in the oil industry. The article examines the practice of applying

similar tax instruments in oil-producing countries, as well as analyzes and evaluates the current fiscal regime of the Russian oil industry. The study identifies problems in the oil sector that can be solved by extending the additional income tax to new categories of reserves. The main directions for expanding the tax are defined and restrictions for its large-scale application are indicated.

Ключевые слова: Налогообложение, налог на финансовый результат, налог на дополнительный доход, налог на добычу полезных ископаемых, трудноизвлекаемые запасы, налоговые льготы.

Keywords: Taxation, tax on financial results, tax on additional income, mineral extraction tax, difficult oil, tax credits.

Введение

Главной характеристикой налоговой системы в нефтяной отрасли является объект налогообложения. В мировой практике выделяют два основных направления – налогообложение, основанное на валовых показателях (добыча, выручка) или на финансовых результатах (прибыль, чистый доход).

Фискальные механизмы на основе валовых показателей с изъятием налога типа роялти (регулярный платеж в виде фиксированной доли от добытого сырья) активно применяются в ряде государств ввиду очевидных преимуществ по сравнению с налогами на экономический результат – поступления по таким налогам менее волатильны и гораздо легче администрируются. Такой налоговый режим в мировой практике в большинстве случаев действует в странах, для которых не стоит проблема истощения запасов нефти и ухудшения качества структуры минерально-сырьевой базы (Объединенные Арабские Эмираты, Саудовская Аравия, Катар).

Однако, важной тенденцией изменения налогообложения в мировой нефтяной отрасли последних 30-50 лет является переход от систем, основанных на валовых показателях, к механизмам, базирующимся на налогообложении финансового результата.

Действующая налоговая система нефтяной отрасли России

В Российской Федерации в нефтедобывающей отрасли применяется рентная система налогообложения, которая состоит из комбинации налога на добычу полезных ископаемых (НДПИ), экспортной пошлины (будет отменена в 2024 году) и налога на дополнительный доход (для определенных проектов). Наибольшая доля в нефтегазовых доходах федерального бюджета страны принадлежит НДПИ, в 2019 году она составила 75% [3].

Формула НДПИ на сегодняшний момент состоит из множества слагаемых и коэффициентов, нацеленных на создание дополнительных стимулов для добычи нефти, что позволяет вовлечь в разработку большое количество запасов, в том числе трудноизвлекаемых (ТРИЗ). Применяются налоговые льготы для высоковязкой нефти, континентального шельфа, выработанных месторождений, отдельных регионов добычи.

Значительное количество различных налоговых преференций для нефтяной отрасли России привело к тому, что доля стимулируемой добычи возросла с 26,7% в 2013 году до почти 60% в 2019 году, а потери бюджета от применения льгот по итогам 2019 года оцениваются в 1,6 трлн рублей. По данным Министерства финансов Российской Федерации, к 2033 году льготы будут распространяться на 90% нефтедобычи, а выпадающие доходы бюджета увеличатся до 2,3 трлн руб.

Также, в ведомстве уверены, что рост льгот приведет не к увеличению добычи, а к снижению доходов федерального бюджета от нефтяного сектора с 7,2% ВВП в 2019 году до 3,8% уже в 2024 году и 2% в 2036 году [8]. Кроме того, в Министерстве считают, что многочисленные льготы, предоставленные нефтедобывающим компаниям, не приносят ни сопоставимого прироста инвестиций, ни ощутимого снижения зависимости отрасли от поставок импортного оборудования.

Но даже при значительном количестве льготных категорий запасов, налоговая нагрузка на российскую нефтяную отрасль остается самой высокой в мировой практике – 68-70% выручки недропользователи выплачивают в бюджет, а по ряду месторождений в Западной Сибири этот показатель достигает 85% [6]. Для сравнения, налоговая нагрузка на нефтяные компании в США составляет 40%, в Канаде – 56%, в Саудовской Аравии – 62%, в Бразилии – 55% [14]. При этом текущая система по-прежнему не учитывает особенности каждого отдельного актива (месторождения, залежи), их рентабельность может сильно различаться в рамках одной льготной категории.

В отличие от российской системы льгот, в мировой практике используются дополнительные механизмы стимулирования, имеющие отраслевой, а не адресный характер, и направленные не на конкретную категорию запасов или параметр разработки, а на поддержание инвестиционной активности недропользователей.

Так, например, в Норвегии применяется повышающий коэффициент (аплифт) в размере 21,2% к амортизационным отчислениям в течение четырех лет. В Алжире аплифт в размере до 20% действует в отношении научно-исследовательских и опытно-конструкторских работ. В США предусмотрен вычет затрат на бурение, за счет чего

субсидируется более 40% инвестиций в капиталоемкие проекты. В Великобритании также предусмотрено списание капитальных затрат в год, когда они были произведены [14].

Также в настоящее время в нефтяной отрасли России существует проблема резкого ухудшения условий добычи нефти, связанного с изменением структуры запасов (рост доли трудноизвлекаемой нефти и нефти с особыми физико-химическими свойствами) и географии добычи (освоение Арктики и регионов Восточной Сибири и Дальнего Востока). Эта тенденция усиливается на фоне низких темпов воспроизводства минерально-сырьевой базы, которые не компенсируют интенсивного истощения действующих месторождений.

По итогам государственной инвентаризации запасов, произведенной в 2019 году по поручению Правительства Российской Федерации, экономически рентабельными можно считать около 64% от технологически извлекаемых запасов. Согласно прогнозу Министерства энергетики, в 2021 году Россия выйдет на пик добычи нефти – 579 млн тонн, после чего может начаться постепенное сокращение, и к 2035 году добыча может снизиться до 310 млн тонн, то есть потеря составит более 44% от общей добычи [7].

Таким образом, возрастающая сложность и неэффективность применения налога НДПИ, перемещение добычи нефти в регионы без развитой инфраструктуры, повышение сложности разработки и рост истощенности действующих месторождений, а также снижение экономической эффективности инвестиционных проектов приводят к ситуации, когда необходим существенный пересмотр подходов к структуре и уровню налогообложения в нефтяной отрасли.

Следует создать понятную и универсальную налоговую систему, которая способна стимулировать развитие нефтяной отрасли России, соблюдать баланс между интересами государства и нефтяного бизнеса, способствовать значительному притоку инвестиций в сектор. При этом сохранение устойчивых доходов федерального бюджета является важнейшим приоритетом.

В данных условиях перспективным представляется фискальный режим, основанный на налогообложении финансового результата, который успешно применяется во многих развитых экономиках мира.

Применение налогообложения финансового результата в нефтяном секторе в российской и мировой практике

Норвегия отказалась от механизма роялти на новых месторождениях в 1987 году, а в 2005 году данный налог был отменен полностью. На данный момент компании нефтяной отрасли Норвегии облагаются предельной налоговой ставкой 78% (22% корпоративного подоходного налога и 56% налога на ресурсную ренту) на чистую операционную

прибыль, полученную от добычи нефти [14]. При этом в стране отсутствует определение нетрадиционной нефти и не предусмотрены льготы по этой категории запасов. С 2003 по 2008 год размер поступлений доходов в бюджет государства от добычи нефти вырос в 1,5 раза. Правительство Норвегии связывает это с увеличением добычи нефти по причине применения более оптимального налогообложения недропользования в сравнении с ранее существовавшей системой [1].

В Австралии при добыче нефти на континентальном шельфе роялти также не применяется, вместо него действует ресурсный налог со ставкой 40%, при этом предусмотрен неограниченный перенос убытков. Для месторождений на суше используется роялти, но его ставка не превышает 12,5% [14].

В Великобритании отменили роялти в 2004 году, а уже в 2005 году налоговые поступления в бюджет от добычи нефти выросли на 9 млрд фунтов и продолжали увеличиваться в течение нескольких лет. Ставка корпоративного налога составляет 30%, выплата налога начинается с этапа коммерческой продажи нефти. Также компании выплачивают дополнительный налог на разведку и добычу в размере 10% от налогооблагаемой прибыли без вычета финансовых затрат [4].

В нефтяной отрасли США не используется дополнительное налогообложение прибыли, но ставка налога на прибыль достаточно высока – 21%. В Канаде применяют систему роялти, но его ставка дифференцирована и зависит напрямую от прибыли [1].

Во многих странах при основной системе роялти практикуется налогообложение финансового результата на стадии падающей добычи нефти – такая система способствует поддержанию уровня добычи и позволяет сохранить налоговые поступления в бюджет.

В Российской Федерации законопроект о переходе нефтяной отрасли на налогообложение финансового результата впервые был рассмотрен в 1998 году. Изначально новый фискальный режим предполагалось использовать для стимулирования освоения участков с трудноизвлекаемой нефтью, обводненных месторождений и новых месторождений. С течением времени концепция нового налогового режима не раз изменялась. Предлагался вариант введения налога на дополнительный доход (НДД) с дифференцированной ставкой в зависимости от значения накопленной рентабельности по проекту. Также рассматривалось введение налога на финансовый результат (НФР) с полным отказом от взимания НДС. Из-за несоответствия видения параметров нового налога различными государственными ведомствами, вступление налога в практику несколько раз откладывалось.

19 июля 2018 года был принят Федеральный закон № 199-ФЗ [11], в соответствии с которым в Налоговом кодексе Российской Федерации появилась новая глава 25.4 «Налог на дополнительный доход от добычи углеводородного сырья». Новый налоговый механизм вступил в силу с 1 января 2019 года [5].

Объект налогообложения НДД – дополнительный доход от добычи углеводородного сырья (расчетная выручка от реализации углеводородного сырья, добытого на участке недр, уменьшенная последовательно на величину фактических и расчетных расходов). Налоговая ставка установлена на уровне 50%. НДД предполагает сохранение НДС, но в пониженном размере (в среднем на 60%) в сравнении с общей действующей налоговой ставкой.

Принципиальное отличие НДД от НДС – новый налог взимается с финансового результата, а не с выручки и позволяет осуществлять выплаты только в том случае, если промышленная разработка участка недр оказалась экономически эффективной.

Главные отличия НДД от налога на прибыль – капитальные затраты учитываются одновременно в момент оплаты без начисления амортизации; налоговая база формируется отдельно по каждому участку недр, а не в целом по компании.

Для исключения необоснованного занижения налогооблагаемой базы нового налога предусмотрен контроль полученных доходов и расходов с точки зрения правил трансфертного ценообразования (потребуется подтверждать рыночный уровень цен в сделках с аффилированными лицами). Кроме того, предусмотрен лимит фактических капитальных и операционных расходов – 7140 руб. за тонну нефти в 2019-2020 годах и 9520 руб. за тонну начиная с 2021 года.

На период тестирования нового налогового режима установлены четыре группы пилотных участков недр, в отношении которых распространяется применение НДД: новые месторождения в Восточной Сибири с выработанностью менее 5%; месторождения, пользующиеся льготой по экспортной пошлине; действующие месторождения в Западной Сибири с выработанностью от 10% до 80% (при лимите на добычу не более 15 млн тонн в 2016 году); новые месторождения в Западной Сибири с выработанностью менее 5% с совокупными запасами не более 30 млн тонн. Совокупная годовая добыча нефти по указанным участкам составляет около 15 млн тонн, а извлекаемые запасы нефти – более 900 млн тонн [2].

В марте 2020 года были утверждены общие принципы государственной поддержки и льгот для новых инвестиционных проектов в Арктике – отнесение таких проектов к новой, пятой категории при начислении налога на дополнительный доход.

Введение еще одной категории НДД оправдано – с учетом того, что для образования в арктическом регионе новой провинции нужны значительные затраты на создание инфраструктуры. Пятая категория НДД предполагает, что сама ставка налога будет оставаться неизменной, но в части НДПИ будет предусмотрен нулевой коэффициент на первые 12 лет с момента начала промышленной добычи нефти при достижении 1%-ной выработки запасов. Далее, в течение шести лет, состоится выход на полную ставку НДПИ, предусмотренную для режима НДД.

Ожидания Правительства России от перехода пилотных участков на режим НДД в 2019-2035 годах: привлечение дополнительных инвестиций в отрасль в размере 500 млрд руб.; получение отчислений в федеральный бюджет в размере 1 трлн руб.; добыча 100 млн тонн дополнительной нефти [9]; увеличение коэффициента извлечения нефти (КИН) по пилотным участкам недр с 27,2% до 35% [2].

Согласно оценке Министерства финансов Российской Федерации, по итогам первого года действия режима НДД на пилотных участках выпадающие доходы федерального бюджета составили 213 млрд руб. при планируемых 30-40 млрд руб.

Несмотря на это, как следует из проекта поправок в федеральный бюджет на 2020 год и плановый период 2021-2022 годов, Министерством финансов Российской Федерации предложено увеличить объем ожидаемых поступлений в бюджет от месторождений нефти, работающих в режиме НДД: в 2020 году – в 2,4 раза, до 233 млрд руб., в 2021 году – в 4 раза, до 335,6 млрд руб., в 2022 году – в 4,4 раза, до 357,4 млрд руб. [12].

Таким образом, Правительство не только не планирует отказываться от дальнейшего применения НДД, но и рассчитывает расширить его действие на новых категориях месторождений. При этом инициирована «донастройка» налога – Министерство финансов разработало законопроект, который в будущем позволит исключить выпадающие доходы и компенсировать бюджетные потери. Ключевой момент изменений заключается в пересмотре понижающих коэффициентов по НДПИ по первой и второй категориям месторождений в сторону повышения.

Нефтяные компании также выступают за расширение режима НДД на новые участки еще до того, как истечет срок пилотных проектов.

Например, ПАО «Лукойл», применяющее НДД на месторождениях-гринфилдах в Западной Сибири, только за первое полугодие 2019 год увеличило объемы эксплуатационного бурения на данных месторождениях на 30%, а добыча нефти выросла на 8% по сравнению с аналогичным периодом 2018 года [13]. Рост объемов добычи нефти компания связывает в первую очередь с введением НДД. ПАО «Газпром нефть»,

благодаря введению данного налога в 2019 году смогло нарастить как объём добычи нефти, так и прибыльность пилотных участков.

Оценка перспектив расширения действия НДС в нефтяной отрасли России

Возможно ли, используя успешный мировой опыт, масштабировать в нефтяной отрасли России применение налога на дополнительный доход от добычи углеводородного сырья?

Анализируя мировую практику использования системы налогообложения финансового результата, можно отметить невысокую долю нефтегазовых поступлений в бюджетных доходах стран. В Великобритании этот показатель является одним из самых низких среди нефтедобывающих государств и даже в период высоких цен на нефть составляет не более 1%, зависимость доходов бюджета Норвегии от нефтегазовых поступлений значительно выше и их доля составляет 14,8%, но даже это значение не сравнится с российским [14].

Доля нефтегазовых доходов в доходах федерального бюджета России в 2019 году снизилась по сравнению с 2018 годом на 6,5% и составила порядка 40% [3]. Такая высокая зависимость доходной части федерального бюджета России от нефтяной отрасли является существенным ограничением для масштабных экспериментов с налоговой системой.

Кроме того, страны, перешедшие на налогообложение финансового результата, столкнулись с проблемой переинвестирования и занижения доходов. При неправильной настройке фискальной системы компаниям выгодно увеличивать инвестиции, что может приводить к снижению налоговой базы и, соответственно, величины выплат в бюджет.

Наряду с этим, у компаний могут возникнуть проблемы, связанные с необходимостью разнесения расходов по лицензионным участкам недр, в отношении которых действует режим НДС. В мировой практике для облегчения этого процесса используются различные механизмы. Например, в Норвегии добыча на континентальном шельфе отделена от других видов деятельности, что значительно упрощает налоговый учет.

Также в случае масштабного применения режима НДС на нефтяных месторождениях необходимо учитывать, что снижение налоговой нагрузки будет компенсировано дополнительной добычей на этих месторождениях. Однако сейчас наблюдается тенденция снижения мирового спроса на нефть, а также Россия находится в условиях сделки ОПЕК+ и не может существенно наращивать добычу нефти, что негативно влияет на решение недропользователей по развитию активов в рамках НДС.

Тем не менее, у системы налогообложения экономического результата есть существенные сильные стороны. Такой налоговый режим учитывает изменение

геологических параметров добычи в процессе разработки и эксплуатации месторождения и делает недропользование более рациональным. Режим НДС позволяет ввести в разработку те запасы, которые являются нерентабельными при рентной системе налогообложения. Переход на новый фискальный механизм допускает перенос налоговой нагрузки с начального на более оптимальный этап, когда месторождение выходит на проектную мощность и начинает приносить прибыль. Это будет способствовать увеличению капиталовложений в освоение новых месторождений и стимулировать инвестиции в новые эффективные технологии нефтедобычи и методы увеличения нефтеотдачи на действующих месторождениях.

Механизм НДС может стать оптимальным налоговым режимом для участков недр регионов нефтедобычи с плохо развитой инфраструктурой (Восточная Сибирь, континентальный шельф), требующих привлечения значительных денежных средств. Действующая налоговая система не благоприятна для освоения таких месторождений и препятствует вводу в разработку значительного числа перспективных участков недр, а для цели сохранения уровня добычи нефти в целом по стране в долгосрочной перспективе необходима активизация работ и ускоренный ввод в разработку новых месторождений.

Особенно важным может быть применение НДС на участках с трудноизвлекаемыми запасами. Доля ТРИЗ от общего объема доказанных запасов нефти в России составляет до 65%, из них только 8% вовлечены в промышленную разработку [10]. Низкий уровень добычи напрямую зависит от действующей налоговой системы, при которой разработка таких запасов экономически неэффективна.

Переход месторождений на новый налоговый режим позволит увеличить объемы разработки ТРИЗ в России – к 2030 году уровень их добычи может превысить 300 млн тонн в год. На территории страны существует значительное количество месторождений с ТРИЗ, которые не попали в пилотный проект НДС. Большая их часть находится на территории Западной Сибири, поэтому потенциально их можно отнести к третьей или четвертой группе месторождений, на которые распространяется действующий режим НДС. Расширение механизма налога на дополнительный доход на такие месторождения позволит вовлечь их в разработку и обеспечит бюджетные поступления в будущем.

При этом необходимо учитывать, что при разработке ТРИЗ используются дорогостоящие технологии и требуются значительные капиталовложения, поэтому НДС в текущих параметрах может не оказать положительного влияния на показатели эффективности разработки всех категорий трудноизвлекаемых запасов.

Эффективность разработки месторождений с запасами баженовской и тюменской свиты, а также пластов с низкопроницаемыми коллекторами может оказаться невыгодной при применении налога на дополнительный доход или в значительной степени зависеть от величины капитальных и эксплуатационных затрат. Также условия НДД неэффективны в отношении разработки ачимовских отложений – запасов, которые широко распространены и обладают огромным ресурсным и добычным потенциалом.

Поэтому механизм НДД для трудноизвлекаемых запасов должен быть более гибким. Многие нефтедобывающие страны разрабатывают меры по изменению налоговых режимов в части разработки ТРИЗ, стимулируя приток инвестиций в такие проекты. Например, в Великобритании действуют специальные вычеты для компаний, занимающихся добычей сверхвязкой нефти. В Канаде действуют значительные льготы при разработке нефтяных песков. В Китае можно применять вычеты из роялти в размере до 40%, а импортное оборудование для разработки ТРИЗ освобождается от ввозных таможенных пошлин [14].

Таким образом, применение механизма НДД для месторождений с трудноизвлекаемыми запасами будет эффективно в совокупности с предоставлением дополнительных преференций (сниженная ставка НДД или дополнительный вычет из НДС).

Также, при возможном масштабном переходе российской налоговой системы нефтяной отрасли на НДД важно настроить налогообложение таким образом, чтобы недропользователь не имел возможности выбирать наиболее выгодный налоговый режим. При этом необходимо определить понятные условия обязательного перехода на новую систему. Эти меры позволят не допускать ситуаций, при которых применение нефтедобывающими компаниями НДД происходит лишь при условии снижения общего уровня налоговой нагрузки.

Говоря о долгосрочной перспективе применения НДД в России, целесообразным представляется возможность взимания налога по более высокой ставке в периоды высоких цен на углеводородное сырье.

Выводы

Масштабирование применения налога на дополнительный доход от добычи углеводородного сырья – важный шаг в сторону более гибкой и эффективной системы налогообложения нефтяной отрасли Российской Федерации.

Для федерального бюджета результатом расширения действия НДД станет рост поступлений в долгосрочной перспективе от увеличения добычи нефти за счет разработки

новых месторождений нефти, а также вовлечения в разработку экономически нерентабельных при текущей налоговой системе действующих месторождений. Важным фактором для недропользователей станет повышение рентабельности проектов за счет учета геологических и технологических особенностей их разработки.

При этом важно учитывать, что система налога на дополнительный доход, хотя и является более прогрессивной по сравнению с рентной системой, не отменяет в некоторых случаях необходимость введения льгот.

На данный момент говорить о масштабном применении такого режима и полной отмены НДС в российской нефтяной отрасли объективно рано, пока речь может идти лишь о применении НДС к ограниченному количеству проектов с последующим тщательным анализом экономических результатов и изменения объемов добычи нефти, а также постепенном расширении действия налога на дополнительный доход в отношении новых категорий месторождений.

Список литературы

1. Ануреев С. В. Сравнительный анализ бюджетно-налоговых отношений в нефтяной отрасли США, Канады, Великобритании и России //ЭКО. — 2019. — № 5. С. 140-163
2. Епрынцева Е, Палеес И. Налоговое время //Сибирская нефть. — 2018. — № 6/153. С. 36-40.
3. Исполнение федерального бюджета и бюджетов бюджетной системы Российской Федерации за 2019 год. [Электронный ресурс] – Режим доступа: https://www.minfin.ru/ru/performance/budget/federal_budget/budgeti/2019/.
4. Козлов Д., Ежов С., Пигарев Д, Тыртов Е. Налоговая нагрузка в отраслях: операция «Балансировка». [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://vygon.consulting/products/issue-1693/>.
5. Налоговый кодекс Российской Федерации часть 2 (НК РФ ч.2) от 05.08.2000 N117-ФЗ (ред. от 27.12.2019, с изм. от 28.01.2020) (с изм. и доп., вступ. в силу с 28.01.2020) [Электронный ресурс] – Режим доступа: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_28165/.
6. Налоговый маневр: проблемы и решения. //Нефтегазовая вертикаль. — 2019.- № 18 (462). [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://www.ngv.ru/magazines/article/nalogovy-manevr/>.
7. Новак: добыча нефти в РФ при отсутствии стимулирования может упасть на 44% к 2035 году. [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://tass.ru/ekonomika/5576235>.

8. Основные направления бюджетной, налоговой и таможенно-тарифной политики на 2020 год и на плановый период 2021 и 2022 годов. [Электронный ресурс] – Режим доступа: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_334706/.
9. Правительство РФ одобрило законопроект об НДС для нефтяной отрасли. [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://www.interfax.ru/business/588736>.
10. Тихонов С. ТРИЗ и налоги. Стимулы и препятствия для разработки трудноизвлекаемых запасов //Нефтегазовая вертикаль. — 2019. — № 6 (450). С. 10-17.
11. [Федеральный закон от 19.07.2018 N 199-ФЗ \(ред. от 27.11.2018\) «О внесении изменений в части первую и вторую Налогового кодекса Российской Федерации»](#). [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://www.garant.ru/products/ipo/prime/doc/71892740/>.
12. [Федеральный закон от 02.12.2019 N 380-ФЗ \(ред. от 18.03.2020\) «О федеральном бюджете на 2020 год и на плановый период 2021 и 2022 годов»](#) [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://base.garant.ru/73098374/>.
13. Эффекты НДС. [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://neftianka.ru/effekty-ndd/>.
14. Global Oil and Gas Tax Guide 2019. [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://www.ey.com/gl/en/services/tax/global-oil-and-gas-tax-guide—country-list>.

References

1. Anureev S. V. Comparative analysis of budget and tax relations in the oil industry of the USA, Canada, Great Britain and Russia // ECO. — 2019. — no. 5. Pp. 140-163
2. Epryntseva E, Paleyes I. Tax time //Siberian oil, 2018, no. 6/153, Pp. 36-40.
3. Execution of the Federal budget and budgets of the budget system of the Russian Federation for 2019. [Electronic resource] – https://www.minfin.ru/ru/performance/budget/federal_budget/budgeti/2019/.
4. Kozlov D., Ezhov S., Pigarev D, Tyrtov E. Tax burden in industries: operation «Balancing». [Electronic resource] – <https://vygon.Consulting/products/release-1693/>.
5. Tax code of the Russian Federation part 2 (tax code part 2) dated 05.08.2000 N117-FZ (Ed. from 27.12.2019, Rev. from 28.01.2020) (with ed. and add., Intro. in force since 28.01.2020) [Electronic resource] — http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_28165/.
6. Tax maneuver: problems and solutions. //Oil and gas vertical. — 2019.- № 18 (462). [Electronic resource] – <http://www.ngv.ru/magazines/article/nalogovyy-manevr/>.
7. Novak: oil production in Russia may fall by 44% by 2035 if there is no incentive. [Electronic resource] – <https://tass.ru/ekonomika/5576235>.

8. Main directions of budget, tax, customs and tariff policy for 2020 and for the planning period of 2021 and 2022. [Electronic resource] – http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_334706/.
9. The government of the Russian Federation approved the draft law on NDT for the oil industry. [Electronic resource] – <https://www.interfax.ru/business/588736>.
10. Tikhonov S. TRIZ and taxes. Incentives and barriers to developing hard-to-recover reserves //Oil and gas vertical. — 2019. — № 6 (450). Pp. 10-17.
11. Federal law of 19.07.2018 N 199-FZ (Ed. from 27.11.2018) «On amendments to parts one and two of the Tax code of the Russian Federation». [Electronic resource] – <https://www.garant.ru/products/ipo/prime/doc/71892740/>.
12. 02.12.2019 N 380-FZ (Ed. from 18.03.2020) «About the Federal budget for 2020 and for the planning period of 2021 and 2022» [Electronic resource] – <https://base.garant.ru/73098374/>.
13. The effects of NDD. [Electronic resource] – <http://neftianka.ru/effekty-ndd/>.
14. Global Oil and Gas Tax Guide 2019. [Electronic resource] – <https://www.ey.com/gl/en/services/tax/global-oil-and-gas-tax-guide—country-list>.

**Слияния и поглощения как инструмент обеспечения конкурентного превосходства
американских ТНК потребительского сектора**
**Mergers and acquisitions as a tool of achieving competitive advantage of US transnational
corporations of consumer Sector**



DOI 10.24411/2413-046X-2020-10511

Долженко Игорь Борисович,

заместитель генерального директора ООО «Фэшн Групп», primestyle@mail.ru

Dolzhenko Igor Borisovich,

Deputy General Director, Fashion Group LLC, primestyle@mail.ru

Аннотация. В данной статье анализируются процессы и динамика слияний и поглощений американских ТНК потребительского сектора в современном глобальном мире, масштабы и особенности процессов слияний в условиях обострения конкуренции на мировом рынке. Автором отмечается, что слияния и поглощения компаний выступают важнейшим фактором усиления конкурентных позиций американских ТНК на потребительском рынке в условиях глобализации и цифровой революции. Выявлено, что американские ТНК реализуют серийные слияния и поглощения, в последние годы вырос интерес к высокотехнологичным компаниям для наращивания цифровых компетенций.

Summary. This article analyzes the processes and dynamics of mergers and acquisitions of American TNCs in the consumer sector in the modern global world, the scale and characteristics of mergers in the context of heightened competition in the global market. The author notes that mergers and acquisitions of companies are the most important factor in strengthening the competitive position of American TNCs of the consumer market in the context of globalization and the digital revolution. It was revealed that American consumer sector TNCs are implementing serial mergers and acquisitions; in recent years, interest in high-tech companies has grown to build up digital competencies.

Ключевые слова: транснациональные корпорации(ТНК), экспансия, глобальная конкуренция, слияния, поглощения, особенности, масштабы, потребительский сектор,

быстро реализуемые товары повседневного спроса(FMCG), консолидация, конкурентоспособность, конкурентное превосходство.

Key words: transnational corporations (TNCs), expansion, global competition, mergers, acquisitions, features, consumer sector, fast moving consumer goods (FMCG), strategies, consolidation, competitiveness, competitive edge,

Введение

В условиях глобализации важную роль в мировой экономике играет потребительский сектор, который включает в себя производство и сбыт одежды, обуви и аксессуаров, быстро реализуемые товары повседневного спроса (FMCG), спорттовары, электронную коммерцию, и др. К особенностям рынка потребительских товаров можно отнести высокую скорость оборота продукции, небольшой уровень чистой прибыли, повышенный спрос, низкую степень вовлеченности потребителей, взаимозаменяемость товаров. Из 50 крупнейших компаний потребительского сектора-транснациональных корпораций (ТНК) в 2019 г. в США базировались штаб-квартиры 18 крупнейших компаний, в том числе таких как Philip Morris International, Procter & Gamble, PepsiCo, Tyson Foods, Coca-Cola Co., Nike, Inc., 3M Co., Kraft Heinz, Mondelez International, Altria Group, Whirlpool Corp., Kimberly-Clark Corp., General Mills, Colgate-Palmolive Co., Johnson & Johnson и др. [1].

Результаты исследования

Конкурентные позиции успешных компаний потребительского сектора все больше связаны со сделками слияний и поглощений компаний.[2] В условиях стагнирующего спроса и значительной неопределенности внешней среды ТНК потребительского сектора активно используют слияния и поглощения для увеличения доли рынка и своей рыночной власти.[3]

Географические, демографические и технологические изменения повсеместно и радикально изменяют правила ведения бизнеса в секторе потребительских товаров и розничной торговли. Новой реальностью является нестабильность в отношении стоимости товаров, вкусов потребителей, уровня конкуренции и отношений акционеров. Рынок меняется с беспрецедентным масштабом и скоростью и компаниям потребительского сектора надо определиться, как выстраивать систему интегрированных маркетинговых коммуникаций с потребителями, какие технологии им нужны, как они будут конкурировать с онлайн платформами. В этих крайне нестабильных условиях радикально меняется взгляд на способы достижения конкурентного преимущества, стратегия органического роста становится все менее привлекательной.

Как отмечает Кони́на Н.Ю., конкурентоспособность — более широкая категория, чем эффективность или производительность. Конкурентоспособность ТНК — это понятие, которое отражает способность фирмы по завоеванию рыночных позиций, их удержанию, укреплению и расширению по сравнению с конкурентами.[4]

В новых условиях нестабильных рынков слияния и поглощения в целях увеличения рыночной силы и доли рынка выглядят весьма привлекательной стратегией, особенно если компания-мишень не переоценена.

Слияния и поглощения позволяют ТНК потребительского сектора существенно увеличить долю рынка и свою рыночную власть и добиваться трансформации мировых рынков в олигополистические, что позволяет ТНК динамично расти и обеспечивать достижение финансовых показателей выше средних по отрасли.[5]

Одна из основных причин, по которым компании планируют осуществление сделок по приобретению заключается в достижении положительного эффекта синергии, который может быть достигнут за счет эффекта масштаба и масштаба, рационализации активов, сокращения персонала и принятия лучших практик, процедур и возможностей двух компаний.[6]

Достижение большей рыночной власти является основной причиной приобретений. Рыночная власть существует, когда фирма может продавать свои товары или услуги выше конкурентного уровня или когда затраты на ее основную или вспомогательную деятельность ниже, чем затраты на ее конкуренты. Рыночная власть обычно определяется размером фирмы, ее ресурсами и способностями конкурировать на рынке; на нее также влияет доля фирмы на рынке. Таким образом, большинство приобретений, нацеленных на увеличение рыночной власти, влечет за собой покупку конкурента, поставщика, дистрибьютора или бизнеса чтобы иметь возможность использовать основную компетенцию и получить конкурентное преимущество на основном рынке приобретающей фирмы.[7]

ТНК потребительского сектора широко применяют слияния и поглощения существующих перспективных фирм для реализации корпоративной стратегии роста и повышения своей конкурентоспособности. Приобретения в потребительском секторе также предназначены для обеспечения критически важных ресурсов или запатентованных технологий в определенных категориях продуктов.[8] Потенциальный покупатель может иногда получить выгоду, даже если сделка М & А провалится, прежде всего потому что в процессе дью-дилиженс получает возможность детальнейшим образом изучить внутренние документы компании-мишени.

Среди факторов, влияющих на конкурентоспособность компании, в соответствии с ресурсной концепцией фирмы, можно выделить наличие материальных, трудовых и финансовых ресурсов, а также инновационные и адаптивные способности фирмы, эффективность менеджмента, разработанную и реализуемую стратегию фирмы.[9]

Среди основных мотивов по осуществлению сделок по приобретениям американскими ТНК потребительского сектора можно выделить следующие: достижение эффекта масштаба, новые технологии, привлечение талантов, перекрестные продажи, улучшение условий закупок, диверсификация, экономия накладных расходов.[10]

Американские ТНК потребительского сектора в рамках своей конкурентной борьбы осуществляют поглощения разных типов, как преобладающие горизонтальные, так и вертикальные, и конгломератные. В качестве примера весьма редких конгломератных слияний стоит упомянуть единственное приобретение Coca-Cola, не связанное с напитками, когда она в 1982г. купила Columbia Pictures за 692 миллиона долл., которую потом перепродала Sony за 1,5 миллиарда долл. в 1989 г.

Случаев вертикальной интеграции и оптимизации операций цепочки поставок применительно к слияниям и поглощениям ТНК потребительского сектора не так много. В 2010 году Coca-Cola и PepsiCo. приобрели значительную часть своих операций по розливу с целью снижения их структурных затрат и расширения возможностей для тестирования, запуска и масштабирования новых продуктов. Компания Coca-Cola заплатила 12,3 миллиарда долларов за предприятия Coca-Cola, в то время как PepsiCo. заплатила 14,8 млрд долларов за приобретение Pepsi Bottling Group и Pepsi Americas.[11] В 2010 г. Coca-Cola приобрела североамериканские предприятия по розливу Coca-Cola Enterprises Inc. по цене 12,3 млрд долл. Акционеры целевой компании получили 10 долларов США и по одной акции в новой компании по розливу за каждую принадлежавшую им акцию. При осуществлении сделки было заявлено, что данная сделка приведет к экономии средств и дополнительным возможностям получения дохода в размере 350 миллионов долл. в течение четырехлетнего периода. В 2010 г. PepsiCo приобрела контроль над двумя крупнейшими компаниями по розливу в бутылки — Pepsi Bottling Group и Pepsi Americas — за 14,8 миллиарда долл. Это приобретение должно привести к экономии на издержках в размере около 400 миллионов долл. ежегодно.

Гораздо больше поглощений носит горизонтальный характер. В 2001 году Coca-Cola приобрела марку фруктовых соков Odwalla. В 2007 году Coca-Cola приобрела Energy Brands (Glaceau) Inc. за 4,1 миллиарда долларов наличными. Это приобретение усилило присутствие компании на быстрорастущих рынках «улучшенной воды» и энергетических

напитков. Приобретение Coca-Cola дало ей полный спектр продуктов Energy Brands, в том числе Vitaminwater, Smart water и Vitaminenergy.

Компании по производству потребительских товаров используют слияния и поглощения для обеспечения глобализации своих цепочек создания стоимости, освоения новых цифровых технологий и перехода к омниканальной системе сбыта при одновременном усилении внимания к развитию своих основных брендов.[12] Приобретения также используются для минимизации издержек благодаря интеграции и оптимизации операций цепочки создания стоимости. Приобретения в этом секторе также предназначены для обеспечения безопасности критически важных ресурсов или запатентованных технологий для определенных товарных позиций.[13]

Так, американская ТНК PepsiCo в период с 1977г. до середины 1996г. существенно расширила масштаб операций и осуществила диверсификацию деятельности за счет приобретения компаний быстрого питания Pizza Hut, KFC, и Taco Bell выходящих за рамки основного направления бизнеса по упакованным продуктам питания и напиткам; тем не менее, в 1997 году PepsiCo вышла из этих непрофильных бизнес-направлений, продав некоторые из них, и выделив другие в новую компанию под названием Tricon Global Restaurants, которая позже стала называться Yum! Brands, Inc. PepsiCo сделала ряд приобретений в период 2006-2019 гг. Компания приобрела девять целевых компаний в европейском регионе и Южной Америке. В 2008 и 2010 годах PepsiCo приобрела три компании в России, крупнейшая сделка — приобретение Wimm-Bill-Dann Foods на сумму 3,8 миллиарда долларов. В 2011 году PepsiCo завершила сделку по приобретению ведущей российской компании по производству продуктов питания и напитков Wimm-Bill-Dann примерно за 3,8 млрд. Евро. PepsiCo также приобрела компании в Мексике, Украине, Сербии, Аргентине, Болгарии и Бразилии.

Для слияний и поглощений в секторе потребительских товаров характерна цикличность, связанная с фазами общеэкономического цикла.[14] В 2008 году индустрия потребительских услуг объявила 774 сделки M & A. В 2009 году количество сделок сократилось до 582, а в 2010 году число объявленных сделок составило 786. После 2008 года в секторе наблюдался рост активности в сфере слияний и поглощений из-за необходимости доступа к более широкой клиентской базе, использования эффекта масштаба и повышения узнаваемости бренда. Наличие большого объема доступного частного акционерного капитала и корпоративных денежных средств наряду с ослаблением стандартов кредитования становятся катализаторами деятельности по слияниям и поглощениям.[15] В 2010 году десять крупнейших компаний, занимающихся

производством продуктов питания и напитков, имели более 30,1 млрд. долл. США свободных денежных средств, что на 15 процентов больше, чем в 2006 году.

После реализации соглашений NAFTA и создания ЕС многие компании в сфере производства продуктов питания и напитков сосредоточили свое внимание на слияниях и поглощениях.[16] Эти слияния были направлены на то, чтобы усилить преимущество существующих логистических систем или недостаточно используемых производственных мощностей. В период 2005-2007 гг. только в индустрии сэнэков было проведено около 125 слияний и поглощений.

На развивающихся рынках, таких как Индия, Китай и Россия, сделки по слияниям и поглощениям обусловлены объединением небольших компаний.[17] Так, только Pepsi и P&G совершили девять и семь приобретений соответственно в развивающихся странах в период 2006-2019 гг.

Согласно отчету E & Y Consumer Report 2010, объем слияний и поглощений в мировой индустрии потребительских товаров составил 101,6 млрд долларов в 2010 году по сравнению с 45,7 млрд долларов в 2009 году.

Таблица №1 Крупнейшие слияния и поглощения, осуществленные американскими ТНК потребительских товаров за период 2000-2019гг.

Год сделки	Приобретатель	Компания-мишень	Сумма сделки
2006	Procter & Gamble	Gillette	57 млрд.долл.
1989	KKR RJR	Nabisco	25 млрд.долл.
2010	Kraft Foods	Cadbury	19.6 млрд.долл.
2006	Cerberus	Albertson	17.4 млрд.долл.
2010	Coca-Cola	Coca-Cola Enterprises	12.2 млрд.долл.
2008	Altria	UST Inc.	10.4 млрд.долл.
2007	Kraft Foods	Groupe Danone	7.6 млрд.долл.

Слияния и поглощения крупнейших ТНК потребительского сектора отличались высокой стоимостью сделки и выплатами значительных премий за контроль, устанавливаемый над активами компании-мишени.[18] В одной из крупнейших сделок в

2010 году фонд частных инвестиций, Kohlberg Kravis Roberts (KKR)/ Vestar Capital Group и Centerview Group приобрели Del Monte Foods за 53 миллиарда долларов.

В 2011 году Kraft приобрела британскую кондитерскую компанию Cadbury за 19,6 млрд долларов, чтобы получить доступ к новым географическим рынкам и извлечь выгоду из синергии, связанной с дополнительными портфелями продуктов.[19]

Tyson Foods — еще одна компания среди крупнейших американских ТНК потребительского сектора — существенно усилила свои конкурентные позиции в основном благодаря ряду приобретений и дисциплине в процессе интеграции и достижении синергетического эффекта. В 2014 году Tyson Foods купила компанию Hillshire Brands, общая стоимость которой составляла около 8,5 млрд долларов, что привело к предполагаемой синергии более 700 млн долларов. В 2017 году Tyson Foods купила за 4,2 миллиарда долл. AdvancePierre Foods, которая продает замороженные продукты и имеет значительное подразделение общественного питания, что должно привести к синергии в виде экономии на издержках в размере 200 миллионов долл.

Интересным опытом повышения своей конкурентоспособности благодаря сделкам по слияниям и поглощениям обладает американская ТНК Procter & Gamble. В 2006 году Procter & Gamble (P & G) купила Gillette за 57 миллиардов долларов, в результате чего была создана крупнейшая в мире компания по производству потребительских товаров.[20] P & G заплатила 0,975 обыкновенных акций за каждую обыкновенную акцию Gillette. P & G в рамках поглощения оценила Gillette примерно по 54 долл. за акцию, что представляло собой 18-процентную премию за акции Gillette. Новая объединенная компания с объемом продаж более 60 миллиардов долл. обогнала Unilever как мирового лидера в области потребительских товаров. В портфель P & G было добавлено более 300 брендов, в частности помимо бренда Gillette, такие бренды как Duracell, дезодорант Right Guard. P & G согласилась продать свою компанию по производству электрических зубных щеток SpinBrush компании Church & Dwight, и линию зубных паст Gillette Rembrandt компании Johnson & Johnson. Торговые марки дезодорантов Right Guard, Soft and Dri и Dry Idea были проданы Dial Corporation. Подразделение Liquid Paper и Gillette, Paper Mate, было продано Newell Rubbermaid.

Благодаря этому приобретению P & G сумела радикально повысить свою конкурентоспособность и стала лидером в сегменте товаров по уходу за мужчинами.

Заключение

Анализ сделок слияний и поглощений американских ТНК потребительского сектора показывает, что они активно применяют данные сделки для повышения своей

конкурентоспособности. Благодаря приобретениям ТНК увеличивают охват целевой аудитории, расширяют и уточняют ассортимент предлагаемых товаров, получают доступ к новейшим технологиям, наиболее перспективным растущим сегментам рынка и ценным нематериальным активам, а также к дистрибьюторской сети и сети поставщиков.

Список литературы

1. Владимирова И.Г. Слияния и поглощения // Менеджмент в России и за рубежом. 2015 — №1. — С.54
2. Богданова Н. А. Слияния и поглощения организаций: анализ теоретических положений // Вестник СПбГУ. Серия: Экономика и менеджмент. 2011. №8 (225).
3. Кони́на Н.Ю. Конкурентоспособность транснациональных корпораций в условиях глобализации. Диссертация на соискание ученой степени доктора экономических наук / Московский государственный институт Международных отношений. Москва, 2009
4. Радыгин А. Р., Шмелев Н. Проблемы слияний и поглощений в корпоративном секторе. // Общество и экономика. — 2014. — №12 — С. 166.
5. “M&A in Consumer Business: Challenging Times, Emerging Opportunities,” http://www.deloitte.com/assets/Dcom-Philippines/Local%20Assets/Documents/us_ma_challenging_times_cppov_051411.pdf
6. Международные экономические отношения: плюрализм мнений в эпоху перемен. Абдурахманова З.А., Адамчук Н.Г., Алексеев П.В., Алёшин Д.А., Афанасьев Д.Ю., Босич С., Волгина Н.А., Высоцкая А.А., Вязовская В.В., Галищева Н.В., Гончаров Ю.А., Гречков В.Ю., Григорук Н.Е., Гурова И.П., Дегтярева О.И., Джагитян Э.П., Долгова М.В., Захаров А.Н., Зубкова Я.Н., Исаченко Т.М. и др. Москва, 2017.
7. Riding the M&A Wave in Consumer Goods Режим доступа:// <https://www.bcg.com/ru-ru/publications/2019/riding-mergers-acquisitions-wave-in-consumer-goods.aspx> (дата обращения 28.04.2020)
8. Кони́на Н.Ю. Классификация источников информации о фирмах. Маркетинг. 1996. № 6. С. 51-55.
9. Менеджмент. Кони́на Н.Ю., Ефимова Н.В., Загребельная Н.С., Ноздрева Р.Б., Соколова М.И. Москва, 2016.
10. Радыгин А., Энтов Р. Р слияний и поглощений: новые теоретические подходы. Экономическая политика. 2010. № 5. С. 67-91.
11. Chris Burritt and Duane D. Stanford, “Coca-Cola to Purchase Bottler in \$12.3 billion Deal,” February 25, 2010, режим доступа <http://www.bloomberg.com/apps/news?pid=newsarchive&sid=ayImOdQCIBNA>

12. Porter, M.E.; Kramer, M.R. The link between competitive advantage and corporate social responsibility. *Harv. Bus. Rev.* 2006, 84, 78-92
13. Кони́на Н. Стратегические альянсы наукоёмких корпораций США. Проблемы теории и практики управления. 2006. № 4. С. 96-103.
14. Владимиро́ва И. Г. Слияния и поглощения компаний: характеристика современной волны. *Менеджмент в России и за рубежом.* 2002. — №1.- С.30-40.
15. Koshy A., Lipsky R., Rickert S., Slelatt R., and Weaver K. The next wave of consumer M&A: Executing for value. <https://www.mckinsey.com/industries/consumer-packaged-goods/our-insights/the-next-wave-of-consumer-m-and-a-executing-for-value>
16. Современные проблемы менеджмента, маркетинга и предпринимательства. Ноздрева Р.Б., Буренин В.А., Артюшкин В.Ф., Беликов И.В., Бостогонашвили Е.Р., Васильева И.В., Васильева Т.Н., Василюк Т.Н., Вербицкий В.К., Владимиро́ва И.Г., Волобуев Н.А., Гапоненко А.Л., Губенко Р.М., Гутник С.А., Дегтярева О.И., Деменев А.В., Дементьева А.Г., Еремеева Н.В., Ефимова Н.В., Ефремов В.С. и др. Москва, 2018.
17. Стратегии развития международных компаний. Гречков В.Ю., Кони́на Н.Ю., Ноздрева Р.Б., Соколова М.И., Дементьева А.Г., Ефимова Н.В., Загребельная Н.С., Шевелева А.В. Под редакцией Ноздревой Р.Б.. Москва, 2013.
18. Fernández, S., Triguero, Á. and Alfaro-Cortés, E. (2019), «M&A effects on innovation and profitability in large European firms», *Management Decision*, Vol. 57 No. 1, pp. 100-114. <https://doi.org/10.1108/MD-08-2017-0730>
19. Moatti, V.; Ren, C.R.; Anand, J.; Dussauge, P. Disentangling the performance effects of efficiency and bargaining power in horizontal growth strategies: An empirical investigation in the global retail industry. *Strateg. Manag. J.* 2015, 36, 745-757.
20. Kumar B.R. (2012) *Mergers and Acquisitions in the Consumer Goods Sector*. In: *Mega Mergers and Acquisitions*. Palgrave Macmillan, London. DOI https://doi.org/10.1057/9781137005908_10

Роль человеческого капитала в условиях развития цифровой экономики региона

The role of human capital in the development of the region's digital economy



УДК 33

DOI 10.24411/2413-046X-2020-10512

Чугреев Александр Сергеевич,

аспирант кафедры экономики, отделения социально-экономических наук, Национальный исследовательский ядерный университет «МИФИ» (НИЯУ МИФИ) Обнинский институт атомной энергетики (ИАТЭ)

Chugreev Alexander S.,

Post-graduate student of the Department of Economics, Department of social and economic Sciences, Obninsk institute for nuclear power engineering (OINPE)

Аннотация. Актуальность исследования заключается в том, что цифровизация экономики является одним из определяющих факторов ее развития. Степень развития экономики региона зависит от уровня развития человеческого капитала. Уровень информатизации регионов России существенно отличается друг от друга. Одним из показателей развития информатизации экономики во взаимосвязи с человеческим капиталом являются показатели цифровизации знаний и навыков использования информационно-коммуникационных технологий. Показатель информатизации региона определяется рейтингом по соответствующим индексам. Индекс готовности российских регионов к информационному обществу определяется показателями факторов электронного развития, среди которых учитывается человеческий капитал, как составляющая экономической среды и ИКТ-инфраструктуры. Помимо этого учитываются показатели использования ИКТ в образовании, бизнесе, здравоохранении, культуре, государственном и муниципальном управлении, а также использовании ИКТ в домохозяйствах и населением. Информатизация общества и активное внедрение принципов электронного правительства – один из ключевых приоритетов развития российских регионов, активно поддерживаемый федеральным центром. Информатизация сектора государственных услуг, образования, медицины и других социально-экономических сфер – колоссальный

проект, требующий огромных инвестиций, но при этом способный качественно повысить конкурентоспособность региона и уровень жизни населения. Цель статьи проанализировать взаимосвязь уровня информатизации и экономического развития регионов России, определить влияние человеческого капитала на процесс информатизации. Методы исследования: сравнительный и статистический анализ данных рейтинга цифровизации регионов. Результаты исследования: в статье проанализирован уровень информатизации регионов России, выделены регионы-лидеры, определено влияние показателей ИКТ бюджетов, уровень цифровой грамотности регионов. Определены дальнейшие перспективы развития цифровизации регионов России.

Summary. The relevance of the research is that the digitalization of the economy is one of the determining factors of its development. The degree of development of the region's economy depends on the level of human capital development. The level of informatization of Russian regions differs significantly from each other. One of the indicators of the development of informatization of the economy in relation to human capital is the indicators of digitalization of knowledge and skills in the use of information and communication technologies. The region's informatization index is determined by a rating based on the corresponding indexes. The readiness index of Russian regions for the information society is determined by indicators of e-development factors, including human capital as a component of the economic environment and ICT infrastructure. In addition, indicators of the use of ICT in education, business, health, culture, state and municipal administration, as well as the use of ICT in households and the population are taken into account. informatization of society and active implementation of e-government principles is one of the key priorities for the development of Russian regions, which is actively supported by the Federal center. informatization of public services, education, medicine and other socio-economic spheres – a huge project that requires huge investment, but it is able to improve the region's competitiveness and standard of living of the population. The purpose of the article is to analyze the relationship between the level of informatization and the economic development of Russian regions, to determine the impact of human capital on the process of informatization. Research methods: comparative and statistical analysis of regional digitalization rating data. Research results: the article analyzes the level of informatization of Russian regions, identifies the leading regions, and determines the impact of ICT budget indicators, the level of digital literacy in the regions. Further prospects for the development of digitalization of Russian regions have been identified.

Ключевые слова: человеческий капитал; цифровизация; ИКТ-бюджет; регион; рейтинг, цифровая экономика.

Keywords: human capital; digitalization; ICT budget; region; rating, digital economy.

Введение

При переходе к инновационной системе управления, стремительном внедрении информационных технологий в условиях цифровизации экономики одним из определяющих факторов ее развития является человеческий капитал. В экономически развитых странах мира на долю человеческого капитала как фактора инновационного развития общества приходится от 60 до 80% благосостояния страны. Этот показатель в России определяется в среднем на уровне 45%. Из этого следует, что необходимы меры по совершенствованию системы управления и повышению рационального использования человеческого капитала. Повышению уровня информатизации в РФ в последние годы уделяется повышенное внимание. В стране действуют ФЦП «Цифровая экономика» на период 2017-2024 годы. Правительство поручило трем министерствам Минэкономразвития России, Минфину России, Минкомсвязи России при содействии государственной корпорации «Банк развития и внешнеэкономической деятельности (Внешэкономбанк)» создать механизмы финансирования высокотехнологичных и инновационных проектов, реализация, которых будет осуществляться в рамках программы «Цифровая экономика Российской Федерации» [1].

Правительство РФ в результате реализации программы планирует к 2024 году создать высокотехнологичные, конкурентоспособные предприятия, способные использовать самые современные цифровые технологии. Эти предприятия в своих технологических процессах всесторонне будут использовать новые цифровые технологии. Такие как нейротехнологии, квантовые технологии, промышленный интернет робототехнику, виртуальные и дополненные реальности и др. Разработчики программы надеются не позднее 2024 года создать в стране не менее 500 малых и средних предприятий работающих «в сфере создания цифровых технологий». Вузам рекомендовано увеличить план приема и подготовки специалистов в сфере IT технологий. Планируется, что к 2024 году Вузы будут выпускать не менее 120 тыс. специалистов в год. Помимо этого, программой предусмотрено развитие научно исследовательской деятельности. В период с 2020 по 2022 студентами, аспирантами, учеными должно быть реализовано не менее 30 исследовательских проектов в области цифровой экономики. На разработку проектов выделено не менее 100 млн. руб. из федерального бюджета. Для реализации программы планируется создать также некоммерческую организацию. В её состав войдут «Яндекс», Mail.Ru Group, Rambler & Co, «Ростех», «Росатом», Сбербанк, «Ростелеком», фонд «Сколково» и Агентство стратегических инициатив. НКО будет формировать запросы от

бизнеса, проводить мониторинг программы «Цифровая экономика», оценивать эффективность реализации программы, а также станет совещательным органом управления, определяющим стратегические и технические вопросы [2].

Одним из показателей степени развития информатизации экономики во взаимосвязи с человеческим капиталом являются показатели цифровизации знаний и навыков использования информационно-коммуникационных технологий. Индекс готовности российских регионов к информационному обществу определяется показателями факторов электронного развития, среди которых учитывается человеческий капитал, как составляющая экономической среды и ИКТ-инфраструктуры. Помимо этого, учитываются показатели использования ИКТ в образовании, бизнесе, здравоохранении, культуре, государственном и муниципальном управлении, а также использовании ИКТ в домохозяйствах и населением [3].

Информатизация регионов РФ

Степень информатизации региона является одним из показателей его экономического развития. Показатель информатизации региона складывается из многих индексов. Помимо этого уровень информатизации будет зависеть от затрат региона на развитие цифровых технологий.

Ежегодно правительство РФ увеличивает финансирование сферы цифровых технологий. По данным Росстата в 2019 году сумма вложений на ИКТ российских регионов составила 161,4 млрд. Это на 35% больше, чем в прошлом году. Аналитики столь стремительный рост объясняют созданием и внедрением в практику Единой государственной информационной системы здравоохранения (ЕГИСЗ). В конце декабря 2018 года на заседании президиума Совета при Президенте Российской Федерации по стратегическому развитию и национальным проектам был утвержден паспорт национального проекта «Здравоохранение», значительная часть средств в ходе реализации проекта будет потрачена на разработку единого цифрового контура здравоохранения на основе ЕГИСЗ. Согласно данным представленным в паспорте проекта суммарный бюджет регионов России для его реализации превысит 88 млрд. руб. Большую часть средств планируют выделить в 2020 г. – 43,2 млрд., в 2019 г. было выделено 12,8 млрд., а в 2021 г. 12,2 млрд.

Основная часть средств, составляющая 72,8% от суммы всех региональных ИТ-расходов приходится на долю регионов занимающих первые десять позиций. Состав тройки лидеров по данным рейтинга «СNews: ИКТ в регионах» остается неизменным на протяжении нескольких лет. Со значительным отрывом лидером является Москва (74,3

млрд.). Далее следует Санкт-Петербург (14,9 млрд.) и замыкает тройку лидеров Московская область (9,1 млрд.). Однако некоторые регионы, причем не центральные значительно поднялись в рейтинге. Это Свердловская и Тюменская области, а так же Ямало-Ненецкий автономный округ. Внутри топ-10 можно отметить стремительный прогресс Пермского края, перешедшего с 10 на 4 место. В таблице 1 представлен топ 10 регионов России по размеру ИКТ-бюджетов [4].

Таблица 1 – топ 10 регионов России по размеру ИКТ-бюджетов

в 2019 г.	в 2018 г.	Регион	Расходы региона на ИКТ, млн.		Динамика суммарных расходов на ИКТ 2019/2018, %
			2019	2018	
1	1	Москва	74 300,6	57 900,0	28,3%
2	2	Санкт-Петербург	14 877,2	13 526,4	10,0%
3	3	Московская область	9 096,1	5 712,1	59,2%
4	10	Пермский край	3 620,9	1 519,5	138,3%
5	6	Самарская область	2 961,2	2 492,2	18,8%
6	7	Новосибирская область	2 740,3	2 130,8	28,6%
7	18	Свердловская область	2 738,7	977,4	180,2%
8	13	Тюменская область	2 475,8	1 346,1	83,9%
9	5	Республика Саха (Якутия)	2 359,9	2 545,2	-7,3%
10	20	Ямало-Ненецкий АО	2 306,4	924,4	149,5%

Приведенные в таблице данные наглядно демонстрируют значительную разницу в ИКТ-бюджетов регионов РФ, Самые маленькие ИКТ-бюджеты у Костромской (79,2 млн.), Еврейской автономной (108,9 млн.) и Тверской областей (121,3 млн.). Таким образом, бюджет лидера рейтинга – Москвы – превышает бюджет расположенной на 85 месте Костромской области в 938 раз.

На протяжении трех последних лет Ненецкий автономный округ занимает первое место по показателю региональных ИТ-расходов на душу населения. В 2018 г. ИК затраты на каждого проживающего в Ненецком автономном округе составили 9332 рублей, а в 2019 г. планируется потратить 14380 рублей. Второе место занимает Чукотский автономный округ ИКТ-бюджет равен 6246 рублей на каждого проживающего. Следует

отметить, что к началу 2020 года. в этих регионах должен появиться высокоскоростной магистральный интернет. Замыкает тройку лидеров Москва с показателем 5592 рублей [4].

На последнем месте по уровню ИТ-расходов на душу населения в 2019 г. находится Омская область 82,5, занимающая 77 место в общем рейтинге. Менее 100 ИТ-бюджета приходится также на каждого жителя Тверской области (83 место в общем рейтинге) [4].

Цифровая грамотность населения

Рассматривая вопросы информатизации, следует обратить внимание на цифровую грамотность населения. Использование ИКТ населением зависит от экономических показателей региона. Коэффициент корреляции доходов составляет 0,76, показатель уровня развития человеческого капитала определяется меньшим значением коэффициента корреляции и составляет (0,47). Этот факт можно объяснить низкими уровнем доходов населения во многих регионах РФ. Недостаток средств становится препятствием для приобретения домохозяйствами современных информационно-коммуникационных товаров и соответственно услуг цифровизации. В феврале 2019 года в рамках Cyber Security Forum в Москве, в МИА «Россия Сегодня» состоялась презентация результатов ежегодного всероссийского исследования РОЦИТ «Индекс цифровой грамотности граждан РФ за 2018» [4].

В 2018 году РОЦИТ в партнерстве с исследовательской группой ЦИРКОН провел очередное ежегодное всероссийское исследование «Индекс цифровой грамотности граждан РФ». Подобное мероприятие проводится уже в четвертый раз. По результатам исследования определяется среднее значение Индекса. Показатель индекса за 2018 год составил 4,52 пункта, что на 14,7% меньше в сравнении с прошлым годом (5,99 пт.) и на 2,7% меньше, чем в начале измерений в 2015 году (4,79 пт.) [4].

Столь значительное падение среднего значения индекса можно объяснить целым рядом причин. Среди которых в первую очередь можно назвать увеличение диспропорций между уровнем цифровых компетенций, цифрового потребления и цифровой безопасности россиян. Данные исследований, проводимых в 2015 и 2016 году показывают, что цифровая грамотность населения была наиболее слабой стороной. Показатели индекса в 2017 и 2018 годах свидетельствуют о значительном росте цифровых компетенций населения, где эксперты ставят их на первое место по значению. При этом, по сравнению с прошлыми годами в знаниях и навыках россиян значительно увеличился разрыв между цифровыми компетенциями и цифровой безопасностью.

Основными показателями развития цифровой грамотности в 2018 году названы развитие инфраструктуры и вовлеченности россиян в информационные процессы. При этом отмечается рост и расширение спектра цифровых компетенции.

С каждым годом растет уровень цифровой грамотности населения. Наглядный пример данные предоставленные Mediascope. Так в первом полугодии 2015 года среднемесячная мобильным интернетом, составляла 51,6%. В 2018 году этот показатель достиг уже 67,6%. Следует отметить, что доля граждан, использующих мобильный интернет. С каждым годом увеличивается по сравнению с теми, кто использует интернет на стационарных цифровых устройствах.

Данные за 2018 год показывают, что увеличивается число россиян, которые активно используют финансовые онлайн-сервисы. Растет число жителей зарегистрированных на портале госуслуг.

Развитие цифровых технологий, дальнейшее совершенствование средств коммуникации, побуждает пользователей к постоянному процессу освоения информационных технологий, разбираться в принципах действия новых моделей телефонов и компьютерной техники. Не обладая необходимыми информационными компетенциями невозможно осуществлять платежи, передавать данные и совершать ряд других операций. Формирование цифровой грамотности способствует развитию критического мышления. Действия в онлайн-среде становятся более осознанными, целенаправленными и широкомасштабными. Становятся актуальными вопросы информационной безопасности. Многие пользователи начинают понимать разницу между лицензионными и пиратскими программами. Возникают вопросы безопасности онлайн-платежи, Соответственно все большую значимость приобретает уровень цифровой безопасности. Следует отметить, что значительная часть населения оценивает его как невысокий.

Исследование, проведенное в 2018 году показывает значительное различие уровня развития цифровой грамотности регионов и федеральных округов [4].

Наиболее стабильные показатели развития цифровой грамотности населения среди федеральных округов можно наблюдать в Северо-Западном, Уральском и Приволжском ФО. За 4 года измерений они сохранили свои позиции в общем рейтинге. Стабильность определяется за счет устойчивого и равномерного развития всех показателей цифровой грамотности. При этом, темпы развития в этих округах отличаются достаточно значительно.

Наибольший рост продемонстрировали 2 федеральных округа: Дальневосточный и Сибирский. В частности, Дальневосточный ФО поднялся с третьего места на второе. Также руководство ДФО уделяет значительное внимание в области цифровой безопасности. Растет в ДФО уровень цифрового потребления, поэтому перемещение с 3-го места на 2-е вполне закономерно. Однако опередить Центральный ФО ему удалось, прежде всего, за счет значительного развития цифровых компетенций (скачок с 7-го места на 2-е). Потенциал этого региона был отмечен еще в первой волне измерений. Также стоит отметить положительную динамику Сибирского ФО, который за 4 года исследований переместился с 7-го места на 5-е за счет нивелирования диспропорций между субиндексами цифровых компетенций, цифровой безопасности и цифрового потребления [4].

Индекс цифровая Россия

Для того чтобы реально оценить уровень информатизации регионов и страны, необходимы числовые критерии оценки. Специалисты Центра финансовых инноваций и безналичной экономики Московской школы управления СКОЛКОВО, используя разработанные критерии по оценке уровня цифровизации и специфике Российской экономики, создали авторскую методологию определения индекса информатизации. Данная методология учитывает количественные показатели и экспертную оценку, основанную на анализе метаданных, отражающих процессы цифровизации регионов. Предложенный разработчиками СКОЛКОВО Индекс «Цифровая Россия» отражает продвижение и успешность реализации инициатив, связанных с цифровизацией на региональном уровне. Значение индекса определяется баллами. Например, предложенная инициатива должна иметь не только теоретическое обоснование, но и нести конкретные действия. Наглядный пример создание цифровой инфраструктуры городов. Одним из условий высокой оценки инициатив является их согласованность и отсутствие противоречий с государственной стратегией развития информатизации региона. Показатели индекса учитывают также социально-экономические и бизнес эффекты. При он высоких значениях этих показателей регион получает 100 баллов (максимальное значение). Процесс определения значения Индекса основан на событиях, отражающих уровень цифровизации регионов, с использованием данных из открытых источников [5].

Процесс цифровизации оценивается не только с точки зрения достижения целей, но и с точки зрения его публичности. Индекс «Цифровая Россия» оценивает этот процесс на основе публичных упоминаний в открытых источниках, с учетом достоверности, цитируемости и тональности событий.

Каждое событие отнесено в один из семи ключевых субиндексов:

1. нормативное регулирование и административные показатели;
2. кадры и учебные программы;
3. исследовательские компетенции и технологические заделы;
4. информационная инфраструктура;
5. информационная безопасность;
6. экономические показатели;
7. социальные эффекты [5].

Таблица 2 – Динамика развития цифровизации регионов России

№	Субъект Российской Федерации	2018		Изменения к 2018 г				Изменение в 2018 г			
		балл	место	к 2017 г				к I полугодию			
				балл	место	место (+ -)	балл (%)	балл	место	место (+ -)	балл (%)
1	г. Москва	77,03	1	70,01	1	0	10,2	75,14	1	0	2,52
2	Республика Татарстан (Татарстан)	76,48	2	67,95	2	0	12,56	74,74	2	0	2,33
3	Санкт-Петербург	76,44	3	67,54	4	1	13,18	74,55	3	0	2,54
4	Московская область	76,25	4	65,61	6	2	16,22	71,86	7	3	6,11
5	Тюменская область	76,19	5	65,44	7	2	16,43	74,01	5	0	2,95
81	Республика Калмыкия	41,36	81	26,43	82	1	56,48	39,52	81	0	4,67
82	Республика Ингушетия	40,42	82	28,03	77	-5	44,22	38,15	84	2	5,96
83	Карачаево-Черкесская Республика	40,31	83	27,69	79	-4	45,58	38,93	82	-1	3,54
84	Еврейская автономная область	39,76	84	26,06	83	-1	52,57	37,2	85	1	6,89
85	Республика Тыва	39,74	85	34,04	62	-23	16,73	38,2	83	-2	4,03

Результаты индекса являются показателем состояния и динамики развития цифровизации в субъектах РФ. Полученные данные отображают развитие цифровой экономики или продуктов, связанных с ней. Показатели индекса особо важны для государственных и муниципальных органов власти. В частности, государственные органы могут использовать результаты для выявления лидирующих и отстающих регионов. Благодаря этому можно будет разработать грамотную стратегию развития цифровой экономики в стране. Не менее важными показателями индекса являются для бизнеса, а именно для определения собственных маркетинговых и продуктовых стратегий в области цифровой экономики и развития ГЧП проектов в субъектах РФ [5].

Заключение

Цифровизация общества и активное внедрение принципов электронного правительства – один из ключевых приоритетов развития российских регионов, активно поддерживаемый федеральным центром. Цифровизация сектора государственных услуг, образования, медицины и других социально-экономических сфер – колоссальный проект, требующий огромных инвестиций, но при этом способный качественно повысить конкурентоспособность региона и уровень жизни населения. Государственная программа «Информационное общество» предполагает ряд мероприятий, финансируемых за счет федерального бюджета. Однако реализация курса цифровизации общества требует и определенного уровня развития региона.

Таким образом, результаты проведенного исследования свидетельствуют о существенной неравномерности уровня развития ИКТ в отдельных российских регионах. В известной степени ситуация в России на уровне национальной экономики повторяет ситуацию в мире.

Список литературы

1. ФЦП Цифровая экономика. Распоряжение Правительства РФ от 28 июля 2017 г. № 1632-р. [Электронный ресурс] URL: <http://static.government.ru/media/files/9gFM4FHj4PsB7915v7yLVuPgu4bvR7M0.pdf>. (дата обращения 08.05.2020г)
2. Правительство поручило ВЭБу финансирование проектов «Цифровой экономики». [Электронный ресурс] URL: <https://www.rbc.ru/economics/24/08/2017/599e62ac9a7947f377bfb1ea>. (дата обращения 08.05.2020г)
3. CNews выпустил рейтинг регионов по тратам на ИКТ. [Электронный ресурс] URL: <https://clck.ru/PYWs5>. (дата обращения 08.05.2020г)
4. Цифровая грамотность россиян. Цифры и тренды. [Электронный ресурс] URL: http://www.zircon.ru/upload/iblock/a63/Index_cifrivii_gramotnosti_2019_rocit.pdf. (дата обращения 08.05.2020г)
5. Индекс Цифровая Россия. [Электронный ресурс] URL: https://finance.skolkovo.ru/downloads/documents/FinChair/Research_Reports/SKOLKOVO_Digital_Russia_Report_Full_2019-04_ru.pdf. (дата обращения 08.05.2020г)

The impact of digital transformation on the economy



УДК 004.89: 314.145

DOI 10.24411/2413-046X-2020-10518

The study was supported by the grant from the President of the Russian Federation for state support for research by young Russian scientists – Candidates of Sciences (project MK-698.2019.6)

Plotnikov Andrei Viktorovich,

CSc, Management and Marketing Department, Humanitarian Faculty, Perm National Research Polytechnic University. 29 Komsomolsky Av., Perm, Russia, 614990

Kursat Demiryurek,

Prof. Dr., Department of Agricultural Economics, Faculty of Agriculture, Ondokuz Mayıs University, 55200 Atakum-Samsun, Turkey

Hiroko Kawamorita,

Erasmus+ KA 2 and International Credit Mobility Coordinator, Ondokuz Mayıs University, 55200 Atakum-Samsun, Turkey

Mikhailova Sofya Dmitrievna,

Humanitarian Faculty, Perm National Research Polytechnic University. 29 Komsomolsky Av., Perm, Russia, 614990

Summary. The paper examines modern aspects of the digital transformation of society. The prerequisites of this phenomenon, its influence on the world's development, and the Russian economy are revealed. The methodological aspects of digital transformation and its impact on the industrial sector, the service sector, including the banking sector, are considered in this study. The necessary development paths for a leading position, creating a domestic integral model of economic transformation through the reorientation of exports, are noted. The need for state support for the digitalization of the economy is highlighted. The problems that arise during the widespread digital transformation for the economic system and society are considered separately.

Keywords: digital transformation, digital economy, Industry 4.0, informational economy.

Introduction

The ubiquitous penetration of digital transformation today is characteristic of all regions of the world. However, each state is at different stages of development of the digital economy. The Russian economy has embarked on universal digitalization with some lag. Therefore, it is significantly inferior to the leaders. The digital transformation of industrial enterprises, the service sector, including the banking sector, makes it possible to increase the efficiency and productivity, is the basis for further changes and improvements in existing business processes. The digital transformation of the Russian economy, among other things, could become a breakthrough in the reorientation of exports. Today, the bulk of Russia's income comprises the export of mined resources and ferrous metallurgy. It is possible to diversify and increase export revenues through the export of services, the most developing industry of which is digital technologies. As a result of the work, it was concluded that the digital transformation of the world economy in general and the Russian economy, in particular, is the primary source of sustainable and long-term economic growth.

The current development stage of the world community is characterized by the accelerated development and introduction of digital technologies. The widespread penetration of the Internet, mobile devices, the active transition of buyers from the offline to the online environment, is modifying existing business models, contributing to the acceleration of economic growth and the improvement of methods for managing financial flows. Today digitalization is viewed as a strategic task, which should ultimately become a qualitative breakthrough in the development of innovations, public relations, and an impetus for the economy's real sector.

The digital revolution has covered almost all industries and society fields over the past decade, has been called digital transformation. Digital technologies are transforming the ways of social interaction: in addition to the real world, a virtual one has also arisen, actively competing for the time that a person spends. Cardinal changes are taking place in politics, education, everyday life, and culture. Citizens can use the services of prompt access to various government services that offer solutions to social problems and issues. [1]

Research methods

The work used an empirical research method — comparative analysis. The author compares the development of the Russian digital economy with competitors and identifies the main advantages and disadvantages of the digital transformation of the economy, both in the industrial sector and in the service sector, including the banking sector. In addition to analyzing the current state, development prospects were studied in each direction, which requires special attention, both at the state level and at the regional level. The modeling method used made it possible to visualize the objects under study and their components. For clarity of the ongoing processes, the

authors have drawn up several digital transformation schemes for each of the objects of influence: business, government, and society. A diagram of the digital transformation of an industrial enterprise has been drawn up by using the tools of Industry 4.0 and a model for the change of the education system, as the fundamental digital transformation of the state and society.

Research results

The Internet also has a significant impact on the economy on changing approaches to business activities. Almost all industries are subject to digitalization to one degree or another. First of all, the most significant changes are observed in trade, retail, and financial services, but the manufacturing sector actively uses modern technologies to reduce costs and increase productivity. Digitalization contributes to integrating both large and small regional companies into the global economy, intensifies competition in the market, and promotes the emergence and active implementation of innovations and technologies. [2] The benefits of digitalization for the population, business, and the state can be represented in Fig. 1.

The ubiquitous penetration of digital transformation today is characteristic of all regions of the world. However, each of the countries is at different stages of developing the digital economy, which is due to several factors. First, it is the availability of a broadband Internet connection. Internet access is often not cheap in developing countries and does not imply speed when working with online services. The second important factor is the digital skills of the population and the level of use of Internet services. This factor mainly follows from the previous one, because learning to work with digital services, online stores, and the possibilities of media content is possible only with a stable connection. The next parameter is the level of integration of information technology (IT) innovations in the business environment. As noted above, the use of digital technology can improve efficiency. The digitization of business and e-commerce is measured. When determining the development of the digital economy, close attention is paid to the possibilities of digital public services. [3]

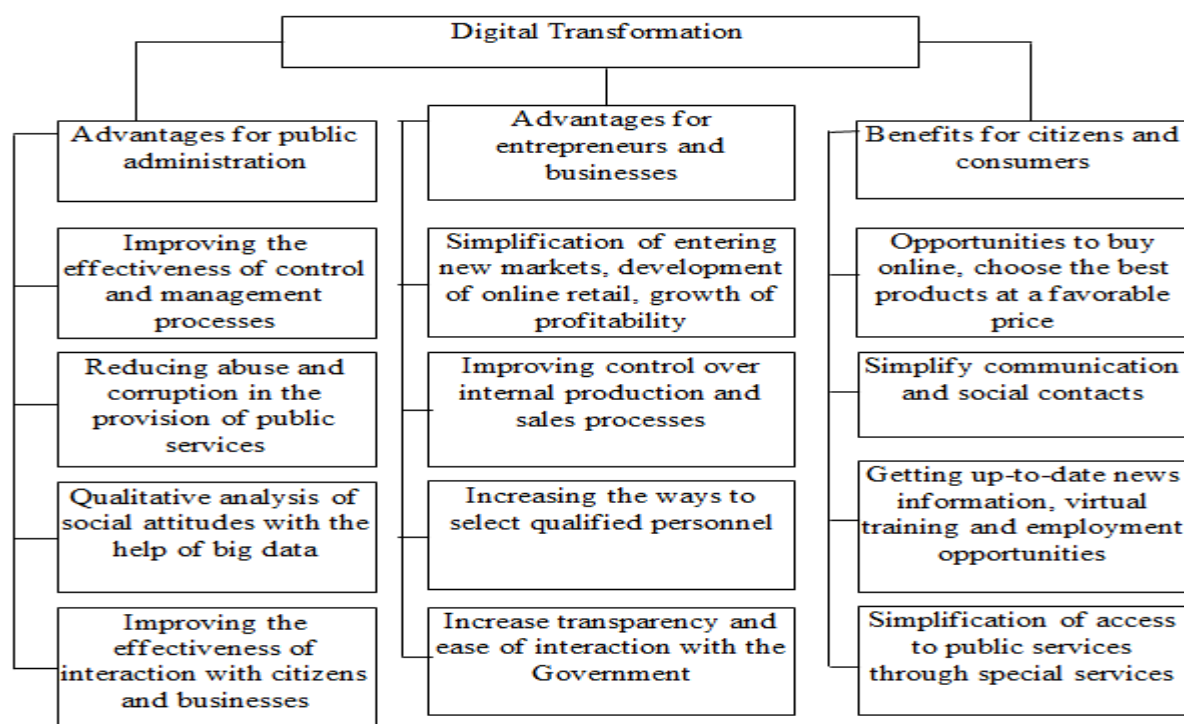


Figure 1. Impact of digital transformation

The Russian economy has embarked on the path of universal digitalization with some lag, therefore, despite the ongoing work of state and private companies in providing access to the Internet for most of the Russian population, in other parameters, Russia is significantly inferior to the leaders. Thus, the most significant lag is observed in companies' share with their website (43% of Russian companies versus 77% of companies in the European Union (EU) countries). Also, companies using CRM systems in their activities (10% of Russian companies versus 33% of companies in EU). [4]

Striving to reap the full benefits of digital transformation, many companies face the challenge of digital transformation. To achieve this requires creating a formulated strategy that would connect all the gaps between the objects of transformation, including technological processes, information used, personnel, and various departments. [5]

In this regard, most large companies, including the banking sector, seek to revise their management models to ensure long-term efficient operation of the enterprise. Experts offer various ways of forming these models, the most common of which is the appointment of responsible persons by the company's management, who would create a specialized tool for enterprise transformation. [6] In the current environment, such a tool is a digital platform of a particular enterprise, developed taking into account all the business features, which would digitize production, sales, and customer service. The platform is intended not only for customers and internal use but also for other interested parties: shareholders, counterparties, partners. [7] It is precisely the increase in the efficiency of interaction of all these parties that is the most

important goal of digital platforms' functioning. Efficiency is achieved through mutually beneficial innovative development, shaping the future's economy and continuous technological renewal. [8] Digitalization has an impact on all components of the economic order. Thus, the digital transformation in industrial production was called «Industry 4.0» and includes a wide range of trends: robotization of production, «Internet of Things,» cloud computing, big data, cybersecurity, etc. These innovations are revolutionizing established business models. [9] This process is of particular importance in developing countries, whose economies are characterized by a lack of investment in digital technologies, imperfect legal and regulatory framework, and an underdeveloped business environment. It is industrial companies that are the foundation of the Russian economy at the current stage of development. [10] The digital transformation model can be represented as the following diagram (Fig. 2)

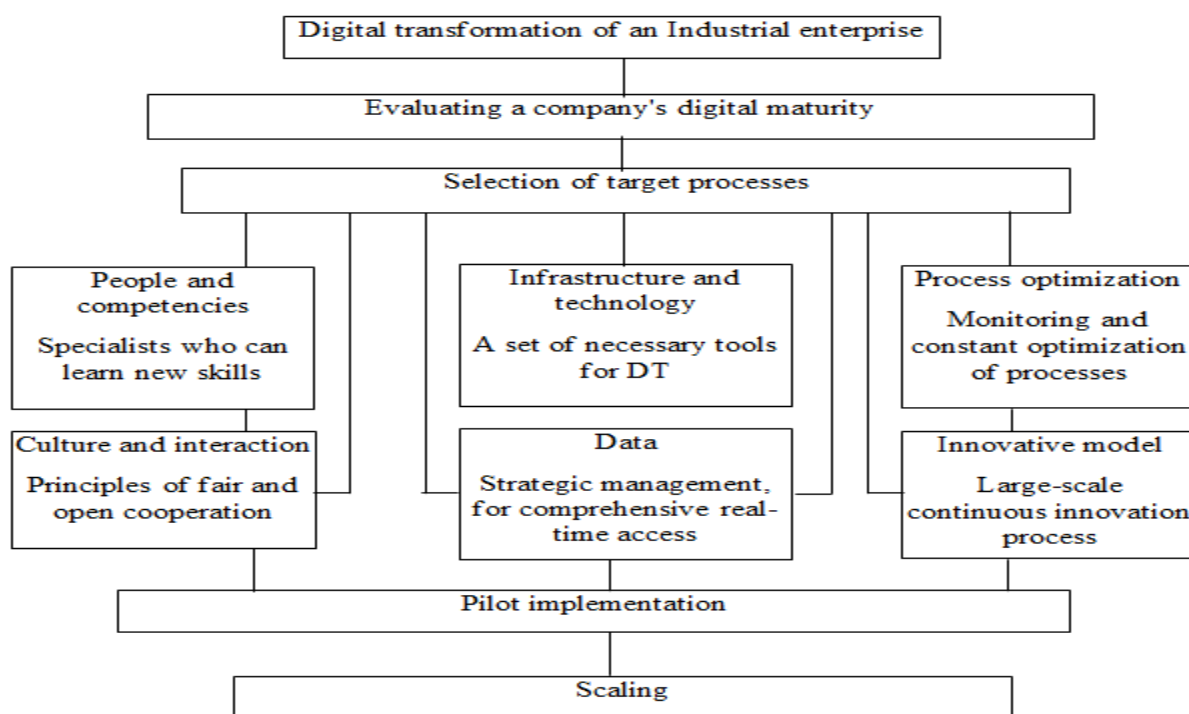


Figure. 2 Stages of digital transformation

A significant effect from the introduction of Industry 4.0 tools can be expected in production operations management. For example, in capital-intensive industries, in the extraction of gas, oil, in heavy metallurgy, new technologies will not entail a radical transformation of the business model. Still, they will only provide unique opportunities to improve the efficiency of the enterprise. [11]

For labor-intensive industries, the potential for digital transformation lies in improving the efficiency of the manufacturing process through the Internet of Things, in-depth analytics of large amounts of data, and maximum automation and robotization. According to experts, the

most significant effect can be obtained in the manufacturing industry due to the high labor intensity of the industry and the technological lag of Russia from the leading countries in this segment. Manufacturing industries can benefit from digital transformation at all stages of added value, from the development and launch of new products to the market, synchronizing the supply of raw materials and production, and quality control and service. [12]

Thus, the digital transformation of industrial enterprises makes it possible to increase the efficiency and productivity of labor and is the basis for further changes and improvements in existing business processes. It is important to note that the need to develop the infrastructure of traditional production systems, renew capital assets, create high-tech industries, despite the transition to a new digital reality, remains. The introduction of the elements of «Industry 4.0» today makes it possible to increase the efficiency of industrial enterprises' existing assets by an average of 20% by reducing the cost of raw materials, improving product quality, and accelerating the technological renewal of production lines. [13]

For the Russian economy to achieve leadership on the digital paradigm path, a holistic transformation model must be formed at the state level. The technologies of specific enterprises, associations, the Eurasian Economic Union (EAEU) countries and the processes occurring between the subjects must work together to satisfy customers and the market. Only this approach will maximize enterprises' profitability, provide a high level of customer service, and build productive relationships between partners. [14] The digital transformation process has been officially enshrined in the Russian Federation since 2017 when the government approved the state program «Digital Economic of the Russian Federation.» The document sets out the state's main tasks and interests in the formation of the national digital economy. The central structural unit of digital transformation should be regional economic complexes, the development of Information and communications technology (ICT) in which significantly differ from region to region. [15] Also, many sectors of the economy, such as agriculture, cannot ensure the modernization and digitalization of activities on their own. Integrated formations and a wide range of government support for companies and sectors intending to embark on the path of digital transformation, should play a significant role in achieving these goals. [16]

The digital transformation of the Russian economy, among other things, could become a breakthrough in the reorientation of exports. Today, the bulk of Russia's income comes from mineral resources and ferrous metallurgy. It is possible to diversify and increase export revenues through the export of services, the most developing industry of which is digital technologies. [17] As noted above, in the Russian realities, the development of advanced technologies is associated with government support, especially for small and medium-sized businesses. Large

companies only need growth; for example, the banking sector has sufficient funds for innovative development in the domestic economy. They can become a direct source of digital transformation or a source of funding for this process. [18]

Digital transformation has a significant impact on the improvement of business models in the banking sector: there is a transformation of traditional monetary transactions, Internet banking is actively used. Today, only timely innovative development is an opportunity for the sustainable functioning of commercial banks. The coming decades will see an acceleration in the digital evolution of the sector. Those structures that will most effectively manage these processes will gain an advantage in the competition. [19] The primary task of the digital transformation of banks is to understand better customer needs, based on which a pricing strategy for the population and organizations is formed, developed, considering the characteristics of a particular bank. [20]

Other sectors are also being digitized. According to researchers, the digitalization of the legal system is already underway, based on the use of mathematical methods and other technologies to optimize legal relations. [21] Similar processes apply to logistics systems using artificial intelligence, cognitive computing, blockchain, crowdsourcing, and other modern technologies. [22]

The transition to a digital society, in which the digital economy and education are the basis for development, demand the change from a traditional education system to a digital one. Educational organizations should build a personalized educational process saturated with digital technologies. This approach allows practitioners to move from developing competencies to skills in specific human abilities, for example, the ability to expertise. It is the formation of new educational results in students that will help overcome the lag in skills to solve complex problems in an environment rich in ICT. [23] The macro model of digital transformation in the education system is presented in a block diagram (Fig. 3).

The transition of educational institutions to work according to the new model is characterized by the emergence and constant use of the following components:

- personal virtual profile of the student;
- personal curriculum;
- flexible learning environment
- competence-based approach.

The need for timely inclusion in the technological revolution, the implementation of the necessary structural maneuvers in the economic and social spheres, poses an essential task for the state and society: the transition to a digital paradigm of education. [24]

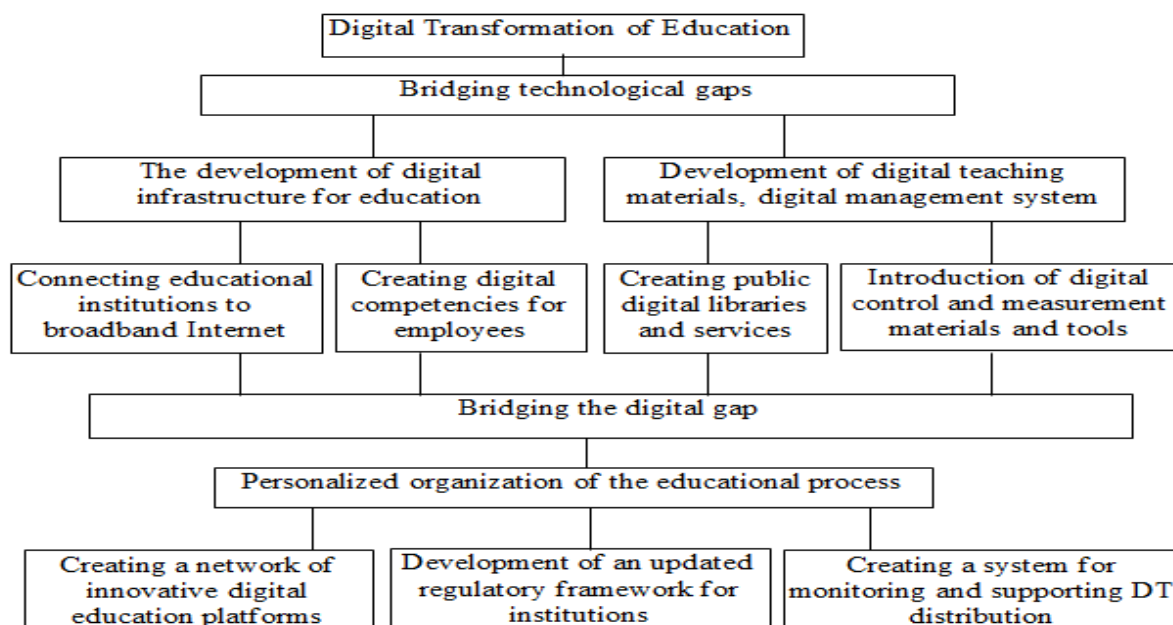


Figure. 3 Model of digital transformation of education

Domestic companies are facing many challenges throughout the process of digital transformation. Even large corporations and commercial banks possessing the necessary financial capabilities are forced to slow down further development for several reasons:

- the lack of a regulatory framework for the digital economy, the essential institutional environment, and a developed financial market;
- lack of qualified personnel, the need for retraining to improve workers’ professionalism in the ICT field;
- the high cost of ensuring information security and the lack of uniform standards for assessing data storage and processing reliability. [25]

After solving all the listed problems and the final transition to a digital society, a new task will arise for the state and the economy. Scientific and technological progress and the rapid development of modern technologies will resume society’s democratic development, overcoming post-socialist contradictions. [26] We are talking about the transition to a post-capitalist future. Due to the development of modern technologies, automation, robotization, reduction of working hours, citizens will be able to receive an unconditional basic income. Such initiatives and tentative ideas have already been successfully tested in several European countries. In the future, digital transformation will be able to solve the main problem of capitalism: the contradiction between social labor over the production of goods and the capitalist form of appropriation of added value.

Conclusion

Thus, the digital transformation of the world economy in general and the Russian economy, in particular, is already today the primary source of sustainable and long-term economic growth. The potential effect of a successful transformation on Russia's GDP by 2025 is estimated at 4-9 trillion. Rubles, which is 20-35% of the total GDP growth. In addition to increasing labor productivity and efficiency of production processes, digitalization contributes to improving citizens' quality of life. The effects of digital transformation will be new social lifts and employment opportunities, an increase in the purchasing power of the population, convenient digital services, comfortable living conditions in cities, and social and economic security.

It is necessary to ensure joint efforts of the state and private companies to achieve the government's goals for the transition to the digital economy. First of all, it is essential to ensure a sufficient volume of qualified personnel for new professions that will appear as automated production. Acceleration of innovative development requires from the state the same active and flexible regulatory policy. The state should also stimulate the population to more actively join the digital transformation process, ensuring the availability of infrastructure and increasing the digital literacy of citizens.

Список литературы

1. Киселева Л.С., Семёнова А.А. Цифровая трансформация общества: тенденции и перспективы // Проблемы деятельности ученого и научных коллективов. – 2018. – №4 (34). – С. 157-169.
2. Стародубцева Е.Б., Маркова О.М. Цифровая трансформация мировой экономики // Вестник АГТУ. Серия: Экономика. – – №2. – С. 7-15.
3. Кошевенко С.В. Цифровая трансформация мировой экономики // Экономический журнал. – 2018. – №3 (51). – С. 77-91.
4. Семернина С.А., Сомина И.В. Цифровая трансформация бизнеса: зарубежный опыт // Вестник Самарского университета. Экономика и управление. – 2018. – №2. – С. 25-31
5. Стеблюк И. Ю. Бизнес-процессы в условиях цифровой трансформации // Экономика и бизнес: теория и практика. – 2019. – №3-2. – С. 113-116. doi:10.24411/2411-0450-2019-10449
6. Полянин А.В., Головина Т.А., Вертакова Ю.В. Цифровая трансформация деятельности предпринимательских структур // Научные ведомости Белгородского государственного университета. Серия: Экономика. Информатика. – 2018. – №4. – С. 636-645.

7. Жилина И.Ю. Цифровая экономика и трансформация предприятий // Социальные и гуманитарные науки: Отечественная и зарубежная литература. Серия. 2, Экономика: Реферативный журнал. – 2018. – №4. – С. 147-152.
8. Кудбиев Шерзод Методологические аспекты цифровой трансформации // International scientific review. – 2020. – №LXVII. – С. 29-36.
9. Алтухова Н.Ф. Условия реализации цифровой трансформации в организации // Экономика. Налоги. Право. – 2018. – №2. – С. 70-74.
10. Авдеева Е. С., Еризко В. В. Цифровая трансформация в экономике // Россия: тенденции и перспективы развития. – 2018. – №13-1. – С. 232-238.
11. Петров Д.С. Стадии цифровой трансформации предприятия // International Scientific Review. – 2020. – №LXVI. – С. 39-40.
12. Позмогов А. И. Цифровая трансформация промышленного комплекса России // Вопросы управления. – 2019. – №3 (39). – С. 149-154.
13. Куприяновский В.П., Синягов С.А., Намиот Д.Е., Уткин Н.А., Николаев Д.Е., Добрынин А.П. Трансформация промышленности в цифровой экономике — проектирование и производство // International Journal of Open Information Technologies. – 2017. – №1. – С. 50-70
14. Куприяновский В.П., Добрынин А.П., Синягов С.А., Намиот Д.Е. Целостная модель трансформации в цифровой экономике — как стать цифровыми лидерами // International Journal of Open Information Technologies. – 2017. – №1. – С. 26-33.
15. Тимиргалеева Р.Р., Гришин И.Ю. Цифровая трансформация регионального хозяйственного комплекса // Концепт. – 2018. – №12. – С. 21. doi:10.24411/2304-120X-2018-14064
16. Пукач А.М. Цифровая трансформация в молочнопродуктовом подкомплексе АПК // Вестник ОрелГАУ. – 2019. – №4 (79). – С. 153-157.
17. Копылов Д.А. Цифровая трансформация России: переориентация экспорта // ЭТАП. – 2019. – №3. – С. 108-118. doi:10.24411/2071-6435-2019-00029
18. Панфилова Е.Е. Цифровая трансформация бизнеса: тренды и модели // Московский экономический журнал. – 2019. – №11. – С. 312-319. doi:10.24411/2413-046X-2019-10127
19. Алексеева Д.А. Цифровая трансформация банковской системы // Известия СПбГЭУ. – 2019. – №5-1 (119). – С. 159-162.
20. Кощев В.А., Цветков Ю.А. Цифровая трансформация банковского сектора // Теория и практика сервиса: экономика, социальная сфера, технологии. – 2018. – №4 (38). – С. 40-44.

21. Карцхия А.А. Цифровая трансформация права // Мониторинг правоприменения. – 2019. – №1 (30). – С. 25-29.
22. Рахматуллина В.Р., Горшенин В.Ф. Цифровая трансформация закупочной логистики // Общество, экономика, управление. – 2018. – №4. – С. 40-45.
23. Уваров А.Ю. Модель цифровой школы и цифровая трансформация образования // Исследователь/Researcher. – 2019. – №1-2 (25-26). – С. 22-37.
24. Гарифуллин Б.М., Зябриков В.В. Цифровая трансформация бизнеса: модели и алгоритмы // Креативная экономика. – 2018. – №9. – С. 1345-1358.
25. Савельева Л.А. Проблемы цифровой трансформации корпораций // Интерэкспо Гео-Сибирь. – 2019. – №5. – С. 189-193.
26. Тедеев А.А. Право, цифровая трансформация, цифровой посткапитализм (постановка проблемы) // Вестник Университета имени О.Е. Кутафина. – 2019. – №12 (64). – С. 67-73.

Проблемы консолидированного долга Тверской области
Problems of consolidated debt of the Tver region



DOI 10.24411/2413-046X-2020-10521

Кузнеченко Илья Михайлович,

*Высшей школы государственного аудита, МГУ им. М. В. Ломоносова, Email:
ilya.kuznechenko@yandex.ru*

Ефимова Нина Павловна,

доктор экономических наук, профессор, МГУ им. М. В. Ломоносова

Kuznechenko Ilya Mikhailovich

Efimova Nina Pavlovna

Аннотация. В статье рассмотрена государственная долговая политика субъектов РФ. Проблемы государственного долга субъектов РФ, подходы к целесообразности долгового финансирования расходов бюджета. Определяются основные задачи долговой политики региона.

Summary. The article deals with the state debt policy of the Russian Federation subjects. Problems of public debt of the Russian Federation subjects, approaches to the feasibility of debt financing of budget expenditures. The main objectives of the region's debt policy are defined.

Ключевые слова: государственный долг, реструктуризация, бюджетные кредиты, структура государственного долга.

Keywords: public debt, restructuring, budget loans, public debt structure.

Стратегия государственных займов и управление суверенным долгом являются важной частью государственной финансовой политики для большинства стран и регионов. От его эффективности напрямую зависит состояние государственных финансов, денежного обращения, инвестиционного климата, международного рейтинга государства, структуры потребления и международного сотрудничества.

Эффективное управление государственным долгом основывается на постановке четких целей управления государственными гарантиями, соотнесении рисков и стоимости

государственных заимствований, управлении и мониторинге рисков, связанных с объемом, структурой и графиком платежей по накопленному долгу, а также создании условий для обеспечения постоянного доступа субъекта к рынку долгового капитала.

Проблема государственного долга субъектов Российской Федерации (далее-субъекты Российской Федерации) достаточно актуальна сегодня в связи с накопленным в субъектах Российской Федерации в течение длительного времени дефицитом бюджета, который покрывается различными методами. Этот факт ставит перед государственными органами задачу комплексного изучения вопроса регулирования государственного долга, а также изучения практических путей сокращения его размеров и оптимизации структуры, что позволило бы обеспечить необходимый уровень корреляции между надежностью существующей долговой системы и уровнем затрат на обслуживание этих долгов. Это всего лишь свидетельство актуальности.

Государственная долговая политика, являющаяся неотъемлемой частью бюджетной политики, влияет на макроэкономическую стабильность и социально-экономическое развитие государственно-правового образования. На региональном уровне в последние годы она была реализована многими субъектами Российской Федерации недостаточно эффективно, что создало проблемы как для самого региона, так и для федерального бюджета, предоставившего дополнительные бюджетные кредиты. Состояние государственного долга субъектов Российской Федерации в последние годы характеризуется:

- рост общего долга;
- увеличение расходов на обслуживание долговых обязательств в результате увеличения суммы совокупного регионального долга;
- неоптимальная структура долга по видам долговых инструментов.

Проблемы, связанные с регулированием государственного долга и выбором правильной долговой политики, всегда достаточно актуальны. Интерес к этой теме обусловлен тем, что проблема государственного долга является ключом к стабилизации в стране.

Консолидированный долг субъекта РФ не является объектом системы управления долгом, но служит важным аналитическим инструментом, используемым в процессе управления обязательствами. Консолидированный долг субъекта РФ характеризуется объемом и структурой.

Например, на этапе макроэкономического анализа консолидированный долг субъекта РФ дает информацию о степени устойчивости государственного сектора экономики

субъекта РФ.^[1] Кроме того, он позволяет анализировать такие вопросы, как степень отвлечения инвестиционных ресурсов в регионе от частного сектора в государственный сектор. Еще одним примером использования данного показателя является оценка чувствительности финансовых рынков региона к рискам, связанным с политикой региональной администрации, которая не может быть получена без точного представления суммы консолидированного долга.



Источник: Министерство финансов Тверской области

Рисунок 1. Государственный долг Тверской области 2016-2020 гг.

По состоянию на 1 марта 2019 года Тверская область занимает 2-е место в России по этому показателю, причем наиболее значительное сокращение государственного долга приходится на три региона.

Лидерами по динамике стали Чувашская Республика (-42,6%), Тверская область (-42,3%) и Ставропольский край (-30,2%). В девяти других регионах госдолг снизился на 10-27%. В 2018 году госдолг Тверской области сократился на 500 млн рублей, а долговая нагрузка составила 56% от доходов областного бюджета.^[2] Государственный долг Тверской области в 2019 году сократился на 1,4 млрд рублей и по состоянию на 1 января 2020 года составил 23,2 млрд рублей. Расходы на обслуживание госдолга сократились в 3 раза: с 118,7 млн рублей в 2018 году до 39,6 млн рублей.

Это означает, что бюджет и регион экономически и финансово устойчивы, могут реализовывать крупные проекты. Это достижение, которое было достигнуто благодаря работе правительства, глав районов и налогоплательщиков, которые несут ответственность за территорию.

Основные направления государственной долговой политики Тверской области на 2020 год и на плановый период 2021 и 2022 годов (далее — долговая политика) сформированы на основе приоритетов, определенных:

- перечнем поручений Президента Российской Федерации по результатам проверки исполнения решений Президента Российской Федерации по вопросам эффективности принятия мер по сокращению дефицитов региональных бюджетов и уровня долговой нагрузки на бюджеты субъектов Российской Федерации от 4 января 2017 года № Пр-32;
- постановлением Правительства Российской Федерации от 26 декабря 2016 года № 1482 «Об утверждении Правил предоставления (использования, возврата) из федерального бюджета бюджетам субъектов Российской Федерации бюджетных кредитов на 2017 год»;
- постановлением Правительства Российской Федерации от 13 декабря 2017 года № 1531 «О проведении в 2017 году реструктуризации обязательств (задолженности) субъектов Российской Федерации перед Российской Федерацией по бюджетным кредитам»; —
- постановлением Правительства Российской Федерации от 30 декабря 2017 года № 1701 «О соглашениях, которые предусматривают меры по социально-экономическому развитию и оздоровлению государственных финансов субъектов Российской Федерации»;
- постановлением Правительства Российской Федерации от 30 декабря 2018 года № 1762 «О соглашениях, которые предусматривают меры по социально-экономическому развитию и оздоровлению государственных финансов субъектов Российской Федерации».

На основании прогноза Министерства финансов Тверской области в 2020 году долговая нагрузка снизится до 45%, а в 2021 году – до 40 % от собственных доходов областного бюджета.

На заседании регионального Правительства 16.10.2019г., утверждены основные направления долговой политики Тверской области на ближайшие три года. По мнению главы региона, работа по снижению государственного долга Тверской области движется в позитивном направлении, что даёт возможности для участия Верхневолжья в национальных проектах.

Давайте проанализируем, какие рекомендации дает Контрольно-счетная палата администрации города Твери. В частности, специалисты КСП отмечают, что у областного центра «есть резервы для увеличения доходной части бюджета». Что, например?

Увеличение ставки земельного налога на имущество физических лиц, единого налога на вмененный доход и др. Понятно, что это не единственная рекомендация, но посыл здесь вполне понятен – чиновники будут решать проблемы муниципального долга города Твери за счет населения. Примечательно, что отчет о результатах контрольного мероприятия был направлен председателем УПК Тверской области Т. В. Ипатовой в самом конце 2018 года, после того как депутаты-«Единая Россия» Тверской городской Думы повысили ставки всех вышеперечисленных местных налогов.

На современном этапе представлены различные подходы к решению проблемы чрезмерного роста задолженности и долговой нагрузки субъектов Российской Федерации и муниципальных образований. Таким образом, наиболее распространенным направлением (в рамках официальной политики) является замещение рыночной (коммерческой) задолженности бюджетными кредитами. Однако этот вариант встретил много критических замечаний. В частности, ученые и эксперты отмечают, что это лишь краткосрочная мера, позволяющая «отсрочить долговой кризис регионов».

Как известно, с 1 января 2018 года была проведена реструктуризация накопленных регионами бюджетных кредитов. Президент РФ оценивает эту программу (сроком от 7 до 12 лет) как «максимально льготную», которая позволяет высвободить средства на развитие региональной экономики, улучшение региональных финансов, поддержку граждан и т.д.

Следующим направлением является бюджетно-кредитная амнистия для регионов. Тем не менее, по мнению специалистов и практиков, при таком подходе регионы могут отказаться и от погашения задолженности по коммерческим кредитам.^[3] Кроме того, данная мера не способствует эффективной структурной и бюджетной политике, стимулированию «самоподдерживающегося роста» региональной и муниципальной экономики, укреплению финансово-экономической самостоятельности регионов.

Основными направлениями эффективной государственной долговой политики на региональном уровне в перспективе могут стать:

- политика в области государственных заимствований, заключающаяся в обосновании размеров и видов долговых инструментов;
 - установлении их влияния на показатели долговой устойчивости;
 - оценке возможных рисков и их влияния на макроэкономическую стабильность региона.
- При этом целесообразно учитывать, что для поддержания ликвидности привлекаются краткосрочные средства (бюджетные кредиты, предоставляемые Федеральным казначейством).

В качестве решения можно также рассмотреть перераспределение части налогов, поступающих в федеральный бюджет, в пользу регионов (например, подоходный налог, НДФЛ, налог на добавленную стоимость). Однако правительство не является сторонником этой меры, и это событие вряд ли положительно скажется на способности эффективно управлять, например, бюджетными потоками и т. д. (то есть это не влечет за собой качественных изменений в бюджетной и долговой политике регионов в лучшую сторону).

Ряд экспертов предлагают пути решения проблемы, преодоления «плохой стабильности» в ситуации с региональным и муниципальным долгом, такие как увеличение финансовой помощи в виде дотаций на частичное покрытие дефицита бюджета; скорейшие меры по завершению инвентаризации существующих полномочий регионов и реальной оценке финансовых ресурсов. По мнению доктора экономических наук, профессора Н.В. Зубаревича, в целях стимулирования более ответственного поведения самих регионов по отношению к налогам, долгам, развитию региональной экономики и др. необходимо «изменить подходы к грантам и субсидиям». Это позволит избежать «регионального лоббирования в коридорах федеральных ведомств» со стороны местных властей.

Проведение эффективной региональной долговой политики как составной части бюджетной политики позволит привлечь дополнительные финансовые ресурсы на кредитной основе в необходимом объеме без увеличения стоимости обслуживания и ухудшения структуры долговых обязательств по срокам и видам, обеспечить финансовую стабильность и макроэкономическую стабильность публично-правового образования.

В сложных условиях нам удалось сохранить тенденцию удержания долговой нагрузки регионов. По состоянию на 1 июля государственный долг субъектов Российской Федерации составляет 2,138 трлн рублей, что соответствует уровню на начало года.

Начиная со второго квартала 2020 года, на фоне ограничений, связанных с пандемией COVID-19, Министерство финансов ведет мониторинг сбалансированности региональных бюджетов. По мере необходимости регионам оказывается дополнительная финансовая поддержка. Кроме того, Минфин подготовил и реализует предложения по улучшению сбалансированности региональных бюджетов.

Регионам и муниципальным образованиям Российской Федерации предоставлена гибкость в части перераспределения бюджетных ассигнований на финансовое обеспечение мероприятий, связанных с профилактикой и ликвидацией последствий

распространения коронавирусной инфекции, осуществлена дополнительная реструктуризация бюджетных кредитов.

Таким образом, необходимо понимать, что важнейшей задачей в настоящее время является стимулирование регионов к проведению ответственной долговой политики, эффективному экономическому и финансовому управлению. Именно поэтому такие меры, как простое списание долга, неэффективны. Во-первых, можно злоупотреблять предоставляемой помощью, повышать неэффективность управления средствами (в частности, их «проедание»). Во-вторых, это может спровоцировать дальнейший рост долга, так как регионы вновь займут, изначально предполагая его списание, оставаясь «безответственными» в плане увеличения дефицита бюджета, нерационального использования региональных активов и т.д.

Список литературы

1. Асеева О.Ю., Герасимова К.С., Чернышова Н.С. Государственный долг и его роль на современном этапе. В сборнике: Структурные преобразования экономики территорий: в поиске социального и экономического равновесия Сборник научных статей Международной научно-практической конференции. В 2-х томах. 2018. С. 27-31., с. 27.
2. Береза А.Е. Основы управления государственным (муниципальным) долгом. Аллея науки. 2018. Т. 2. № 1 (17). С. 710-713., с. 711.
3. Боканов А. А. Повышение релевантности информации об эффективности использования финансовых ресурсов в сфере обеспечения обороноспособности страны на основе методологии объектно-ориентированного подхода // Вестник Московского университета. Серия 26. Государственный аудит. — 2014. — № 2. — С. 8–14.
4. Калитвенцев Д.А. Государственный долг и методы управления им. Аллея науки. 2018. Т. 2. № 5 (21). С. 271-274., с. 273.
5. Копылова А.Г., Деникаева Р.Н. Проблемы и перспективы развития управления государственным долгом РФ. В сборнике: Финансовые инструменты регулирования социально-экономического развития регионов. Сборник материалов II Всероссийской научно-практической конференции. 2017. С. 196-199., с. 197.
6. Кузнеченко И.М. Проблемы контроля консолидированного долга субъекта федерации (на примере Тверской области). // Развитие государственного и муниципального финансового контроля в условиях цифровой экономики: сборник статей по итогам работы всероссийской научно-практической конференций для студентов и молодых ученых – М.: Высшая школа государственного аудита МГУ. – с.120

7. Ольшанская Н.В. Проблемы управления государственным долгом Российской Федерации. В сборнике: Инновационные технологии в современных научных исследованиях: экономические, социальные, философские, политические, правовые, общенаучные тенденции 2017. С. 45-47.
 8. Макейкина С.М., Кудряшова М.Ю. Управление государственным долгом: существующие проблемы и пути их решения. Вектор экономики. 2017. № 8 (14). С. 17.
 9. Палешкина В.С. Пути совершенствования системы управления государственным долгом. В сборнике: Роль бухгалтерского учета и налогообложения в финансовом развитии бизнеса. Сборник научных трудов по материалам Международной научно-практической конференции. Под общей редакцией О.Н. Васильевой. 2017. С. 214-217., с. 215.
 10. Рябичева О.И. Управление государственным долгом в России. В сборнике: Финансовые инструменты регулирования социально-экономического развития регионов. Сборник материалов II Всероссийской научно-практической конференции. 2017. С. 333-337., с. 332.
 11. Рябченко А.А., Карпова Е.И. Проблемы и пути управления государственным долгом Российской Федерации. В сборнике: Донецкие чтения 2017: Русский мир как цивилизационная основа научно-образовательного и культурного развития Донбасса. Материалы Международной научной конференции студентов и молодых ученых. Посвящена 80-летию ДонНУ. под общей редакцией С.В. Беспаловой. 2017. С. 31-32., с. 32.
 12. Тихомирова Е.С. Контроль за аудиторскими организациями. URL: <https://elibrary.ru/item.asp?id=35129316>
- [1] Боканов А. А. Повышение релевантности информации об эффективности использования финансовых ресурсов в сфере обеспечения обороноспособности страны на основе методологии объектно-ориентированного подхода // Вестник Московского университета. Серия 26. Государственный аудит. — 2014. — № 2. — С. 8–14.
- [2] Кузнеченко И.М. Проблемы контроля консолидированного долга субъекта федерации (на примере Тверской области). // Развитие государственного и муниципального финансового контроля в условиях цифровой экономики: сборник статей по итогам работы всероссийской научно-практической конференций для студентов и молодых ученых – М.: Высшая школа государственного аудита МГУ. – с.22
- [3] Тихомирова Е.С. Контроль за аудиторскими организациями. URL: <https://elibrary.ru/item.asp?id=35129316>

**Оценка импортозависимости и эффективности политики импортозамещения в
отечественном машиностроении**

**Assessment of import dependence and efficiency of the import substitution policy in
domestic engineering**



УДК 338.45

DOI 10.24411/2413-046X-2020-10525

Тихонова Светлана Владимировна,

*старший преподаватель кафедры «Управление высокотехнологичными предприятиями»
ФГБОУ ВО «Московский авиационный институт (национальный исследовательский
университет)», e-mail: svetworld19@gmail.com*

Tikhonova Svetlana V.,

*senior Lecturer of Department «High-Tech Enterprise Management», Moscow Aviation Institute
(National Research University)*

Аннотация. Машиностроительная отрасль российской промышленности играет важнейшую роль в инновационном развитии нашего государства. Она является наиболее капиталоемкой, включает в себя большое количество научно-производственных объединений, на которых работают самые квалифицированные специалисты. На машиностроение приходится почти 14 % объёма выпуска российского ВВП, а объём выпуска готовой продукции составляет более 8 трлн. руб. Основными отраслями машиностроения считаются: авиационная и ракетно-космическая промышленность, автомобилестроение, железнодорожное машиностроение, судостроение, оборонная промышленность, энергетическое машиностроение, сельскохозяйственное машиностроение, двигателестроение. Исключительная важность машиностроения заключается в том, что оно обеспечивает любое производство машинами и оборудованием, а все население – различными предметами потребления. К сожалению, сложилась невозможная ситуация глобальной импортозависимости большинства отечественных предприятий от иностранных станков, инструментов и комплектующих. Решить эту проблему и перейти, преимущественно, на собственное производство

призвана Правительственная Программа импортозамещения. Ее реализация позволит повысить степень инновационной оснащенности промышленных производств и обеспечит лидирующую позицию для Российской Федерации на мировом рынке машиностроения.

Summary. The machine-building branch of the Russian industry plays a vital role in the innovative development of our state. It is the most capital-intensive and includes a large number of research and production associations employing the most qualified specialists. Mechanical engineering accounts for almost 14% of the output of Russian GDP, and the output of finished goods is more than 8 trillion. rub. The main branches of mechanical engineering are: aviation and rocket and space industry, automotive industry, railway engineering, shipbuilding, defense industry, power engineering, agricultural engineering, engine construction. The exceptional importance of mechanical engineering lies in the fact that it provides any production with machinery and equipment, and the entire population — with various consumer goods. Unfortunately, there is an impossible situation of global import dependence of the majority of domestic enterprises on foreign machines, tools and components. The Government Program of Import Substitution is designed to solve this problem and switch, mainly, to its own production. Its implementation will increase the degree of innovative equipment of industrial production and will provide a leading position for the Russian Federation in the global mechanical engineering market.

Ключевые слова: импортозависимость, импортозамещение, машиностроение, экономическая эффективность.

Keywords: import dependence, import substitution, mechanical engineering, economic efficiency.

Согласно исследованиям центра «РИА-Аналитика», на сегодняшний день можно выделить наиболее приоритетные отрасли в машиностроении:

- Танкостроение – удельный вес импорта свыше 90 %;
- Тяжелое машиностроение – доля импорта 60-80%;
- Станкостроение – доля импорта превышает 90%;
- Легкая промышленность – доля импорта 70-90%;
- Авиационная и ракетно-космическая промышленность.

Достичь высоких результатов благодаря импортозамещению в вышеперечисленных отраслях машиностроения можно при высоких производительных мощностях предприятий. Можно считать, что Концепция социально-экономического развития Российской Федерации на период до 2020 года рассматривает автомобилестроение, транспортное машиностроение и станкостроение как наиболее приоритетные направления

для внедрения политики импортозамещения и технологического обновления этих массовых секторов экономики.

По мнению Минпромторга России, если грамотно следовать реализации политике импортозамещения в нашей стране, к 2020 году можно достичь сокращения импорта в различных сферах с 90 % до 50 %. Применительно к некоторым отраслям машиностроения в России показатели вполне могут быть более высокими. Способствовать росту этих показателей должна реализованная программа импортозамещения в машиностроении, разработанная государством Российской Федерации на период 2014-2030 гг. Но текущие показатели объема производства машиностроительного комплекса России демонстрируют как незначительный прирост, так и отрицательную динамику темпов производства, что обосновывают необходимость оптимизации целей и механизмов существующей программы импортозамещения.

В 2016 году была зафиксирована первая положительная динамика в таких подотраслях машиностроения, как «производство бытовых приборов, не включенных в другие группировки» и «производство медицинских изделий, средств измерений, контроля, управления и испытаний; оптических приборов, фото- и кинооборудования; часов». Основной причиной зафиксированного роста стало развитие политики импортозамещения и реализация первого этапа программы импортозамещения в машиностроении.

При создании бюджета Российской Федерации для развития политики импортозамещения было выделено более 35 млрд. руб. в 2015-2017 гг. Минпромторг России сделал заявление о запуске программы импортозамещения, которая подразумевает привлечение дополнительных средств для реализации ряда административно-организационных мер налогового и тарифно-таможенного регулирования. Внимание нашего государства было акцентировано на фонде поддержки промышленности, куда до 2022 года будет направлено 18 млрд. руб. Согласно оценкам специалистов Минпромторг России, данные меры будут способствовать ежегодному наращиванию темпов производства российских товаров и оборудования в размере 30 млрд. руб.

Оптимизация программы импортозамещения должна обеспечить:

– внедрение инновационных технологий и модернизацию производства отечественного машиностроения, что приведет к снижению отставания показателей развития технологий от зарубежных организаций аналогичных отраслей;

- наращивание темпов отечественного производства, что ускорит процесс импортозамещения и удовлетворит спрос инвесторов и потребителей в промышленном сегменте;
- увеличение доли экспорта машиностроительной продукции;
- выход на мировой рынок машиностроения, за счет повышения уровня конкурентоспособности и устойчивого комплекса развития производства.

Оптимизация существующей программы импортозамещения в машиностроении будет способствовать перспективному развитию, которое включает в себя устойчивый комплекс развития промышленного производства, благодаря внедрению современных технологий. Необходимость оптимизации программы обусловлена современными рыночными требованиями и условиями текущего и стратегического планирования, которые находят отражение в Концепции долгосрочного социально-экономического развития России до 2020 г., Стратегии инновационного развития РФ на период до 2020 г. и Государственной программе РФ «Развитие промышленности и повышение ее конкурентоспособности на период до 2020 года». Достижение высоких показателей производства от реализации программы импортозамещения в машиностроении зависит от степени инновационной оснащенности российских предприятий.

Целевое видение комплексной государственной программы импортозамещения в машиностроении обусловлено возможным ростом доли импорта, которая создает угрозу для национальной безопасности государства, важностью системы стратегического управления в долгосрочном периоде, поддержкой производства продукции отечественным производителем, а также особенностями развития российской экономики.

Для оптимизации программы импортозамещения в машиностроении предложены новые цели, которые обеспечат устойчивое развитие предприятий:

- определение перспективных направлений машиностроения;
- разработка способов и условий стратегического развития машиностроения для наращивания темпов роста;
- обеспечение инновационности технологий, социально-экономической эффективности и конкурентоспособности как необходимости для успешного функционирования и обеспечения национальной безопасности Российской Федерации.

Препятствиями в процессе реализации усовершенствованной программы импортозамещения в машиностроении являются:

- отсутствие современных технологий;

- неспособность промышленных предприятий наращивать мощности в машиностроении, согласно необходимому темпу развития;
- плачевное состояние станкостроения;
- наличие проблемы квалифицированных инженерных и производственных кадров.

Оптимизация программы импортозамещения в машиностроении предусматривает создание следующих условий для её качественной реализации:

- создание эффективного комплекса высокотехнологичного устойчивого развития российского машиностроения посредством сокращения экономических затрат в промышленности и использовании машинно-технической продукции, что будет способствовать росту уровня конкурентоспособности России на мировом рынке машиностроения за счет внедрения инновационных технологий во всех отраслях экономики;
- концентрация производственного потенциала машиностроительных предприятий на технических, научно-исследовательских, проектно-конструкторских аспектах производства с целью достижения максимальной производительности оборудования;
- выбор главных целей, приоритетов, временных рамок, необходимой материально-технической базы для реализации производственного потенциала в существующих и перспективных проектах научного, технического, организационного и социального значения;
- формирование репутации успешного конкурентоспособного машиностроительного комплекса с помощью внедрения высокотехнологичных новшеств в промышленное производство, что позволит модернизировать нормативно-правовую базу российского законодательства и будет способствовать получению максимальной пользы от выпуска отечественной продукции как для государства, так и для самих предприятий.

Необходимо задействовать модернизированные механизмы политики импортозамещения, которые будут способствовать оптимизации реализованной программы импортозамещения и обеспечат более высокие результаты для промышленных предприятий. Мы предлагаем использование следующих механизмов:

- создание эффективного устойчивого комплекса экономических условий, которые будут способствовать благоприятному развитию и модернизации различных сфер государственного регулирования, а также беспрепятственному внедрению институциональных модификаций в машиностроении;
- улучшенная система государственного регулирования, отвечающая за контроль технологических норм и стандартов, технических регламентов и инструкций, которая

будет стимулировать реализацию важных долгосрочных промышленных проектов по развитию российского машиностроения;

– обеспечение государственного финансирования и усиление мер его поддержки для наиболее перспективных отраслей машиностроительного комплекса России, что позволит повысить степень инновационных технологий на производстве и тем самым увеличит уровень инвестиционной привлекательности машиностроительных предприятий.

Выбор показателей в исследовании состояния импортозависимости и ее влияния на развитие отечественного машиностроительного комплекса должен быть обоснован в отношении обеспечения внешнеэкономической безопасности, а именно соответствия внешнеэкономической деятельности субъектов бизнеса национальным экономическим интересам. Так, для машиностроения предлагается рассчитывать такие показатели как коэффициент открытости экономики (индекс внешнеторговой квоты), импортная квота (доля импорта в ВВП), коэффициент покрытия экспортом импорта, доля импорта во внутреннем потреблении. Стоит отметить, что к каждому из показателей обоснованы предельные значения, а это существенно усугубляет качество аналитических предположений относительно будущих тенденций на рынке. Рассматриваем следующую совокупность показателей как оптимальную, по которой объективно можно представить характеристику темпа развития внутреннего рынка, в т. ч. на региональном уровне и степени проникновения товаров (услуг) импорта. Известно, что для обеспечения достаточной эффективности аналитических операций должны быть приведены в единую систему, в которой выбор и распределение показателей происходит по мере последовательного изучения проблемы и представление практических рекомендации по ее решению. Поэтому важную роль при оценке импортозависимости и эффективности государственной региональной политики импортозамещения в машиностроении России стоит отвести обоснованию методической последовательности этого процесса, включительно с пониманием того результата, в частности в структурном измерении, которого планируется достичь (Рис. 1).

Так, на первых этапах целесообразно изучить общие тенденции внутреннего рынка машиностроительной продукции, в частности объемы и динамику развития розничной и оптовой торговли, в т. ч. на единицу населения, объекта торговли и его торговой площади. Также важно сравнить тенденции объемов продаж отечественных и импортных товаров (услуг) учитывая товарную структуру, каналы распределения и формирования систем товародвижения.

Главные аналитические операции будут осуществляться на следующих этапах. В частности, стоит провести анализ и идентифицировать возможности и потенциал развития внутреннего производства, включая исследования позиций местных производителей по изготовлению продукции импортозамещения. Не менее важно оценить уровень сформированности и использования экспортного потенциала, учитывая базовые характеристики реального сектора экономики региона. Все это позволит изучить преимущества и недостатки государственной региональной политики импортозамещения, которые следует рассматривать относительно качества стимулирования производства конечной продукции, возможности местных товаропроизводителей создавать и использовать высокотехнологичные инновационные достижения и тому подобное. Соответственно органам региональной власти удастся обоснованно установить приоритетные направления развития внутреннего производства продукции углубленной переработки, институциональных реформ для развития сети объектов инновационной инфраструктуры, реализации инвестиционных проектов производства инновационной продукции.



Рис. 1 Методическая последовательность оценки импортозависимости и эффективности государственной региональной политики импортозамещения

На следующем этапе следует провести оценку безопасности развития внутреннего рынка, его емкости и ее динамики, а также идентифицировать степень проникновения импорта на внутренний рынок и его ключевые сегменты. Здесь основное внимание следует уделить исследованию главных структурных характеристик функционирования внутреннего рынка, степени проникновения инноваций и инновационного развития в рамках стадий общественного воспроизводства рынка, качества сформированного

конкурентной и регуляторной среды, уровня дифференциации развития сегментов внутреннего рынка, их инфраструктуры и ресурсного обеспечения. Таким образом удастся выяснить предпосылки, которые бы стимулировали уменьшение зависимости внутреннего рынка от импорта товаров и услуг. Также результаты расчетов позволят региональным органам власти рационально подойти к разработке и реализации мероприятий по укреплению конкурентоспособности и росту спроса на товары (работы, услуги) для местного и отечественного производства, наращивание производственных мощностей и повышение инновационности бизнес-операций.

Более общие выводы можно будет сформировать и относительно сильных и слабых сторон, возможностей и угроз государственной региональной политики импортозамещения. Здесь важно для органов региональной власти выяснить уровень сформированности организационно-экономических принципов функционирования внутреннего рынка, факторы развития оптово-логистической и розничной сетей с специализацией на местные и отечественные товары, собственные возможности по стимулированию технологического импорта, будущие угрозы в случае затруднения доступа местных товаропроизводителей к рынкам, хозяйственных ресурсов и прав деятельности.

В рамках оценки внешнеэкономической безопасности государства целесообразно использовать методические подходы, основанные на использовании коэффициентов покрытия экспортом импорта, открытости экономики и опережения ВВП над импортом. Здесь стоит выделить как преимущества так и недостатки каждого из подходов. В частности, используя коэффициент покрытия экспортом импорта становится возможно рационально сопоставить и оценить экспортный потенциал и импортозависимость. Также освещается уровень ценового паритета отечественной продукции во внешнеторговом обмене и на внутреннем рынке, а также степень заинтересованности национальных производителей удовлетворять внутренний спрос. Однако такое отображение соотношения импорта в экспортном потенциале государства не позволяет охарактеризовать общую вместимость импорта внутреннего рынка и ВВП и делает невозможным детальный анализ импортозависимости по оптовому и розничному товарообороту, а также конкретным товарам (услугам).

Использование только существующей статистической количественной информации для оценки импортозависимости является недостаточным и поэтому необходимо прибегать к процедуре синтеза множества ее качественных характеристик (критериев). Соответственно подтверждается актуальность расчета интегрального коэффициента

импортозависимости, который происходит на основе отдельных показателей, характеризующих объемы внутреннего производства, экспорта, импорта, внутреннего потребления, внешнеэкономической деятельности с использованием современных подходов к экономико-математическому моделированию безопасности. Таким образом удастся предоставить комплексную характеристику проблемы импортозависимости и определиться с перечнем приоритетных структурных мероприятий по улучшению функционирования внутреннего рынка. Речь идет о мерах, позволяющих:

- сбалансировать объемы товарного предложения среди производственного, оптового и розничного секторов потребления;
- расширить масштабы потребительского и инвестиционного спроса;
- повысить эффективность товарного производства в рамках традиционных видов продукции;
- увеличить объемы потребления товаров и услуг домохозяйствами;
- усовершенствовать распределение доходов между резидентами внутреннего рынка;
- институционально урегулировать стоимость активов торговых сетей среди отечественных и иностранных владельцев.

Сочетание разнохарактерных показателей и коэффициентов сдвигает обусловить определенное недоверие к результатам интегрального оценивания, а также согласно им достаточно сложно сформировать выводы по отраслево-секторальному и ассортиментно-номенклатурному состоянию импортозависимости.

Выводы

Успешной реализации программы импортозамещения в машиностроении способствуют положительные тенденции от внедрения политики импортозамещения за последние несколько лет. На это указывает собственная топливно-энергетическая и сырьевая база производства, а также существенный научно-технический, кадровый и производственный потенциалы. Одним из немаловажных факторов положительного прогноза для реализации программы импортозамещения являются меры, принятые государством, которые находят свое отражение в создании фонда поддержки со значительными финансовыми вложениями для развития машиностроительного комплекса Российской Федерации.

Реализация программы импортозамещения в машиностроении окажет положительное влияние на развитие всех машиностроительных отраслей России посредством уменьшения доли импорта, наращивания темпов производства отечественного производителя с помощью государственной поддержки. Вышеуказанные преимущества

позволят значительно повысить инвестиционную и инновационную привлекательность промышленных предприятий. Следовательно, повышение конкурентоспособности и уровня использования производственного потенциала машиностроительных предприятий поможет Российской Федерации вернуться на мировую арену в статусе сильной, развитой и влиятельной страны, имеющей огромный потенциал для реализации масштабных промышленных проектов.

Список литературы

1. Импортзамещение в России, как метод стабилизации экономики [Электронный ресурс]. URL: https://vvs-info.ru/helpful_information/poleznaya-informatsiya/importozameshchenie-v-rossii/
2. Машиностроение: Тенденции и прогнозы. 2020. № 37. [Электронный ресурс]. URL: http://vid1.rian.ru/ig/ratings/mechanical_engineering_demo.pdf
3. Тихонов А.И. [Модель комплексной реализации концепции импортзамещения в инновационной среде \(на примере авиационного двигателестроения\)](#) // [Вестник Московского авиационного института](#). 2015. Т. 22. № 3. С. 146-153.
4. Тихонов А.И., Сазонов А.А., Новиков С.В. [Импортзамещение в России, как системообразующий фактор развития авиационной промышленности](#) // [Двигатель](#). 2018. № 3 (117). С. 6-8.
5. Артющик В.Д., Тихонов А.И. [Применение методов прогнозирования спроса на авиационные двигатели в условиях импортзамещения на примере АО «Объединенная двигателестроительная корпорация»](#) // [Московский экономический журнал](#). 2020. № 1. С. 58.
6. Артющик В.Д., Тихонов А.И. Импортзамещение как эффективный инструмент восстановления авиационной отрасли России // [Вестник Алтайской академии экономики и права](#). – 2020. – № 7 (часть 1) – С. 13-17
7. Тихонов А.И., Калачанов В.Д., Просвирина Н.В. [Повышение конкурентоустойчивости предприятий авиационного двигателестроения в современных экономических условиях](#) // [Вестник Московского авиационного института](#). 2016. Т. 23. № 1. С. 218-226.
8. Тихонов А.И., Калачанов В.Д., Тихонова С.В. [Оценка клиентоориентированности предприятий авиационно-космической промышленности](#) // [Московский экономический журнал](#). 2019. № 12. С. 61.
9. Тихонов А.И., Калачанов В.Д., Тихонова С.В. [Обеспечение конкурентоустойчивости предприятий авиационного двигателестроения](#) // [Московский экономический журнал](#). 2019. № 11. С. 62.

Методологические основы и предпосылки разработки организационно — финансового механизма обеспечения стратегического развития инновационно-интеграционных формирований в сфере кооперативного международного движения в условиях устойчивого развития пространственно-отраслевой структуры региона
Methodological frameworks and prerequisites for the development of organizational — financial mechanism to ensure the strategic development of innovation and integration formations in the sphere of cooperative international movement in the context of sustainable development of the region's pro-structural and industrial structure



УДК 338.43:658.5(007)

DOI 10.24411/2413-046X-2020-10526

Статья опубликована в соответствии с Планом научно – инновационной деятельности и научных изданий ФГБОУ ВО Пермский ГАТУ на 2020 год, в рамках научно-исследовательской работы на тему: Совершенствование механизма импортозамещения агропродукции в условиях неустойчивой экономики АААА-А16-116021210249-3

Черникова Светлана Александровна,

к.э.н., доцент, зав. кафедрой менеджмента. Факультет экономики и информационных технологий, Пермский государственный аграрно-технологический университет имени академика Д.Н. Прянишникова, 614990, Пермь, ул. Петропавловская, 23, E-mail: schernikova2014@yandex.ru

Chernikova Svetlana Aleksandrovna,

CSc, Management Department, Faculty of Economics and Information Technologies, Perm State Agro-Technological University named after Academician D.N. Pryanishnikov. 614990. Perm, st. Petropavlovskaya, 23

Аннотация. Актуальность темы исследования не вызывают сомнения, т.к. вопросы формирования организационно — финансового механизма обеспечения стратегического развития инновационно-интеграционных формирований в сфере кооперативного международного движения в условиях устойчивого развития пространственно-отраслевой структуры региона, носят один из приоритетных направлений

стратегического развития региональных пространственно-отраслевых структур Российской Федерации.

Также импульсом к разработке проекта организационно — финансового механизма обеспечения стратегического развития инновационно-интеграционных формирований является, принятая в 2019 году «Стратегия пространственного развития Российской Федерации на период до 2025 года».

В статье раскрыты особенности применения методологических основ и предпосылки разработки предлагаемого проекта организационно-финансового механизма инновационно-интеграционных формирований, сельскохозяйственной кооперации и вопросы продовольственной безопасности пространственно – отраслевой структуры. Определены исследования закономерностей взаимодействия кооперации и интеграции производства и создания крупных производственных структур, объединяющихся на добровольной основе, но юридически самостоятельно функционирующие предприятия, с возможностью привлечения иностранных инвестиций, в условиях кризиса и установления международных связей. Предлагаемое исследование направлено на доказательство гипотезы о том, что исторические особенности развития пространственно-отраслевой структуры региона обуславливают многообразие форм кооперативного движения, которые в условиях международного сотрудничества обеспечивают устойчивое развитие инновационно-интеграционных формирований пространственно-отраслевой структуры. В процессе исследования будут проанализированы тенденции финансового обеспечения стратегического развития инновационно-интеграционных формирований пространственно-отраслевой структуры региона; разработаны институциональные модели инновационно-интеграционных формирований в сфере кооперативного движения и международного сотрудничества, а также организационно-финансовый механизм международного сотрудничества инновационно-интеграционных формирований.

Инновационно-интеграционные формирования рассматривается автором, как установленный действующим законодательством институт коллективного участия физических и юридических лиц в устойчивом развитии сельских территорий пространственно-отраслевой структуры региона, позволяющий обеспечивать национальную и продовольственную безопасность государств, в долгосрочной перспективе для решения задач кооперативного движения и международного сотрудничества.

Научная новизна проекта обусловлена выбором оригинального объекта исследования, новой постановкой цели и задач исследования, разработкой авторского теоретического подхода и оригинального методического инструментария.

Summary. The topicality of the study topic is not in doubt, as the issues of forming an organizational — financial mechanism to ensure the strategic development of innovation and integration formations in the sphere of cooperative international movement in the context of sustainable development of the region's pro-industrial structure are one of the priorities of strategic development of regional spatial-industry structures of the Russian Federation. Also, the impetus for the development of the project organizationally and financial mechanism for ensuring the strategic development of innovation and integration formations is adopted in 2019 «The strategy of spatial development of the Russian Federation for the period up to 2025.» The article reveals the specifics of the application of methodological frameworks and the premise of the proposed project of the organizational and financial mechanism of innovation and integration formations, agricultural cooperation and issues of food security.

Ключевые слова: Организационно-финансовый механизм, инновационно-интеграционные формирования, сельскохозяйственная кооперация, продовольственная безопасность, пространственно – отраслевой структуры.

Keywords: Organizational and financial mechanism, innovation and integration formations, agricultural cooperation, food security, spatial -industry structure.

Актуальность исследования обусловлена необходимостью удовлетворения потребностей населения в рамках продовольственной безопасности, процесс взаимодействия в сфере кооперативного движения, в настоящее время носит рассогласованный характер, не учитывает особенностей финансового обеспечения стратегического развития инновационно-интеграционных формирований пространственно-отраслевой структуры региона, на уровне государств и стран, требований национальной и продовольственной безопасности, что обуславливает актуальность настоящего исследования.

Процесс взаимодействия в сфере кооперативного движения, в настоящее время носит рассогласованный характер, не учитывает особенностей финансового обеспечения стратегического развития инновационно-интеграционных формирований пространственно-отраслевой структуры региона, на уровне государств и стран, требований национальной и продовольственной безопасности, что обуславливает актуальность настоящего исследования. Его целью является разработка инновационно-интеграционных формирований пространственно-отраслевой структуры в сфере кооперативного движения,

согласованных действующим системам финансового обеспечения стратегического развития инновационно-интеграционных формирований, национальной и продовольственной безопасности.

Фундаментальной научной задачей, на решение которой направлено предлагаемое исследование, является выявление закономерностей взаимодействия кооперации и интеграции производства и создания крупных производственных структур, объединяющихся на добровольной основе, но юридически самостоятельно функционирующие предприятия, с возможностью привлечения иностранных инвестиций, в условиях кризиса и установления международных связей.

Процесс взаимодействия в сфере кооперативного движения, в настоящее время носит рассогласованный характер, не учитывает особенностей финансового обеспечения стратегического развития инновационно-интеграционных формирований пространственно-отраслевой структуры региона, на уровне государств и стран, требований национальной и продовольственной безопасности, что обуславливает актуальность настоящего исследования. Его целью является разработка инновационно-интеграционных формирований пространственно-отраслевой структуры в сфере кооперативного движения, согласованных действующим системам финансового обеспечения стратегического развития инновационно-интеграционных формирований, национальной и продовольственной безопасности. Инновационно-интеграционные формирования рассматривается автором, как установленный действующим законодательством институт коллективного участия физических и юридических лиц в устойчивом развитии сельских территорий пространственно-отраслевой структуры региона, позволяющий обеспечивать национальную и продовольственную безопасность государств, в долгосрочной перспективе для решения задач кооперативного движения и международного сотрудничества.

Предлагаемое исследование направлено на доказательство гипотезы о том, что исторические особенности развития пространственно-отраслевой структуры региона обуславливают многообразие форм кооперативного движения, которые в условиях международного сотрудничества обеспечивают устойчивое развитие инновационно-интеграционных формирований пространственно-отраслевой структуры. В процессе исследования будут проанализированы тенденции финансового обеспечения стратегического развития инновационно-интеграционных формирований пространственно-отраслевой структуры региона; разработаны институциональные модели инновационно-интеграционных формирований в сфере кооперативного движения и международного

сотрудничества, а также организационно-финансовый механизм международного сотрудничества инновационно-интеграционных формирований.

Научная новизна проекта обусловлена выбором оригинального объекта исследования, новой постановкой цели и задач исследования, разработкой авторского теоретического подхода и оригинального методического инструментария.

Изучение фундаментальных закономерностей взаимодействия кооперации и интеграции производства и создания крупных производственных структур, объединяющихся на добровольной основе, но юридически самостоятельно функционирующие предприятия, с возможностью привлечения иностранных инвестиций, в условиях кризиса и установления международных связей.

Разнообразие проявлений кооперативного движения и международного сотрудничества сельских территорий обуславливается расширением форм сельскохозяйственной кооперации, путем преобразования инновационно-интеграционных формирований, как приоритетной формы экономической интеграции юридически самостоятельных лиц для реализации инновационных и инвестиционных проектов и программ, способствующих повышению конкурентоспособности и расширению рынка сбыта производимых товаров и услуг, налаживанию устойчивых международных связей, экспорта продукции, повышению эффективности производства, созданию новых рабочих мест.

Автором сформулированы преимущества применения в условиях развала международных хозяйственных связей, путем влияния коронавирусной инфекцией, нестабильной экономики, такие инновационно-интеграционные формирования, в большей части с замкнутым технологическим циклом по производству конечного продукта.

Дополнительным импульсом к разработке проекта организационно — финансового механизма обеспечения стратегического развития инновационно-интеграционных формирований является, принятая в 2019 году «Стратегия пространственного развития Российской Федерации на период до 2025 года».

Предлагаемый проект направлен на исследование закономерностей взаимодействия инновационно-интеграционных формирований в условиях устойчивого развития пространственно-отраслевой структуры региона. Процесс взаимодействия в настоящее время носит рассогласованный характер, не учитывает особенностей.

Проведен анализ современного состояния исследований в данной сфере кооперативного движения и вопросы, финансового обеспечения стратегического развития инновационно-интеграционных формирований пространственно-отраслевой структуры

региона рассматривается авторами как установленный действующим законодательством институт коллективного участия физических и юридических лиц в устойчивом развитии пространственно-отраслевой структуры региона, позволяющий обеспечивать национальную и продовольственную безопасность государств, и страны в долгосрочной перспективе для решения задач международного сотрудничества. Институциональные модели инновационно-интеграционных формирований в сфере международного сотрудничества в условиях устойчивого развития пространственно-отраслевой структуры региона в исследовательском проекте рассматриваются с разных сторон. Процесс взаимодействия в сфере кооперативного движения, в настоящее время носит рассогласованный характер, не учитывает особенностей финансового обеспечения стратегического развития инновационно-интеграционных формирований пространственно-отраслевой структуры региона, на уровне государств и стран, требований национальной и продовольственной безопасности, что обуславливает актуальность настоящего исследования.

Различные аспекты развития кооперации и инновационно-интеграционных формирований пространственно-отраслевой структуры региона в приграничных территориях исследуются в исторической перспективе с позиции эволюционного подхода. Вопросы участия сельскохозяйственных кооперативов в сфере международного сотрудничества в рамках финансового обеспечения стратегического развития инновационно-интеграционных формирований пространственно-отраслевой структуры региона.

Инновационно-интеграционные формирования создают объективные предпосылки преобразовать экономику более управляемой, сконцентрировать ресурсы в нужном направлении, установить более эффективное взаимодействие, государства и производственного сектора. Теоретические вопросы кооперации и интеграции производства и создания крупных производственных структур исследовались А.Н. Анцыферовым, А.Д. Билимовичем, Л. Бланом, И.В. Емельяновым, В. Кингом, Дж. С. Миллем, Р. Оуэном, Ф. Райффайзенем, В.Ф. Тотомианцем, М.И. Туган-Барановский, Ш. Фурье, А.В. Чаяновым, Г. Шульце-Делич, и др.).

Институт сельскохозяйственной кооперации исследовали В.П. Арашуков, В.Ф. Вершинин, В.А. Клюкач, В.В. Кузнецов, В.В. Милосердов, А.А. Никонов, А.В. Ткач, И.Г. Ушачев, А.А. Черняев, А.А. Шутьков и др.

Институт государственной власти исследуется в трудах российских и зарубежных ученых Е.Б. Абросимовой, А.С. Алексеева, В.Д. Ардашкина, Г.В. Атаманчука, В.Г.

Афанасьева, М.В. Баглая, М.И. Байтина, П.Д. Баренбойма, М. Баррингтона, А.М. Барнашова, И.Н. Барцица, И.Л. Бачило, С.В. Боботова, Ф.М. Бурлацкого, А.М. Витченко, Н. Ворошилова, Б.Н. Габричидзе, М. Годелье, И.Н. Гомерова, А.Д. Градовского, Р. Даля, С.А. Дробышевского, Ю.А. Дмитриева, С.А. Егорова, В.И. Ефимова, В.В. Ивановского, Н.М. Кейзера, А.И. Кима, Ф.Ф. Кокошина, В.В. Копейчикова, В.М. Корельского, Н.М. Коркунова, А.И. Королева, Б.П. Курашвили, Б.М. Лазарева, Н.И. Лазаревского, К. Ловенштейна, В.В. Лузина, М. Манна, Г.Н. Манова, М.Н. Марченко, А.А. Мишина, С.В. Навального, С.В. Нарутто, В.С. Нерсесянца, П.И. Новгородцева, Л.А. Окунькова, В.В. Пономаревой, В.И. Радченко, В.А. Ржевского, Ю.И. Скуратова, В.В. Сорокина, И.М. Степанова, Л.А. Тихомирова, Ю.А. Тихомирова, Г. Фалкенмарка, И.Е. Фарбера, Ю. Хабермаса, Г.Н. Чеботарева, Е.Ю. Черкашина, В.Е. Чиркина, Б.Н. Чичерина, В.С. Шевцова, Л.М. Энтина, А. Этzioni, В.А. Юсупова, Ц.А. Ямпольской и др.

Проблемы развития института местного самоуправления изучали В.С. Авдовин, А.С. Автономов, Е.М. Акимкин, М.А. Баженов, А.Г. Барабашев, В.П. Безобразов, А.И. Васильчиков, Л.А. Велихов, А.Н. Верещагин, К. Вилер, Ю.Е. Волков, Г.А. Герасименко, М.В. Глазырин, Р. Гнейст, Е.Н. Гоголева, Р.К. Гожев, А.Д. Градовский, А.В. Дюк, А.И. Елистратов, Г. Еллинек, Е.Н. Заборова, М.Р. Зазулина, А.А. Замотаев, В.А. Захаров, Н.Ф. Земченков, А.В. Кийков, Е.Ю. Киреева, М.Н. Коркунов, А.В. Кружков, Н.И. Лазаревский, Л.Е. Лаптева, А.А. Лежебоков, В.Н. Лешков, Н.П. Медведев, Р.И. Мельникова, Н.М. Миронов, В.Н. Моргачев, М.И. Пискотин, В.В. Петухов, К.В. Подьячев, А.И. Савватеев, А. Токвиль, Б.Н. Топорлин, А.И. Черкасов, Л. Штейн, Н.В. Шубина, М.А. Яковлева и др. Таким образом, учеными изучались различные аспекты развития кооперации и интеграции производства и создания крупных производственных структур в сфере международной кооперации, но проблемы эволюции сельскохозяйственной кооперации в контексте приграничного сотрудничества муниципальных образований не уделено особого внимания.

На основании проведенного исследования доказана рабочая гипотеза о том, что исторические особенности финансового обеспечения стратегического развития инновационно-интеграционных формирований пространственно-отраслевой структуры региона, на уровне государств и стран, требований национальной и продовольственной безопасности, обеспечивают предпосылки сделать экономику государств более управляемой, сконцентрировать ресурсы в нужном направлении.

Сложность и многогранность объекта исследования определила потребность в его исследовании со стороны различных наук: экономики, социологии, политологии,

культурологии и т.д. с применением различных методов. Поставленные цель и задачи исследовательского проекта требуют интеграции и координации имеющихся подходов на основе программно-целевого метода, положений теории эволюции и институциональных моделей инновационно-интеграционных формирований в сфере международного сотрудничества в условиях устойчивого развития пространственно-отраслевой структуры региона. Инновационно-интеграционные формирования, и их создание, на наш взгляд, связано с необходимостью рационального объединения заинтересованных сельхозтоваропроизводителей, перерабатывающих предприятий, на всех технологических этапах, выполнение данного исследования базируется на системном научном подходе.

Данное исследование, предопределило использование предлагаемых подходов и методов, а именно: институциональный подход: проблемы действия формальных и неформальных правил в области институционализации взаимодействия кооперации и интеграции производства и создания крупных производственных структур, объединяющихся на добровольной основе, но юридически самостоятельно функционирующие предприятия, с возможностью привлечения иностранных инвестиций, в условиях кризиса и установления международных связей, традиционно являются объектом исследования институционального подхода.

Концептуальные основы институционального подхода рассматривались в трудах Т. Веблена, Дж. К. Гелбрейта, Дж. Р. Коммонса, Р. Коуза, К. Менара, У. Митчелла, Р. Нельсона, А.Н. Нестеренко, Д. Норта, Р.М. Нуреева, А. Олейника, О.И. Уильямсона, С. Уинтера, Дж. Ходжсона, А.Е. Шаститко и др..

Использование институционального подхода в сфере интеграции и кооперации в основном ограничивалось двумя основными вопросами. В частности, с одной стороны, анализом сельскохозяйственной кооперации как института гражданского общества (И.В. Палаткин, А.А. Кудрявцев, А.Ю. Павлов, В.С. Игнатов, Л.И. Малюк, А.В. Ильясова, Д.В. Пименова, Ю.В. Кармышова, Р.И.Терюшков, В.В. Гладков, Н.Д. Левина и др.); с другой – изучением института сельскохозяйственных кооперативов с точки зрения устойчивого развития сельских территорий (А.В. Морозов, А.Ю. Павлов, Л.В. Скульская, В.М. Чуйкова, Г.И. Явкина, Р.Г. Янбых и др.). Вместе с тем, на практике проблемы международного сотрудничества инновационно-интеграционных формирований и участия в этом процессе сельскохозяйственных кооперативов, традиционно рассматривающиеся с позиции разных подходов, на деле представляют одно целое.

По нашему мнению, в методологическом плане его «разорвать» на части не продуктивно, так как теряются их существенные связи.

Свойства этого целого и проявляются в процессах финансового обеспечения стратегического развития инновационно-интеграционных формирований пространственно-отраслевой структуры региона. Поэтому нами предлагается расширить рамки институционального подхода за счет применения его к исследованию сельскохозяйственной кооперации в сфере международного сотрудничества инновационно-интеграционных формирований.

На этапах исследования применяется совокупность методов: — особенностью реализации аналитического этапа является сочетание методов объективного описания происходивших процессов и событий и их отражения в нормативно-правовой базе, а также методов, опирающихся на анализ и обобщение субъективных оценок представителей инновационно-интеграционных формирований, государственной власти и местного самоуправления в целях анализа предпосылок и тенденций развития взаимодействия кооперации и интеграции производства и создания крупных производственных структур, объединяющихся на добровольной основе, но юридически самостоятельно функционирующие предприятия, с возможностью привлечения иностранных инвестиций, в условиях кризиса и установления международных связей. Выполнение исследование базируется на системном научном подходе в области вопросов финансового обеспечения стратегического развития инновационно-интеграционных формирований пространственно-отраслевой структуры региона, на уровне государств и стран, требований национальной и продовольственной безопасности, как региона, так и страны в целом.

Пермский край стремится сформировать стратегию территориального развития, ориентируясь на конкурентных преимуществах региональной продовольственной системы. Производство продовольствия в регионе, обеспечивает значительную долю валового регионального продукта. Такая политика ставит своей целью, обеспечить конкурентоспособность региональной экономики. Одной из рассматриваемых стратегий, является развитие инновационных интеграционных формирований.

Многие экономисты сходятся во мнении, что регионы, на территории которых создаются и развиваются инновационные интеграционные формирования, становятся лидерами экономического развития.

Изучение возможностей развития АПК Пермского края, привело к необходимости поиска новых форм и подходов, к созданию инновационных интегрированных структур, в

условиях развивающегося рынка, что обусловило актуальность методической разработки и практической реализации мер по формированию и функционированию инновационных интегрированных структур.

Проблемы инноваций и интеграции в единой плоскости, ранее не исследовались. Поэтому, при формировании теоретико-методологической базы исследования, использовались труды российских и зарубежных ученых по проблемам развития инновационных процессов в сфере производства продовольствия и применения интеграционного подхода к повышению конкурентоспособности региона. Цель инновационно-интеграционной политики – повышение качества социально-экономического роста в регионе, на основе создания условий, для усиления конкурентоспособности хозяйствующих субъектов, образующих инновационные интеграционные формирования.

Все больше востребованы не столько материальные, сколько информационные ресурсы – средства информации, информационные коммуникации и т.д. Именно они становятся источником конкурентного преимущества предприятий. Очевидно, что в условиях современной экономики, необходимо создание новых условий хозяйствования, при которых деятельность организаций региона переносится в новую, благоприятную экономическую среду.

Именно инновационно-интеграционный подход, позволяет осуществить необходимые изменения и применить инновационные новшества, повышающие эффективность действующей системы, на предприятиях АПК, сокращая общие издержки и давая синергетический эффект от совместного взаимодействия предприятий различных отраслей. Все предприятия-участники, инновационного интеграционного формирования, получают дополнительные конкурентные преимущества, под воздействием совокупного влияния эффектов масштаба и синергии. Кроме того, инновационные интеграционные формирования способствуют развитию горизонтальных сетевых отношений и партнерскому взаимодействию по оси: бизнес — власть — наука — образование.

Поскольку инновационные интеграционные формирования характеризуется инновационностью, быстрой передачей информации, знаний, умений, навыков, сочетанием роста производительности труда и роста числа высокооплачиваемых рабочих мест, то этот инструмент в наибольшей степени соответствует современным качественным критериям эффективности функционирования.

Для проведения подготовительной работы, при организации инновационных интеграционных формирований, предлагается ее методическое сопровождение,

организационные мероприятия (организация встреч, конференций, круглых столов), принятие нормативно-правовых актов, касающихся реализации создания и развития, определение источников финансирования для развития инфраструктуры инновационных интеграционных формирований, создание центров обучения и др.

Разработка структуры и механизма взаимодействия, участников инновационно — интеграционного формирования, должна осуществляться на основе технологий «глубокой переработки сырья», методологии управления бизнес-процессами и быть ориентирована на создание эффективной цепочки производства конкурентоспособной сельскохозяйственной продукции. Возможности использования инноваций, в сфере производства сельскохозяйственной продукции, определяются особенностями отрасли.

Не стоит забывать, что особенность инновации в том, что она позволяет инноватору, создать и получить дополнительную ценность, и связана с внедрением. В рамках этого, инновация не является инновацией до того момента, пока она успешно не внедрена и не начала приносить пользу[11, с.85].

Полученный продукт, в сельском хозяйстве, часто не является конечным этапом технологического процесса, а является сырьем для производства другой товарной продукции. В современных условиях, экономическая устойчивость продовольственной сферы, возможна лишь на основе инновационного развития отраслей, взаимодействия перерабатывающей промышленности и сельского хозяйства, применение современной техники и энергосберегающих технологий, активизации интеллектуальных ресурсов, оптимального сочетания рыночных механизмов и государственного регулирования экономики. Именно такая схема должна применяться для инновационной формы развития интеграции в АПК (рис. 1).

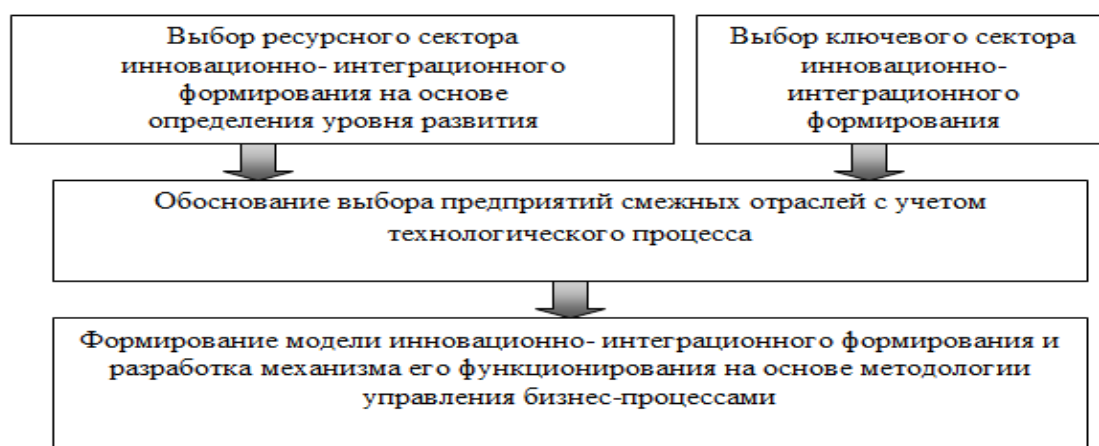


Рис. 1. Схема формирования инновационно - интеграционного формирования Пермского края (составлено автором)

Таблица 1

Финансовые вложения организаций по видам экономической деятельности за 2018 году по 2019 год (миллионов рублей)*

Показатели	Всего	в том числе	
		долгосрочные	краткосрочные
2018 год			
Все финансовые вложения	1732961,5	54481,0	1678480,5
в том числе:			
Сельское, лесное хозяйство, охота, рыболовство и рыбоводство	2664,5	5,4	2659,1
2019 год			
Все финансовые вложения	1512700,2	62063,4	1450636,8
в том числе:			
Сельское, лесное хозяйство, охота, рыболовство и рыбоводство	4156,4	5,7	4150,7

*Составлено и рассчитано по данным территориального органа Федеральной службы государственной статистики по Пермскому краю (Пермьстат) [7]

Таблица 2

Инвестиции в основной капитал по видам экономической деятельности за период с 2017год по 2019годы, %*

Показатели	2017 г.	Уд. вес, %	2018 г.	Уд. вес, %	2019г.	Уд. вес, %
Всего	188233,3	100,0	183083,0	100,0	220529,8	100,0
в том числе:						
Сельское, лесное хозяйство, охота, рыболовство и рыбоводство	3355,1	1,8	2980,7	1,6	2806,6	1,3
Обрабатывающие производства	81377,3	43,2	84689,3	46,3	100761,2	45,7
в том числе: производство пищевых продуктов	2082,1	1,1	2194,7	1,2	2798,3	1,3
Обеспечение электрической энергией, газом и паром; кондиционирование воздуха	22656,3	12,0	12653,4	6,9	14500,6	6,6
Водоснабжение; водоотведение, организация сбора и утилизации отходов, деятельность по ликвидации загрязнений	936,5	0,5	871,3	0,5	1322,1	0,6

*Составлено и рассчитано по данным территориального органа Федеральной службы государственной статистики по Пермскому краю (Пермьстат) [7]

Инвестиции в основной капитал в 2019 г., по сравнению с 2017 годом, увеличились на 14,64% и составили 220529,8 млн руб., из них 2806,6 млн руб. приходится на долю сельского хозяйства.

С целью привлечения инвестиций в агропромышленный комплекс необходимо использовать эффективные современные финансовый инструментарий инвестирования в сельское хозяйство, включая перерабатывающие предприятия молочной отрасли. Также необходимо преобразование, а именно: формирование эффективной системы проектного финансирования и управления инновационно – инвестиционной деятельностью менеджмента предприятий, привлекая, высококвалифицированный персонал, учитывая особенности работы в проектных группах, объем финансов инвестиционного и инновационного процессов, делая этот сектор доступным для более широкого круга инвесторов.

Наше исследование опирается на совокупность ряда положений, принципов и методов теорий и практики преобразующего менеджмента, аграрной экономики, экономического анализа, маркетинга, финансов, финансового инструментария инвестирования, конкуренции и информационных систем управления. Одна из них – теория преобразующего менеджмента позволяет не только смоделировать глубину уровней преобразования и формирования эффективной системы проектного финансирования, управления инновационно- инвестиционной деятельностью в рамках менеджмента перерабатывающих предприятий агропромышленного комплекса, но и системно максимизировать влияние инновационных, инвестиционно-финансовых результатов на повышение конкурентных преимуществ предприятия [4].

Анализ структуры инвестиций, в основной капитал отрасли, позволяет утверждать, что современная структурно-инвестиционная политика, не ориентирована на обеспечение развития АПК. Оценка перспектив развития инновационных интеграционных формирований в Пермском крае, в соответствии с разрабатываемой концепцией, проводилась по двум направлениям: оценка состояния сельскохозяйственного производства, как сырьевого сектора и выявление потенциала конкурентоспособности сельхозпереработчиков. Перерабатывающая промышленность, по основным позициям, демонстрирует рост объема производства, что позволяет рассматривать региональные условия, как потенциально способные обеспечить, развитие инновационных интеграционных формирований.

В агропромышленном секторе экономики, после вступления России в ВТО, происходят структурные преобразования, направленные на адаптацию предприятий АПК

к новым рыночным условиям, с целью повышения конкурентоспособности. Основой конкурентоспособной экономики государства всегда является наличие конкурентоспособных предприятий, осуществляющих успешный бизнес. Производство продовольственных продуктов направлено на обеспечение населения качественными продуктами питания.

Перерабатывающие предприятия АПК, в процессе функционирования, постоянно сталкиваются с рядом внутренних и внешних факторов.

К ним можно отнести:

- высокие требования к получаемому сырью;
- сокращение времени разработки и выхода новой продукции на рынок;
- постоянное дифференцирование ассортимента выпускаемой продукции;
- необходимость снижения затрат и себестоимости производимой продукции, обусловленная высоким уровнем конкуренции;
- получение от реализации максимального экономического эффекта;
- разработка новых технологий, в том числе за счет применения инноваций, вызвано высокой степенью коммерческих рисков.

Таким образом, доказана рабочая гипотеза о том, что исторические особенности финансового обеспечения стратегического развития инновационно-интеграционных формирований пространственно-отраслевой структуры региона, на уровне государств и стран, требований национальной и продовольственной безопасности, способствуют повышению эффективности финансово-хозяйственной деятельности инновационно-интеграционных формирований, создают предпосылки для сделать экономику более управляемой, сконцентрировать ресурсы в нужном направлении, устанавливая при этом эффективное международное взаимодействие государства и производственного сектора.

Список литературы

1. Егоров Н. Е. Инновационно-промышленный мега-кластер Южной Якутии / Н. Е. Егоров // Региональная экономика: теория и практика. — 2008 .- № 12 .- С. 40-44.
2. Борисенко И. Л. Формирование и развитие интегрированных организационно-производственных структур промышленных кластеров / И. Л. Борисенко // Организатор производства. — 2009 .- № 2 .- С. 104-106.
3. Бычкова Г. М. Обоснование применения синергетического подхода к оценке эффективности функционирования кластера / Г. М. Бычкова // Известия Иркутской государственной экономической академии (Байкальский государственный университет экономики и права). — 2008

4. Продовольственный рынок регионов России: новый вектор развития /Под общей редакции д.э.н. Ю.Г. Лавриковой, д.э.н. В.П. Негановой – Екатеринбург: УрО РАН, 2018. – 776с.
5. Черникова С.А. Вопросы развития финансовой сферы перерабатывающих предприятий молочной отрасли на различных стадиях экономического развития /Экономика, труд, управление в сельском хозяйстве. 2019. № 6 (51). С. 81-89.https://www.elibrary.ru/author_items.asp?authorid=472644&show_option=1&show_refs=1
6. Черникова С.А. Инновационно-технологические аспекты совершенствования управления развитием региональной пространственно-отраслевой структуры /Пыткин А.Н., Черникова С.А., Тирон Г.Г.// В сборнике: Инновационные технологии управления социально-экономическим развитием регионов россии Материалы XI Всероссийской научно-практической конференции с международным участием. 2019. С. 113-119.https://www.elibrary.ru/author_items.asp?authorid=472644&show_option
7. Федеральная служба государственной статистики [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.gks.ru/> (дата обращения: 25.04.2020).

**Формирование механизма управленческой деятельности в регионе на основе
эффективной организации государственных закупок**
**Formation of the mechanism of management activities in the region on the basis of effective
organization of public procurement**



УДК 658.711

DOI 10.24411/2413-046X-2020-10533

Докукина Ирина Александровна,

кандидат экономических наук, доцент, доцент кафедры «Менеджмент и государственное управление», ФГБОУ ВО «Российская академия народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации» Среднерусский институт управления – филиал, г. Орел

Облизов Алексей Валерьевич,

кандидат экономических наук, доцент кафедры «Государственное и муниципальное управление», ГОУ ВО «Коми республиканская академия государственной службы и управления», г. Сыктывкар

Dokukina I.A., irenalks@mail.ru

Oblizov A.V., oblizov_a@mail.ru

Аннотация. На современном этапе экономического развития необходим новый механизм совершенствования контрактной системы на основе организации ее комплексной оценки в условиях региональной управленческой деятельности. Авторами статьи представлено теоретико-методическое обоснование инструментария комплексной оценки эффективности контрактной системы на основе процессно-организационного обеспечения принятия управленческих решений. Научная новизна полученных результатов заключается в обосновании путей развития механизма регулирования управленческой деятельности в регионе на основе адаптации концепции развития контрактной системы и ее комплексной оценки.

Summary. At the present stage of economic development, a new mechanism is needed to improve the contract system based on the organization of its comprehensive assessment in the

context of regional management activities. The authors of the article present a theoretical and methodological substantiation of the toolkit for a comprehensive assessment of the effectiveness of the contract system on the basis of process and organizational support for making managerial decisions. The scientific novelty of the results obtained lies in the substantiation of ways of developing a mechanism for regulating management activities in the region on the basis of adapting the concept of the development of the contract system and its comprehensive assessment.

Ключевые слова: управление, контрактная система, оценка, закупка, управленческие решения.

Keywords: management, contract system, evaluation, procurement, management decisions.

Для того чтобы дать оценку эффективности от усовершенствования системы государственных и муниципальных закупок на этапе современного развития, достаточно произвести подсчет абсолютного показателя экономии бюджетных средств. При этом оценить работу органов государственной власти местного самоуправления, которые отвечают за внедрение контрактной системы, пока что удастся только субъективно. Решению данной проблемы может поспособствовать разработка специального инструментария, который позволит производить анализ современной контрактной системы на каждом ее этапе, эта система будет способствовать формированию объективной оценки.

Переход к новой системе электронного администрирования в области организации закупок, ознаменовавшийся пересмотром научных подходов на определение сущности и содержания самого управленческого процесса, на данный момент еще не завершен. При этом уже сегодня специалистами оцениваются первые результаты, рассматриваются основные преимущества и недостатки. В данных условиях появляется необходимость создания единых теоретико-методологических подходов к дефиниции и самому процессу осуществления оценки эффективности функционирования контрактной системы в условиях развития механизма регулирования управленческой деятельности в регионе. Не менее значимой задачей остается реализация плана социально-экономического развития муниципальных закупок посредством принятия эффективных управленческих решений органами законодательной и исполнительной власти.

Проблемам регулирования управленческой деятельности в регионе посвящено немало работ ученых, таких как: Вертакова Ю.В.[1], Плотников В.А.[2], Положенцева Ю. С.[3], Полянин А.В. [4], Проняева Л.И.[5], Сироткина Н.В.[6] и др. Несмотря на это, сегодня все еще остается недостаточно исследованным механизм принятия управленческих решений

органами государственной власти в условиях осуществления государственных закупок, что и обусловило актуальность данного исследования.

Целью данного научного исследования является обоснование путей развития механизма регулирования управленческой деятельности в регионе на основе адаптации концепции регионального менеджмента к условиям реализации контрактной системы.

Методологической основой исследования являются классические положения экономической теории, а также работы ученых в области управления экономикой региона и сферой государственных закупок. В научной работе использованы такие методы исследования: анализ и синтез – при изучении функционирования механизмов управленческой деятельности в регионах; логический – при исследовании эволюции возникновения проблемы развития; абстрактно-логический – при теоретическом обобщении и формировании выводов; системный анализ – при исследовании механизма регулирования управленческой деятельности в регионе и принятия управленческих решений в условиях реализации контрактной системы.

Динамизм управленческих изменений, которые происходят в органах государственной и муниципальной власти, а также возникающие проблемы и конфликты ставят не только перед практикой, но и перед наукой управления новые задачи, одна из которых заключается в выработке рекомендаций для повышения эффективности управленческой деятельности, прежде всего, при организации государственных закупок и расходовании бюджетных средств. Исследование научных взглядов на природу и сущность управленческой деятельности при реализации контрактной системы позволило выявить черты, отличающие ее от иных видов деятельности за счет специфичности предмета, процесса, внутренних и внешних условий ее осуществления, статуса заказчика как субъекта деятельности.

В ходе исследования было уточнено, что управленческая деятельность при реализации контрактной системы в отличие от существующих, представляется как целенаправленная и осознанная деятельность, основывающаяся на совокупности знаний, навыков и умений, выработанных историческим опытом, научным познанием, с применением необходимых способов и средств, и реализуемая посредством целесообразных, интеллектуально наполненных действий управленца в сфере государственных и муниципальных закупок, в результате которых управленческий процесс формирует эффективную систему контроля над расходованием бюджетных средств.

Что позволило в рамках исследования дополнить специфические черты управленческой деятельности при реализации контрактной системы с учетом территориальных факторов: ориентации на развитие, учета особенностей окружающей среды и положения в ней, отсутствия предсказуемости. В ходе исследования были определены особенности организации регионального управления, как формы деятельности, в условиях современных вызовов контрактной системы, такие как: сочетание двух видов воздействия, а именно административного государственного и самоорганизации, самоуправления; достижение единства и устранение противоречивости этих видов воздействия; неукоснительность исполнения принципа разделения полномочий и ответственности, ресурсов, властных функций.

Установлено, что одними из факторов, которые влияют на эффективность управленческой деятельности в регионе, является неустойчивый государственный аппарат и нестабильная система расходования бюджетных средств, которые нуждаются в реформировании. Также выявлено, что необходимым условием качественного и эффективного функционирования контрактной системы является конкурентоспособность на определенном рыночном пространстве, развитие соответствующих функций, а также значительное повышение самостоятельности при организации закупочных процедур. На основе этого определено, что одной из важнейших задач реформирования государственной политики является подготовка управленческих решений, способных реализовывать эффективные государственные закупки, направленные на социально-экономическое развитие региона. Выявлены особенности территориальной группы инструментов регулирования управленческой деятельности, сущность которой заключается в изменении функций этой деятельности в условиях форс-мажорных обстоятельств, что обуславливает необходимость построения аддитивной модели в условиях оценочных мероприятий.

Эффективность управленческой деятельности следует оценивать путем определения соотношения между полученными от нее результатами и затраченными для ее осуществления ресурсами. Что касается деятельности органов государственного управления, то следует также включать и качество услуг, ориентированных на способность удовлетворять их потребителей. Основными критериями качества в государственном управлении при реализации контрактной системы определены следующие: жесткие факторы, такие как материальные средства и структура; мягкие факторы, такие как процедуры и процессы; человеческий фактор, то есть персонал. В ходе изучения теоретических постулатов развития контрактных отношений на региональном

уровне выявлены и обоснованы факторы, которые имеют значительное влияние на работу органов государственной власти и от которых зависит качество работы их структур, а именно: качество нормативно-правовой базы; планирование и принятие управленческих решений органами власти; система ответственности и механизм подотчетности; прозрачность и открытость финансовой и, в целом, бюджетной политики; профессионализм государственных служащих; уровень внедрения и использования современных информационных технологий; гибкость системы управления изменениями, а именно реформами и инновациями при осуществлении закупочных процедур.

При комплексной оценке контрактной системы необходимо учитывать основные принципы, позволяющие повысить эффективность управленческой деятельности. Установленная тенденция позволила выделить научные методы оценки, такие как сбор данных и их анализ, а также традиционные (общественные) формы оценки. Таким образом, предложено оценивать эффективность управленческой деятельности на региональном уровне методами анализа и сопоставления показателей, которые характеризуют следующее: удовлетворенность населения качеством предоставляемых услуг органами государственной власти; инвестиционная привлекательность региона; эффективность использования бюджетных ресурсов; уровень развития малого и среднего бизнеса; соотношение экспортно-импортных операций на рынке; реализация институциональных реформ. Среди основных видов оценивания эффективности управления выделены: мониторинг, который обеспечивает процесс систематического сбора и анализа информации с целью наблюдения и контроля динамики развития какого-либо экономического процесса или явления в регионе, и, в том числе, эффективности расходования бюджетных средств; суммирующая оценка, включающая в себя анализ результатов воздействия и показателей экономической деятельности; интегральный показатель. Для дальнейшей разработки эффективного механизма оценки и определены факторы, влияющие на качество управленческого решения (таблица 1) и на процесс разработки и принятия решения при реализации контрактной системы на региональном уровне (таблица 2).

Таблица 1- Факторы, влияющие на качество управленческого решения
(разработано авторами)

Этапы	Факторы
Этап разработки решения	Методический уровень разработки решения
	Объем, достоверность и оперативность используемой информации
	Уровень организации, механизации и автоматизации информационной работы
	Время, которое необходимо для разработки решения
	Компетентность лица, которое принимает решение
	Субъективные факторы
Этап реализации решения	Организационные формы и методы управления
	Время, которое необходимо для осуществления решения
	Авторитет руководителя
	Уровень подготовки управленческих кадров
	Надежность и эффективность технических средств управления
	Рациональная организация контроля исполнения решения
	Факторы рисков

Таблица 2 - Факторы, влияющие на процесс разработки и принятия решения при реализации контрактной системы на региональном уровне
(разработано авторами)

Факторы	Характеристики
Личностные оценки	Процесс разработки и принятия решения всегда, явно или неявно, протекает на фоне его личного восприятия, субъективного ранжирования его ценностей и результатов. Личностное отношение менеджера к делу, его мировоззрение и собственные побудительные мотивы неизбежно накладывают отпечаток на решение
Уровень неопределенности, риски конфликта	Способы действий в различных ситуациях принципиально отличаются. В соответствии со сложившейся ситуацией разработка решения проводится по-разному
Время и изменчивость окружающей среды	Фактор времени, а также принципиальная изменчивость окружающей среды, ситуаций и условий протекания процессов приводят к тому, что принятые решения оказываются различными даже для решения одинаковых, на первый взгляд, задач
Информационные ограничения	Необходимая информация может оказаться или недоступной, или чрезмерно дорогой. Иногда, но далеко не всегда есть возможность отложить принятие решения, если дополнительные сведения будут получены «на выгодных условиях»
Возможные негативные последствия	Следует учитывать негативные последствия каждой альтернативы управленческого решения, чтобы для каждого его варианта заранее было известно, что нужно делать. Негативные последствия целесообразно воспринимать как дополнительные ограничения
Взаимосвязь и взаимозависимость решений	Решения, касающиеся даже отдельного единичного вопроса, получают резонанс во многих областях, что объясняется взаимозависимостью действий и процессов хозяйственной деятельности. Учет взаимозависимости принятых решений приводит к необходимости их согласования

Таблица 3 - Показатели оценки эффективности контрактной системы
(разработано авторами)

Наименование показателя
Объем расходной части региона, осуществленных заказчиками конкурентными способами по итогам отчетного периода, млн. руб.
Объем расходной части региона, осуществленных заказчиками путем размещения у единственного поставщика по итогам отчетного периода, млн. руб.
Сумма начальных (максимальных) цен контрактов за вычетом суммы начальных (максимальных) цен несостоявшихся процедур по региону, млн. руб.
Процент закупок, размещенных у субъектов малого предпринимательства и социально ориентированных некоммерческих организаций, %
Сумма начальных (максимальных) цен контрактов, прошедших проверку в органах регионального финансового контроля, млн. руб.
Сумма начальных (максимальных) цен контрактов после проверки органами финансового контроля, млн. руб.

Методика оценки комплексной эффективности формируется на основании факторного анализа и расчета влияния факторов, оценки роли каждого из них на изменение величины итогового индикатора. Немаловажным является и обеспечение реальности влияния субъекта управления на управляемый объект, то есть предвидение путей реализации интересов обеих сторон посредством частных: установление соответствия между уровнями развития обеих сторон системы управления, инициирования заинтересованности исполнителей в достижении поставленных целей. Из вышеуказанного следует, что основная характеристика взаимодействия субъекта и объекта управления в процессе целеполагания – это цель управления, причем, со стороны субъекта управления она видится как максимальное достижение объектом поставленных задач, а со стороны объекта – это лишь желаемый для него результат работы, который получен в результате решения поставленных задач. В таком ключе мотивация достижения цели управления со стороны руководителя (субъекта) и исполнителя (объекта) не всегда совпадают. В данных экономических реалиях на результативность государственных и муниципальных закупок влияет большое количество факторов, указанных выше. К числу факторов, уменьшающих эффективность реализации контрактной системы, можно отнести следующие: небольшая степень результативности прогнозирования государственных закупок; незначительный уровень компетентности заказчиков, определяющих начальную (максимальную) цену договоров, что приводит к ошибкам в расчетах; небольшая доля участия субъектов малого предпринимательства и социально ориентированных некоммерческих организаций в закупочных процедурах; незначительная доля закупок, размещаемых конкурентными способами. Указанные

факторы, с нашей точки зрения, во многом содействуют невыполнению поставленных при внедрении контрактной системы целевых установок. Также отличительной характеристикой управления при реализации контрактной системы является то, что по своему предмету она является информационной. То есть она заключается в получении, осмыслении, систематизации, хранении, выдаче социальной и, преимущественно, управленческой информации. Существует множество трудностей с получением информации, которая являлась бы пригодной для государственного или муниципального управления. Управление в контрактной системе, как и всякую деятельность, можно оценить простейшими показателями и сложными показателями, построенными на соизмерении и сопоставлении простых показателей. Простейшие показатели – это затраты усилий, ресурсов, энергии; время, затраченное на деятельность; конкретный результат, произведенный продукт, предоставленная услуга. Важнейшие сложные показатели – интенсивность (сопоставление усилий и времени деятельности); эффективность (сопоставление усилий, ресурсов и результата); производительность (сопоставление результата и времени).

Эффективность регионального менеджмента – это достижение максимально возможного результата при минимально возможных затратах усилий или ресурсов. Эффективность менеджмента в контрактной системе определяется следующими факторами: время (своевременность решений, экономия времени, ритмичность управления, комбинация информационных технологий, профессиональный потенциал персонала); ресурсы (наличие, структура, экономия, качество, пополнение); результат (целеустановка, качество результата, стратегия, удовлетворение спроса, согласованность деятельности).

Создание единой системной оценки эффективности контрактной системы целесообразно на основе построения аддитивной модели с учетом присвоенных каждому из показателей весовых коэффициентов значимости.

Показатель комплексной оценки эффективности контрактной системы (F) будет рассчитываться суммированием значений по каждому из индикативных показателей с учетом их весового значения в последовательности:

$$F = F_1 * 0,3 + F_2 * 0,2 + F_3 * 0,2 + F_4 * 0,1 + F_5 * 0,1 + F_6 * 0,1 \quad (1)$$

При разработке методики, в первую очередь, были определены индикаторы, которые, с нашей точки зрения, в наибольшей степени отражают результативность контрактной системы. В частности, к таким индикаторам были отнесены:

1. Индикатор реальной экономии бюджетных ассигнований, % (F1).

2. Процент применения конкурентных процедур, % (F2).
3. Индикатор размещения закупок у субъектов малого предпринимательства и социально ориентированных некоммерческих организаций, % (F3).
4. Индикатор реализации планов-графиков при размещении закупок, % (F4).
5. Обоснованность определения заказчиками начальной (максимальной) цены, % (F5).
6. Индикатор фактической экономии бюджетных средств, % (F6).

В зависимости от значения полученного системного индикатора определяет уровень эффективности контрактной системы:

при $F > 75\%$ степень результативности признается значительной;

при $50\% < F < 75\%$ — средней;

при $25\% < F < 50\%$ — небольшой;

при $F < 25\%$ — равной нулю.

Представим результаты апробации методики расчета каждого из показателей, включенных в комплексную оценку эффективности контрактной системы на примере Орловской области в таблице 4.

Таблица 4- Комплексная оценка эффективности контрактной системы в Орловской области (рассчитано авторами на основе открытых данных, представленных на <https://zakupki.gov.ru>)

Показатель	2017 г.	2018 г.	2019 г.
Суммарное выражение начальных (максимальных) цен за минусом суммы начальных (максимальных) цен несостоявшихся процедур, млн. руб.	11423,2	18098,9	9293,9
Суммарное выражение значение цен по заключенным контрактам и договорам, млн. руб.	10939,1	17386,2	8664,6
Расходная составляющая на закупки, осуществленные заказчиками конкурентными процедурам, млн. руб.	8523	13158	9049,0
Расходы на закупочные процедуры, осуществленные заказчиками конкурентными и неконкурентными методами, млн. руб.	10939,1	17386,2	12814,1
Процент закупок, размещенных у субъектов малого предпринимательства и социально ориентированных некоммерческих организаций, %	20,53	28,36	26,28
Установленная по итогам проверок органами внутреннего финансового контроля начальная (максимальная) цена контрактов, млн. руб.	449988,38	560007,26	265555,1
Установленная заказчиками начальная (максимальная) цена контрактов, подлежащих проверке, млн. руб.	476178,18	580306,26	301052,9
Сумма издержек бюджета, связанных с реализацией контрактов, млн. руб.	5,35	11,1	44,4

Ключевой индикатор оценки эффективности муниципальных закупок (F) на территории Орловской области в 2017 г. составил 72,37 %, в 2018 г. — 72,81 %, в 2019 г.

— 73,12 %. Слабой стороной в реализации управленческой деятельности в условиях применения контрактной системы выступает стадия прогнозирования самих закупочных процедур. Применение представленной методики не ограничивается муниципальным бюджетом, и она может быть использована и на федеральном уровне. Таким образом, полученный индикатор комплексной оценки эффективности контрактной системы на территории Орловской области в 2017-2019 году дает возможность сделать вывод о среднем уровне результативности работы органов власти по размещению государственного заказа.

Следующей рассматриваемой проблемой финансирования бюджетных учреждений является неэкономное расходование средств, выделяемых бюджетом. Часто встречающийся факт, что заказчики могут приобретать дорогой товар, по необоснованно завышенным ценам.

Расходование средств необоснованно не допускается, для этого и предусмотрена смета доходов и расходов на определенные статьи. Но, тем не менее, встречаются случаи безрассудного расходования бюджетных средств, с таким недобросовестным поведением необходимо бороться.

Необходимо поднять вопрос о мере ответственности к лицам, допускающим такое безрассудное расходование государственных средств, которые не отвечают интересам формирования объема, номенклатуры закупок государственным интересам, которые превышают лимит, заранее установленный в результате планирования государственных закупок. Кроме того, есть смысл включить в данный акт лимиты бюджетного финансирования и их обоснования. В данном ключе необходимо исходить из интересов не только представителей и сотрудников заказчика, но и из интересов самого заказчика. Для того чтобы повысить потенциал и уровень интереса к выполняемой работе у должностных лиц, которые занимаются размещением государственного заказа, следует ввести премии за количество экономно-размещенных заказов. Например, размер премии может варьироваться от 1 до 5 % от суммы сэкономленных средств. Таким образом, заинтересованность в корректной работе данных лиц будет увеличен. Бюджетные средства, которые остались после размещения всех запланированных закупок, следует оставлять в распоряжении заказчика, на какие-либо необходимые нужды, но опять же, реализация денежных средств на иные цели должны фиксироваться в какой-либо специальной системе по осуществлению контроля деятельности заказчика.

Далее рассмотрим проблему, которая сегодня является довольно актуальной – недобросовестность участников при проведении закупок в целях финансирования

учреждений. Существует необходимость создания минимальных требований ко всем участникам закупок, которые должны быть утверждены законодательно, потенциальным поставщикам для реализации защиты интересов, в том числе имущественных, данные требования не должны зависеть от способа размещения государственных заказов. Отметим, что, как правило, заказчики самостоятельно проводят проверку соответствия участников определённым требованиям. Данный факт осуществляется с помощью направления запроса в государственные органы. Категорически не допускается подтверждение соответствия объявленным требованиям самим участникам размещения заказов. Настоящие требования являются необходимой частью проведения настоящих процедур, дабы избежать допущения к участию фирм-однодневок, которые в дальнейшем будут не способны исполнить условия контракта. Настоящее предложение может стать дополнительной гарантией для государственного заказчика в сфере регулирования отношений заказчик-поставщик, исключит возможность победы особенных, или избранных участников, которые могут побеждать лишь с помощью неправомерных действий.

В данном аспекте является необходимым определение организационных механизмов и мероприятий, для устранения данных недоработок в настоящих правилах.

Необходимо иметь понимание вышестоящим органам, законодателям, что система государственных закупок, контрактная система просто не может осуществить полноценную деятельность без квалифицированных кадров, способных своевременно, без особо крупных издержек решать насущные проблемы, справляться со своей деятельностью быстро и без особых потерь.

В соответствии с этим, на сами государственные организации возлагается обязанность по поддержанию и повышению квалификации кадров, работающих в данной сфере, повышению и поддержанию квалификации контрактных управляющих. Зачастую бывает, что данную работу они выполняют с минимальными рисками, что может снижать качество поставляемого товара, поскольку характеристики товара зависят от качественно составленного технического задания, которое может отобрать наиболее привлекательных участников и отсеять непригодных к выполнению качественной поставки. Соответственно, в связи с менее трудоемким и качественным процессом отбора участников с помощью технического задания более половины проводимых торговых мероприятий проводится не самым эффективным способом. Для улучшения данного процесса, есть необходимость привлекать на должность контрактного управляющего определёнными стимулами, потому

что без стимулирования деятельности есть вероятность проникновения на рынок государственных закупок недобросовестных поставщиков, фирм однодневок.

Следующая рассматриваемая проблема – проблема качества товаров, которые приобретаются для нужд муниципальных организаций. В связи с этим, зачастую приходится повторять конкурсные процедуры, поскольку первичные закупки не удовлетворили заказчика качеством. Это происходит в большинстве своей из-за некачественно составленного контракта или же из-за приемки товара, предварительно не прошедшего экспертизу.

Ущерб от коррупционных действий в сфере государственных закупок составляет 16-24 % в год. Именно поэтому в настоящем законе данной теме уделено повышенное внимание. С введением данного закона удалось снизить количество контрактов, заключенных по схеме «единственный поставщик» и обеспечило рост конкуренции на рынке государственных закупок. С коррупцией, конечно, необходимо бороться и стараться искоренять из сферы государственных закупок, но о негативных последствиях следовало думать законодателям при разработке настоящего закона.

В результате, основываясь на предложениях, приведенных выше, существует некая «пропасть» в настоящем законе, следует внести ряд дополнений, для избегания подобных ситуаций, необходимо повышать квалификацию заказчика и уровень его мотивации и регулярно обновлять ряд нормативно-правовых актов, а также вести жесткий контроль над исполнением настоящего закона.

Для решения поставленных проблем в области государственных закупок существует необходимость в создании базы данных по сложившимся и текущим ценам, в условиях рыночной экономики, что может облегчить вопрос ценообразования на товары, работы и услуги и устранил сложность и ясность данной проблемы.

Существует необходимость в разработке типовых форм договоров для типовых ситуаций для избегания составления их по упрощенной системе. Необходимо создать новый орган управления, а также наделить дополнительными полномочиями ответственных должностных лиц для проведения всестороннего контроля системы государственных закупок по различным регионам и, соответственно, на централизованном уровне. Для создания данного органа, необходимо подобрать квалифицированный персонал, а именно, руководителей и специалистов с необходимыми знаниями, навыками, с опытом работы в системе государственных закупок. Для поддержания необходимого опыта нужно создать систему курсов повышения квалификации, с каждым нововведением в регулирующие законы.

Для устранения коррупции, повышения конкурентоспособной среды в области государственных закупок существует необходимость в ужесточении наказания за противозаконные деяния. Следует прописать дополнительную ответственность за невыполнение или ненадлежащее выполнение своих обязанностей для специалистов, руководителей в сфере государственных закупок.

Из этого следует, что существует необходимость в создании такой государственной программы, которая смогла бы усовершенствовать и модернизировать правовое творчество, которая, в свою очередь, позволит определить каждому из субъектов, участвующих в государственных закупках, свое место и свою роль в реализации данного процесса.

Данным методом остается невозможным решить вопрос борьбы с неправомерным поведением вышестоящих лиц, невозможно оптимизировать практическую часть проведения государственных закупок в связи с отсутствием тотального контроля действия чиновников. Поскольку в работу правоохранительных органов не входит обязанность выявления правонарушений, ведь, если вовремя выявить, можно заведомо предупредить многие неправомерные действия со стороны вышестоящих лиц, которые в связи с отсутствием более действенных способов предотвращения, чувствуют свою вседозволенность. Как обычно бывает, что одних правонарушителей покрывает руководство, других – сотрудники правоохранительных органов, следующие могут обойтись минимальным уголовным наказанием или вовсе остаться без такового. Сегодня, противодействием коррупции при проведении государственных заказов занимаются правоохранительные органы, в том числе прокуратура, полиция, следственный комитет и так далее, но это не приводит к эффективности предпринимаемых мер, не решает насущные вопросы. Таким образом, создание такого учреждения является необходимым, сотрудники которого будут наделены широкими полномочиями в области проведения государственных закупок. Следует отметить, что развитие государственных и муниципальных закупок очень тесно пересекается с развитием технологий, в первую очередь – информационных. Следует данные технологии наиболее активно внедрять в практику бюджетных организаций. Ведущим приоритетом так же остается контроль целевого использования бюджетных средств.

Надо отметить, что система финансового планирования закупок достаточно молода, в связи с этим имеет довольно много проблем, связанных с различием между учебным и финансовым годом.

В соответствии с законом 44-ФЗ планирование государственных закупок осуществляется на срок, который соответствует сроку действия Закона об обсуждаемом бюджете.

Следует принимать во внимание тот факт, что в соответствии с бюджетным законодательством, все бюджетные выделения денежных средств закрепляются за каждым бюджетным распределителем за финансовый год. Соответственно, государственные учреждения должны организовывать финансовое планирование государственных закупок на финансовый год – с 1 января по 31 декабря текущего года, а учебный год начинается 1 сентября и заканчивается 31 августа, это довольно усложняет процесс качественного финансового планирования для обеспечения всем необходимыми для бюджетного процесса.

В настоящее время, основным источником финансирования большинства учреждений стала субсидия, выделяемая от главного распорядителя бюджетных средств. Размер субсидии зависит от установленных норм финансирования, которые находят свое отражение в государственном задании.

Поскольку все финансовые показатели государственных учреждений не могут быть определены ранее 1 сентября финансового года, происходит временной разрыв между данными периодами, в основном выделение бюджетных ассигнований от финансового распорядителя больше ориентирован на учебный год. В связи с этим возникает множество трудностей при осуществлении финансового планирования. Так как до 1 сентября плановое финансирование не может быть подтверждено главным распорядителем, планирование закупок под данное финансирование не предоставляется возможным.

Решением данной проблемы возможно только при условии, что каждый распорядитель бюджетных ассигнований будет усреднять сумму бюджетных средств для государственных учреждений на период с 1 сентября до 31 декабря финансового года с дальнейшей корректировкой всех финансовых показателей по итогам финансового года.

Настоящие изменения поспособствуют созданию условий для увеличения эффективности действующей системы планирования, путем увеличения ответственности государственных учреждений за контрольные цифры приема за планирование финансовых показателей закупок. Вместе с тем, положительное влияние данное действие окажет и на финансового распределителя. Таким образом, мной было рассмотрено несколько весомых проблем, которые в данный период времени не дают стать системе государственных закупок совершенной. Происходит это, в основном, из-за низкой эффективности использования государственных средств и мероприятий в сфере

государственного управления, которые не приносят желаемого результата. Были приведены пути решения проблем, соблюдая которые, можно выйти на более высокий уровень, существенно экономя бюджетные средства, ради чего, собственно, и организована и постоянно совершенствуется система государственных закупок.

В сфере государственного регулирования, государственные закупки являются основополагающим институтом, который постоянно совершенствуется. Государство выступает как заказчик, крупнейший потребитель всех общественных товаров в различных секторах экономики.

Государственный спрос выступает как мощный инструмент регулирования хозяйственной системы, который способен оказывать влияние на экономику в целом на федеральном и на региональном уровнях. Государственные закупки направлены на решение общенациональных задач, где важным аспектом является удовлетворение общенародных нужд и потребностей, путем выполнения таких функций государства, как организационно-хозяйственных. Данный вид функций является механизмом государственных закупок, как объединение различных форм хозяйствования, совокупность методов и совершенствования инструментов управления. Основополагающие принципы и правовые нормы реализации государственного заказа создают универсальный инструмент регулирования хозяйственной деятельности в странах со смешанной экономикой, где практикуется контрактная система для осуществления государственного заказа. Вследствие существования контрактной системы государство может взаимодействовать с различными структурными элементами данной сферы любой организационной формы собственности, одновременно удовлетворяя потребности общества, поддерживая рост экономической стабильности.

Для поддержания устойчивости экономического развития государство привлекает и предпринимательский потенциал, для регулирования экономики в целом. В данном случае возникает синергетический эффект, то есть повышение эффективности в результате объединения отдельных функционирующих частей в одно целое, путем слияния деятельности государственных заказчиков и отдельных юридических и физических лиц, которые с помощью друг друга достигают поставленные цели.

Впервые коррупция проявилась, во времена Киевской Руси, в трех вариациях: посул, почесть и оплата услуг. Данные формы коррупции некоторое время были абсолютно законны, они влились в механизм ведения государственных дел и сохранялись на протяжении веков. Однако с реализацией революционных действий стоило ожидать исчезновение данной проблемы, но, к сожалению, в условиях всеобщего дефицита,

коррупция проявлялась в других формах. В связи с этим, согласно историческим процессам, коррупция — неотъемлемая часть ведения дел в России, особенно на государственном уровне. Ежегодно Transparency International проводит исследования по восприятию коррупции среди предпринимателей аналитиков и обывателей в разных странах. Распределение баллов таково: от 100 (коррупция отсутствует) до 0 (крайне высокий уровень коррупции). Существуют несколько проблем, мешающих эффективно бороться с правонарушениями в области государственных закупок, одна из них – трудно доказуемость произошедшего правонарушения из-за действий или бездействий должностного лица, с целью обогащения, а не по причине халатности или неграмотности. Например, для доказательства факта взятки необходимо имеет неопровержимые улики — данные прослушивающих устройств или видеозаписи, результаты оперативных экспериментов. Ввиду презумпции невиновности, гарантированной Конституцией Российской Федерации, пока виновность не будет доказана, обвиняемый невиновен. Приведем пример, член комиссии по осуществлению закупок муниципального казенного учреждения города Новосибирска допустил компанию, не предоставившую лицензию на право деятельности по работе с IV классом отходов, до участия в конкурсе по сбору случайного мусора. Однако согласно конкурсной документации необходимым и обязательным условием участия было наличие лицензии. Финансируемые государством заказы — это преимущество для роста потребления в стране. Можно сказать, что государство таким способом инвестирует средства в собственное благополучие. Эффективность экономики и рост доходов при этом также возрастают. Новая законодательная база по государственным закупкам стремится исключить нерациональные затраты средств, которые могут иметь место, с целью чего на предприятии создается комиссия по осуществлению закупок.

Правительство пытается увеличить рост объемов потребления, вернув доверие предпринимателей к государству, которое было утеряно много лет назад и это самое главное достижение этой сферы.

К числу основных результатов, определяющих научную новизну исследования, относятся следующие:

1. усовершенствована концепция регионального менеджмента, как адаптированная к условиям реализации контрактной система эффективного управления ее социально-экономическим развитием, в основу которой положены актуализированные базовые принципы регионального менеджмента. Данная концепция призвана обеспечить социально-экономическое развитие региона за счет формирования государственной

- социально-экономической доктрины, стимулирующей инвестиционной политики, повышения качества взаимодействия органов государственной власти и общества;
2. научно обоснованы факторы, влияющие на качество управленческого решения, а также на процессы его разработки, принятия и реализации;
 3. разработана и апробирована методика комплексной оценки эффективности контрактной системы на основе процессно-организационного обеспечения процесса принятия управленческих решений.

Список литературы

1. Вертакова Ю.В. Моделирование регионального развития с использованием структурного подхода: принципы, инструменты и опыт их применения / Ю.В. Вертакова, О.С. Прокопенко // Управленческое консультирование. 2019. № 8 (128). С. 28-46.
2. Плотников В. А. Стратегия инновационного развития России: управленческие проблемы реализации / Ю. В. Вертакова, В. А. Плотников // Друкеровский вестник. 2020. № 1 (33). С. 5-20.
3. Положенцева Ю. С. Оценка эффективности процессов интеграции региональных бизнес-структур / Ю. С. Положенцева, И. В. Андросова, И. Г. Паршутина // Вестник ОрелГИЭТ. 2019. № 4 (50). С. 112-117.
4. Полянин А.В. Современная концепция региональных точек экономического роста / А.В. Полянин, Л.И. Проняева // Регион: системы, экономика, управление. 2020. № 2 (49). С. 24-33.
5. Проняева Л. И. Кластерные инициативы как инструмент развития конкурентоспособной экономики / Л. И. Проняева, О. А. Федотенкова, А. В. Павлова // Вестник Воронежского государственного университета. Серия: Экономика и управление. 2018. № 1. С. 43- 52.
6. Сироткина Н. В. Индикативное управление социально-экономическими системами // Вестник Воронежского государственного университета. Серия: Экономика и управление. 2017. № 4. С. 96- 106.

References

1. Vertakova YU.V. Modelirovanie regional'nogo razvitiya s ispol'zovaniem strukturnogo podhoda: principy, instrumenty i opyt ih primeneniya / YU.V. Vertakova, O.S. Prokopenko // Upravlencheskoe konsul'tirovanie. 2019. № 8 (128). S. 28-46.
2. Plotnikov V. A. Strategiya innovacionnogo razvitiya Rossii: upravlencheskie problemy realizacii / YU. V. Vertakova, V. A. Plotnikov // Drukerovskij vestnik. 2020. № 1 (33). S. 5-20.

3. Polozhenceva YU. S. Ocenka effektivnosti processov integracii regional'nyh biznes-struktur / YU. S. Polozhenceva, I. V. Androsova, I. G. Parshutina // Vestnik OrelGIET. 2019. № 4 (50). S. 112-117.
4. PolyaniinA.V. Sovremennayakonceptiyaregional'nyhtochekeekonomicheskogorostaA.V. Polyaniin, L.I. Pronyaeva // Region: sistemy, ekonomika, upravlenie. 2020. № 2 (49). S. 24-33.
5. Pronyaeva L. I. Klasternye iniciativy kak instrument razvitiya konkurentosposobnoj ekonomiki / L. I. Pronyaeva, O. A. Fedotenkova, A. V. Pavlova // Vestnik Voronezhskogo gosudarstvennogo universiteta. Seriya: Ekonomika i upravlenie. 2018. № 1. S. 43- 52.
6. Sirotkina N. V. Indikativnoe upravlenie social'no-ekonomicheskimi sistemami // Vestnik Voronezhskogo gosudarstvennogo universiteta. Seriya: Ekonomika i upravlenie. 2017. № 4. S. 96- 106.

СЕЛЬСКОХОЗЯЙСТВЕННЫЕ НАУКИ
AGRICULTURAL SCIENCE

Развитие растениеводства в Пензенской области: состояние и тенденции

Development of crop production in the Penza region: state and trends



УДК 633(470.40)

DOI 10.24411/2413-046X-2020-10471

Винничек Любовь Борисовна,

доктор экономических наук, профессор, заведующий кафедрой организации и информатизации производства, ФГБОУ ВО Пензенский ГАУ, ORCID: <http://orcid.org/0000-0002-6127-7201>, l_vinnichek@mail.ru

Хомутов Михаил Андреевич,

аспирант ФГБОУ ВО Пензенский ГТУ, ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-5889-5877>, mike.khomutov@gmail.com

Vinnichek Lyubov B.,

doctor of economic sciences, professor, head of department of organization and informatization of production, Penza state agrarian University ORCID: [http:// orcid.org/0000-0002-6127-7201](http://orcid.org/0000-0002-6127-7201), l_vinnichek@mail.ru

Khomutov Mikhail A.,

graduate student, FSBEI Penza State Technological University ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-5889-5877>, mike.khomutov@gmail.com

Аннотация. В статье дана оценка развития растениеводства региона по сравнению со средними показателями по Российской Федерации. Авторами проанализировано производство основных видов продукции растениеводства в хозяйствах всех категорий, урожайность основных видов сельскохозяйственных культур и выявлены сложившиеся тенденции. Рассмотрена динамика основных групп посевных площадей в хозяйствах всех категорий в Пензенской области за исследуемый период и определено за счет чего

произошло перераспределение посевных площадей. Выявлены векторы изменения структуры производства основных видов продукции растениеводства по категориям хозяйств. Дана оценка обеспеченности сельскохозяйственных организаций техникой и тенденциям ее изменения. Определена роль внесения минеральных удобрений на урожайность культур и проведено сравнение с ведущими мировыми странами доз внесения удобрений. Раскрыт фактор, обеспечивающий устойчивое производство продукции растениеводства, которым является биологизация производства, осуществляемая по направлениям, представленным в статье. Выявлены основные тенденции развития растениеводства в регионе.

Summary. The article assesses the development of crop production in the region in comparison with the average indicators for the Russian Federation. The authors analyzed the production of the main types of crop production in farms of all categories, the productivity of the main types of agricultural crops and identified the current trends. The dynamics of the main groups of sown areas in farms of all categories in the Penza region during the study period is considered and it is determined due to which there was a redistribution of sown areas. Vectors of changes in the structure of production of the main types of crop production by categories of farms are identified. The assessment of the provision of agricultural organizations with equipment and trends in its changes is given. The role of mineral fertilizers application on crop productivity is determined and the comparison of doses of fertilizers application with the leading world countries is made. The author reveals the factor that ensures sustainable production of crop production, which is the biologization of production, carried out in the directions presented in the article. The main trends in the development of crop production in the region are identified.

Ключевые слова: растениеводство, анализ развития растениеводства, производство продукции растениеводства.

Key words: plant growing, analysis of plant development, crop production.

Введение. Одной из основных отраслей сельского хозяйства является растениеводство, которое обеспечивает не только население продуктами питания, но и животноводство – кормами.

Важность производства продукции растениеводства определяется тем огромным экономическим значением, которое имеет эта продукция для жизни людей, являясь предметом личного потребления, а также для перерабатывающих ее отраслей, которые используют ее в качестве сырья [4].

Ход исследования. Растениеводство является важнейшей отраслью сельского хозяйства Пензенской области. Сельскохозяйственные угодья в хозяйствах всех категорий

региона составляют более 70 процентов. В благоприятные годы на долю растениеводства приходится от 50 до 60 процентов всей сельскохозяйственной продукции региона.

Основные площади пашни (92%) находятся на почвах глинистого и суглинистого механического состава. 75,2% пашни заняты черноземными почвами.

Средний балл оценки качества пашни относительно групп зерновых и зернобобовых культур – 57, сахарной свеклы – 100, кукурузы – 89. В целом по области лучшие (балл более 60) пахотные земли относительно группы зерновых культур занимают 29,7 %, хорошие (50- 60 баллов) – 61,5 %, средние и ниже среднего (менее 50 баллов) – 8,8 % площади пашни.

Почвенно-климатические условия региона благоприятны для возделывания сельскохозяйственных культур.

Производством продукции растениеводства занимаются во всех категориях хозяйств (таблица 1).

Валовой сбор зерновых в 2018 г. возрос по сравнению с 2005 г. на 75,4 % (в целом по России за тот же период производство зерна увеличилось на 45,6 %), что в большей мере обусловлено ростом урожайности и изменением структуры зернового клина, в который в последние годы включена кукуруза на зерно, чья урожайность значительно выше, чем у традиционных зерновых культур (пшеницы, ячменя, овса и др.).

Также следует отметить изменения в структуре посевных площадей зерновых в сторону увеличения продовольственных при одновременном снижении фуражных групп культур. Это, с одной стороны, стало следствием изменения закупочных цен, которые в большей степени стимулировали производство зерна продовольственных культур, чем зернофуражных, а с другой – снижением поголовья скота, и как следствие, падением спроса на фуражное зерно.

Таблица 1 – Производство основных видов продукции растениеводства в хозяйствах всех категорий

Вид продукции	2005	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018
Российская Федерация, млн т										
Зерновые (в весе после доработки)	77,8	61	94,2	70,9	92,4	105,2	104,7	120,7	135,5	113,3
Сахарная свекла	21,3	22,3	47,6	45,1	39,3	33,5	39,0	51,3	51,9	42,1
Семена подсолнечника	8	10,6	8,5	9,3	11,0	10,5	12,8	8	10,6	8,5
Картофель	29,5	30,2	24,3	25,4	22,5	21,7	22,4	29,5	30,2	24,3
Овощи	14,6	14,7	12,8	13,2	13,2	13,6	13,7	14,6	14,7	12,8
Пензенская область, тыс. т										
Зерновые (в весе после доработки)	994,9	407,3	874,8	749,9	1291,3	1265,4	1558,5	1945,8	2370,4	1744,6
Сахарная свекла	695,5	592,3	2053,5	2022,6	1852,9	1327,0	1517,4	1998,0	2378,8	1834,3
Семена подсолнечника	41,1	49,2	188,9	167,7	217,9	201,8	261,9	342,2	199,9	389,7
Картофель	518,4	105,9	526,1	454,7	502,1	513,1	539,8	422,8	490,1	411,0
Овощи	179,1	108,2	146,1	161,2	168,4	175,0	194,9	159,9	162,1	134,7

Производство сахарной свеклы в 2018 г. составило 1834,3 тыс. тонн, что в 2,6 раза выше уровня 2005 г, а в России за этот же период прирост составил 97,7 %. Фактором увеличения валового сбора при сокращении посевной площади стал рост урожайности (рис. 1).

Из-за появления на рынке скороспелых гибридов подсолнечника объемы его производства за исследуемый период возросли в хозяйствах всех категорий в 9,5 раз в Пензенской области, а в стране в целом – лишь в 2 раза. Объемы производства картофеля и овощей, не смотря на рост их урожайности сократились, из-за низкой конкурентоспособности на рынке, на 20,7 % и 24,8 %, соответственно. Аналогичная ситуация сложилась и в стране в целом, спад производства картофеля составил 20,3 %.

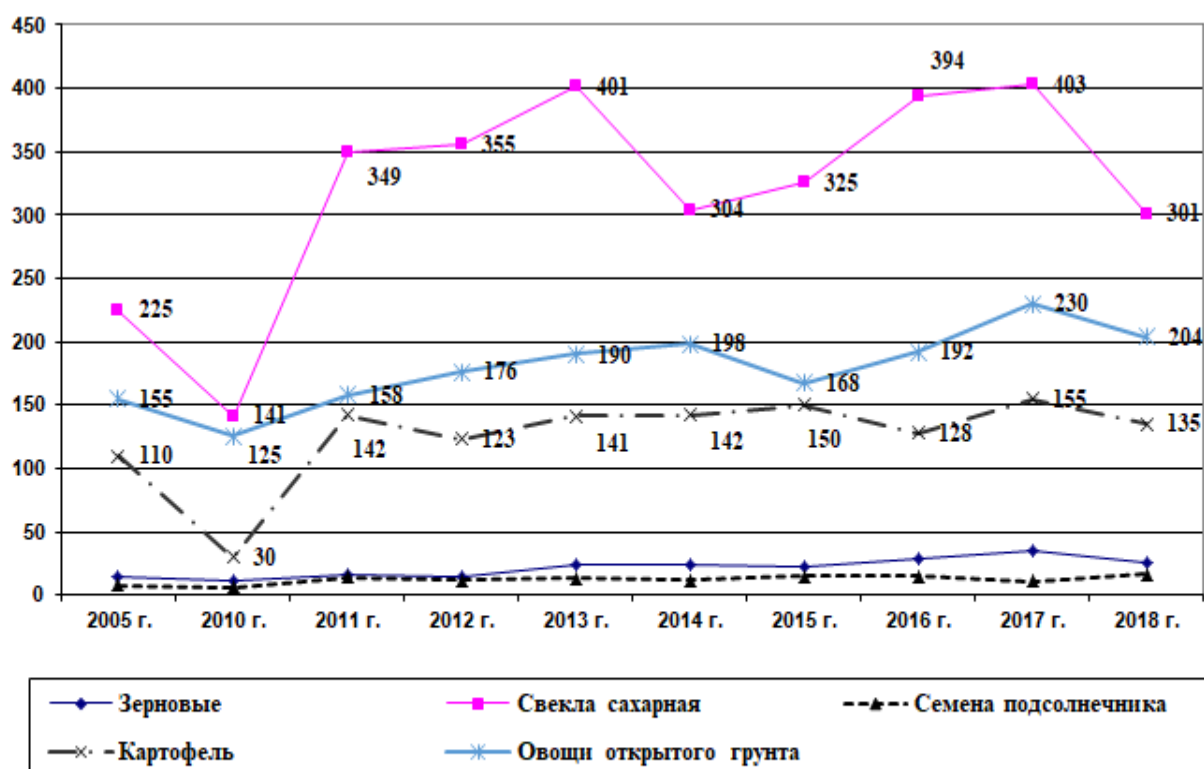


Рисунок 1 – Динамика урожайности основных видов сельскохозяйственных культур в Пензенской области в хозяйствах всех категорий, ц с 1 га

В Пензенской области снижение объемов производства картофеля и овощей в большей мере обусловлено сокращением посевных площадей (рисунок 2). Сокращение посевных площадей под кормовыми культурами и зерновыми привел к росту посевных площадей под техническими культурами (сахарной свеклы и масличными).

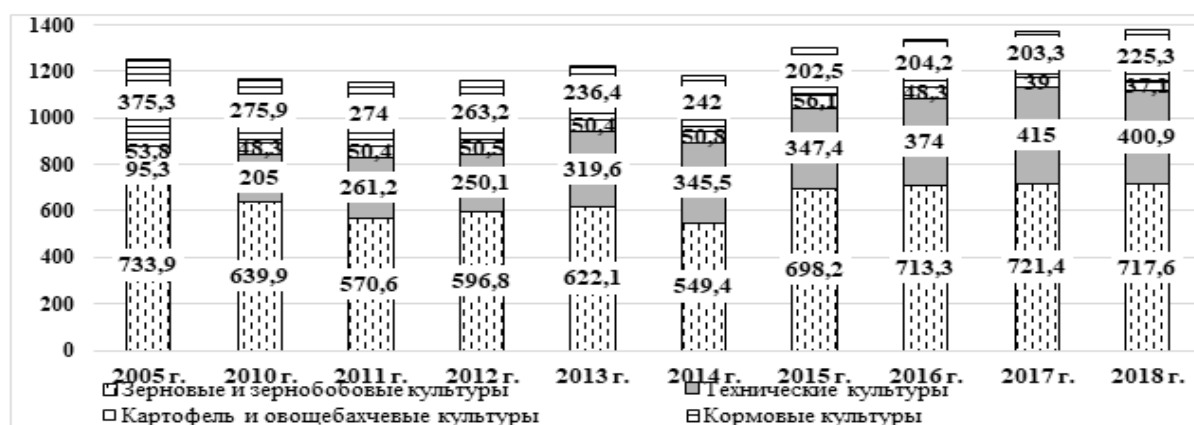


Рисунок 2 – Динамика основных групп посевных площадей в хозяйствах всех категорий в Пензенской области, тыс. га

Наряду с изменением объемов производства продукции растениеводства и посевных площадей, произошли существенные изменения и в структуре производства по категориям хозяйств (таблица 2).

Таблица 2 – Структура производства основных видов продукции растениеводства по категориям хозяйств, в процентах от хозяйств всех категорий

Вид продукции	Год									
	2005	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018
Сельскохозяйственные организации										
Зерно (в весе после доработки)	87	86,2	81,6	81,8	81,7	80,7	81,8	82,5	79,6	76,5
Сахарная свекла	78	85,6	85,9	85,0	88,4	88,7	87,8	88,6	89,5	89,7
Семена подсолнечника	84	84,8	79,3	81,7	75,5	76,4	79,5	78,8	75,8	75,6
Картофель	3	7,9	7,4	7,1	6,8	7,8	10,1	9,1	10,3	9,5
Овощи	6	6,8	9,5	9,9	8,7	10,3	16,4	17,7	21,6	13,5
Хозяйства населения										
Зерно (в весе после доработки)	1	2,0	2,0	1,1	0,7	0,7	0,6	0,4	0,6	0,8
Сахарная свекла	8	0,9	0,4	0,3	0,3	0,3	0,2	-	-	-
Семена подсолнечника	1	0,6	0,1	0,1	0,0	0,0	0,3	0,4	0,6	0,5
Картофель	97	91,1	90,0	90,0	91,5	88,8	83,8	84,9	82,6	83,7
Овощи	94	93,0	87,8	87,7	88,0	85,0	61,8	73,4	66,0	72,9
Крестьянские (фермерские) хозяйства										
Зерно (в весе после доработки)	12	11,8	16,4	17,1	17,6	18,6	17,6	17,0	19,8	22,7
Сахарная свекла	14	13,5	13,7	14,7	11,3	11,0	11,9	11,4	10,5	10,3
Семена подсолнечника	15	14,6	20,6	18,2	24,5	23,6	20,2	20,8	23,6	23,9
Картофель	0	1,0	2,6	2,9	1,7	3,4	6,1	6,0	7,1	6,8
Овощи	0	0,2	2,7	2,4	3,3	4,7	21,7	8,9	12,4	13,6

Сельскохозяйственные организации по-прежнему остаются основными производителями зерна, сахарной свеклы и подсолнечника. Так, если в 2005 году на их

долю приходилось 87% производства зерна, 78% сахарной свеклы, 84% семян подсолнечника, то в 2018 г. – 76,5 %, 89,7 %, 75,6 %, соответственно.

Хозяйства населения сконцентрировали у себя в 2005 году практически все производство картофеля и овощей (97 % и 94%, соответственно), а к 2018 г. их доля снизилась до 83,7 % и 72,9 %, соответственно, что свидетельствует о частичном перераспределении производства продукции между категориями хозяйств.

Фермерские хозяйства в 2005 г. произвели 12% зерна, 14% сахарной свеклы и 15% семян подсолнечника, а в 2018 г. их доля возросла до 22,7 %, 10,3 % и 22,7 %, соответственно. Кроме этого, фермерские хозяйства стали заниматься производством овощей. Их удельный вес в производстве картофеля составляет лишь 6,8 %.

Сокращение доли личных подсобных хозяйств населения в структуре производства продукции обусловлен как постарением населения, так и вахтовым способом работы сельских жителей.

В то же время уровень рентабельности по всей деятельности сельскохозяйственных организаций в Пензенской области продолжает оставаться достаточно низким (таблица 3). Анализ финансово-хозяйственной деятельности сельскохозяйственных организаций области за 2005-2018 гг. показывает, что снизилось не только общее количество сельскохозяйственных организаций в 2,7 раза, но и убыточных – в 7,1 раза.

Таблица 3 - Финансовые результаты деятельности сельскохозяйственных организаций в Пензенской области

Показатель	Год									
	2005	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018
Число хозяйств – всего, ед.	402	271	267	276	282	260	226	200	165	151
в том числе убыточных	171	99	61	80	56	49	42	30	33	24
в процентах от общего числа сельскохозяйственных организаций	43,0	36	23	29	20	19	19	15	20	16
Сумма убытка в расчете на одно убыточное хозяйство, млн. руб.	2,8	17255	13109	18657	21362	37877	14922	37745	28661	н/д
Прибыль (убыток), млн. руб.	190,3	365	1190	1231	576	3788	5515	3397	2608	524
Уровень рентабельности (убыточности) по всей финансово-хозяйственной деятельности, %	4,3	3,4	9,9	7,2	2,8	16,3	18,4	8,9	7,5	1,2

Проблема эффективного использования имеющихся в области сельскохозяйственных земель тесно связана с обеспеченностью сельскохозяйственных организаций и крестьянских фермерских хозяйств необходимой техникой. Число тракторов в хозяйствах области в расчете на 1000 га пашни сократилось в 2005-2018 гг. на 61,5 %, при этом нагрузка пашни на один трактор увеличилась на 189,4%. (Таблица 4).

Таблица 4 – Обеспеченность тракторами и комбайнами сельскохозяйственных организаций Пензенской области

Показатель	Год									
	2005	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018
Приходится тракторов на 1000 га пашни, шт.	5,2	4	3	3	2	2	2	2	2	2
Приходится пашни на один трактор, га	188	265	295	296	495	483	504	522	503	544
Приходится комбайнов на 1000 га посевов зерновых культур, шт.	5,1	2	2	2	2	2	1	1	2	1
Приходится посевов зерновых культур на один зерноуборочный комбайн, га	197	442	429	507	562	477	723	716	645	667

Число комбайнов в расчете на 1000 га посевов зерновых культур сократилось на 80,4%, нагрузка на них возросла в 3,4 раза.

За 2005-2018 гг. число тракторов сократилось почти на 60 % и составило 2643 единицы, зерноуборочных комбайнов – на 65,1 % и составило 731 единицу. Такая же тенденция сложилась и по сельскохозяйственным машинам, наличие которых уменьшилось на 31,6-72,6 %, а число картофелеуборочных комбайнов возросло в 3 раза, что вызвано увеличением посевных площадей почти в 2 раза в сельскохозяйственных организациях, и как следствие их сокращение в хозяйствах населения. Многие хозяйства стали использовать более производительную энергонасыщенную технику и соответствующие сельскохозяйственные машины, которые имеют большую ширину захвата. В результате их наличное количество сокращается. Раскрытие потенциальной урожайности сортов и гибридов невозможно без внесения минеральных удобрений, за счет которых происходит не только восполнение питательных веществ в почве, но и формирование урожая (таблица 5).

Таблица 5 – Внесение минеральных удобрений под посевы в сельскохозяйственных организациях в Пензенской области

Показатель	Год									
	2005	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018
Российская Федерация										
Внесено минеральных удобрений (в пересчете на 100% питательных веществ) всего, млн т	1,4	1,9	2	1,9	1,8	1,9	2	2,3	2,5	2,5
на га посева, кг	25	38	39	38	38	40	42	49	55	56
в том числе под:										
зерновые культуры (без кукурузы)	29	41	42	40	40	42	45	51	58	60
свеклу сахарную	252	276	268	272	260	255	274	294	301	305
лен-долгунец	51	50	48	42	38	28	33	42	32	63
подсолнечник	15	24	23	26	26	28	25	32	37	34
овощебахчевые культуры	114	179	159	160	173	172	166	195	198	187
картофель	181	263	279	244	268	306	328	326	354	392
кормовые культуры - всего	9	12	15	14	13	13	14	16	19	20
Доля удобренной площади минеральными удобрениями во всей посевной площади, %	32	42	46	45	46	47	48	53	58	58,6
Пензенская область										
Внесено минеральных удобрений (в пересчете на 100% питательных веществ) всего, тыс. т	9,2	30,4	25,4	21,6	30,5	30,8	44,8	54,1	54,0	51,9
на га посева, кг	9	37	32	28	38	40	53	65	63	60
в том числе под:										
зерновые культуры (без кукурузы)	8	30	26	23	33	40	52	60	63	58
свеклу сахарную	153	270	191	149	187	163	203	272	244	284
подсолнечник	6	37	25	24	32	31	34	45	35	23
овощебахчевые культуры	41	-	190	121	172	115	18	60	168	381
картофель	118	128	236	60	151	162	117	181	172	154
кормовые культуры - всего	1	5	9	6	9	10	14	17	14	28
Доля удобренной площади минеральными удобрениями во всей посевной площади, %	12	39	39	35	50	51	63	70	67	65

Повышенное внимание к более рациональному использованию земельных угодий за исследуемый период привело не только к повышению доли удобренной площади в Пензенской области в 5,4 раза, но и дозы внесения на 1 га посева – в 6,7 раза.

Несмотря на то, что в основных сельскохозяйственных регионах Российской Федерации объемы внесения минеральных удобрений сопоставимы с мировой практикой, средний уровень внесения минеральных удобрений в целом по стране остается на низком уровне (мировая практика – в Европейском союзе – 130 кг на 1 гектар, в Латинской

Америке – 90 кг на 1 гектар, в Китае этот показатель составляет 440 кг/га, Бельгии – 276 кг/га, Германии – 199 кг/га, США – 134 кг/га [2, 3].

В Пензенской области дозы внесения удобрений на 1 га посевов превышают среднероссийские показатели, которые составили в 2016 г. 49 кг, в 2017 г. – 55 кг и в 2018 г. – 56 кг. По сравнению со среднемировым показателем (около 100 кг/га) Россия уступает в 1,8 раза.

Внесение в почву элементов питания в составе удобрений оказывает непосредственное влияние на формирование урожая и качество сельскохозяйственной продукции. Система удобрений должна быть обоснованной с учетом существующих севооборотов, учитывая запланированную урожайность и наличия питательных веществ в почве. При этом необходимо обосновать дозы и кратность внесения удобрений под запланированный урожай.

Результаты и обсуждения. Таким образом, развитие растениеводства в Пензенской области за исследуемый период характеризуется следующими основными тенденциями:

- сельскохозяйственным производством занимаются сельскохозяйственные организации, хозяйства населения и крестьянские (фермерские) хозяйства;
- основную долю в производстве продукции сельского хозяйства и растениеводства составляют сельскохозяйственные организации, снизив ее у хозяйств населения, при этом крестьянские (фермерские) хозяйства также неуклонно повышают свою значимость в производстве продукции;
- валовые объемы производства продукции растениеводства растут, и темпы ее роста опережают темпы роста, сложившиеся в целом в России, при этом так же, как и в стране целом произошло сокращение объема производства картофеля;
- основным фактором роста объемов производства является урожайность;
- произошло изменение структуры посевных площадей за счет сокращения их под кормовыми культурами и картофелем, в пользу наиболее конкурентоспособных;
- общее количество сельскохозяйственных организаций сократилось в 2,7 раза, а убыточных – в 7,1 раза;
- произошли качественные изменения в машинно-тракторном парке, за счет списания старых машин и приобретения энергонасыщенной техники;
- на повышение урожайности повлияло и увеличение площади внесения удобрений и их доз, при этом регион по этим показателям опережает средние величины по Российской Федерации;

– размещение сельскохозяйственных культур производят с учетом природно-климатических условий.

Важнейшим фактором, обеспечивающим устойчивое производство продукции растениеводства, является биологизация производства, осуществляемая по следующим основным направлениям:

- мобилизация ресурсов почвенного плодородия за счёт возврата необходимого количества органического вещества для обеспечения бездефицитного баланса гумуса за ротацию севооборота;
- совершенствование набора культур в соответствии с зональными особенностями;
- совершенствование системных севооборотов на основе научного чередования сельскохозяйственных культур в соответствии с их биологией, насыщение севооборотов сельскохозяйственными культурами, способствующими повышению плодородия почв (зернобобовыми, многолетними травами, сидератами);
- внедрение адаптивно-ландшафтной системы земледелия в хозяйствах Пензенской области;
- вовлечение неиспользуемых сельскохозяйственных угодий в хозяйственный оборот.

Выводы. Рассматривая растениеводство как отрасль материального производства, призванную удовлетворять потребности населения в продовольствии, а пищевую и перерабатывающую промышленность – в сырье, следует отметить, что уровень его развития оказывает определяющее воздействие на состояние продовольственного рынка региона.

Дальнейшее развитие растениеводства неразрывно связано с системой переработки и возможно только при формировании растениеводческих кластеров в регионе с целью объединения интересов производителей продукции и организаций по их переработке, что должно стать составной частью стратегии развития растениеводства.

Список литературы

1. Алтухов А.И. [Интенсификация зональных технологий – стратегия научно-технологического развития производства высококачественной пшеницы в стране](#) / А.И. Алтухов, Н.З. Милащенко, А.А. Завалин, С.В. Трушкин // [Экономика сельского хозяйства России](#). – 2017. – № 5. – С. 36-46.
2. Алтухов А.И. [Российский рынок минеральных удобрений: проблемы и возможности решения](#) / А.И. Алтухов, В.Г. Сычев, Л.Б. Винничек // [Вестник Курской государственной сельскохозяйственной академии](#). 2019. – № 5. – С. 91-98.

3. Алтухов А.И. [Развитие производства и рынка минеральных удобрений](#) / А.И. Алтухов, В.Г. Сычев, Л.Б. Винничек // [Плодородие](#). – 2019. – № 3 (108).– С. 6-9.
4. Винничек, Л.Б. Стратегические направления диверсификации регионального растениеводства / Л.Б. Винничек // Аграрный потенциал в системе продовольственного обеспечения: теория и практика материалы Всероссийской научно-практической конференции. Министерство сельского хозяйства Российской Федерации; ФГБОУ ВО Ульяновская ГСХА, 2016. – С. 209-214.
5. Винничек, Л. [Методические подходы к обоснованию развития размещения и специализации растениеводства в регионе](#) / Л. Винничек, А. Иванов // [Международный сельскохозяйственный журнал](#). – 2011. – № 5. –С. 10-14.
6. Глазунов И.В. Оценка развития растениеводства в Пензенской области / И.В. Глазунов, М.А. Хомутов // Состояние и перспективы развития АПК – Сборник статей V Международной научно-практической конференции – Пенза: РИО ПГАУ, 2017.- С. 76-80
7. Vinnichek L Oilseed market: Global trends / L. Vinnichek, E.Pogorelova, A.Dergunov //IOP Conference Series: Earth and Environmental Science.- 2019.- // <https://iopscience.iop.org/article/10.1088/1755-1315/274/1/012030/meta>

Модернизация организации технического сервиса мтп сельскохозяйственных организаций

Modernization of the organization of a technical service of icc agricultural organizations



УДК 631.3

DOI 10.24411/2413-046X-2020-10473

Курочкин В.Н.,

доктор технических наук, старший научный сотрудник, профессор кафедры экономики и управления Азово-Черноморского инженерного института Донского ГАУ в г. Зернограде

Kurochkin Valentin N.,

Valentin952@mail.ru

Аннотация. Организация технического сервиса машинно-тракторного парка влияет на эффективности его использования. Организация сервиса предполагает соответствующую инженерно-техническую систему. В настоящее время существовавшие ранее инженерные службы подверглись упрощению. Организация технического сервиса в большинстве сельскохозяйственных организаций пущена на самотек. Однако физическая потребность в техническом сервисе осталась. Она объективно присуща оборудованию и машинам. Возникло системное противоречие между требуемой организацией сервиса и его фактической реализацией. Актуальной стала задача модернизации сервиса. С целью повышение эффективности организации технического сервиса сельскохозяйственных организаций исследована система и его организационные взаимосвязи, особенности ремонтно-технического обслуживания. Установлено, что повышение эффективности эксплуатации техники может быть достигнуто за счет модернизация организации его технического сервиса. Предложена модернизация структуры системы технического сервиса.

Summary. Organization of technical service of the machine-tractor fleet affects the efficiency of its use. The organization of the service involves an appropriate engineering system. Currently, preexisting engineering services have been simplified. The organization of technical service in most agricultural organizations is left to chance. However, the physical need for technical service

remained. It is objectively inherent in equipment and machines. There was a systemic contradiction between the required service organizations and its actual implementation. The urgent task of modernizing the service. In order to increase the efficiency of the organization of technical services for agricultural organizations, the system and its organizational relationships, the features of repair and maintenance services, were investigated. It was established that increasing the efficiency of operation of equipment can be achieved by modernizing the organization of its technical service. The modernization of the structure of the technical service system is proposed.

Ключевые слова: сельское хозяйство, сельскохозяйственная организация, машинно-тракторный парк, эксплуатация, сервис, техническое обслуживание, ремонт.

Keywords: agriculture, agricultural organization, machine and tractor fleet, operation, service, maintenance, repair.

Актуальность. Многочисленные исследования в сфере агроинженерии подтверждают прямую связь между организацией и ремонтов (ТОР) машинно-тракторного парка (МТП) и эффективности его использования. В предшествующий период плановой экономики организация ТОР была детально регламентирована различными рекомендациями, нормами и нормативами, которые в рыночный период были отменены, так как приватизированные сельскохозяйственные предприятия стали частными в соответствии с принятыми нормативными актами о приватизации [8], вмешательство в деятельность которых законодательно запрещено. Существовавшие инженерные службы подверглись упрощению, организация ТО была пущена на самотек. Однако физическая потребность МТП осталась, так как она объективно присуща оборудованию и машинам. Возникло системное противоречие между требуемой организацией ТО и его фактической реализацией. Актуальной стала задача её модернизации, предусмотренная Указами Президента РФ [1] и Постановлениями Правительства [2, 3].

Цель – повышение эффективности организации технического обслуживания МТП сельскохозяйственных организаций.

Объект исследований: организация технического сервиса машинно-тракторного парка в сельскохозяйственных организациях.

Предмет исследований: система и организационные взаимосвязи ремонтно-технического обслуживания.

Методы исследования: абстрактно-логический и структурный анализ.

При исследованиях опирались на базовые концепции ТО, фундаментальные труды академиков А.И. Селиванова, М.С. Рунчева, В.М. Кряжкова, А.Э. Северного, В.И. Черноиванова, профессоров Ю.К. Киртбая, В.П. Веденяпина, Н.И. Агафонова и др.

Обсуждения. Организация технических обслуживаний (ТО) и ремонтов зависит от условий эксплуатации и наличия парка обслуживаемых машин, от направления производственной деятельности и размера сельскохозяйственной организации, от природно-климатических условий. Сельскохозяйственных предприятия животноводческого и зернового направлений существенно отличаются друг от друга марочностью и структурой МТП, следовательно, имеют различные потоки отказов и заявок на обслуживание, различный объем работ в расчете на 100 га пашни, что требует и различной материально-технической базы. В этом случае объем ремонтно-обслуживающих работ отличается по структуре операций и требующего оборудования.

Фактор размера сельскохозяйственных организаций проявляется в различном объеме ремонтно-обслуживающих работ. В крупных предприятиях численность машинно-тракторного парка выше, проезды в сумме пробега больше.

Природно-климатические факторы влияют на потребность в ремонтно-техническом обслуживании через продолжительность использования на полевых работах, длительность морозного периода, так как низкие температуры ускоряют износ техники.

В настоящее время направления сельскохозяйственной деятельности, размер сельскохозяйственной организации и их доля в структуре сельскохозяйственного производства значимо различаются по регионам Российской Федерации. Например, в Краснодарском крае существенные площади заняты под сахарной свеклой, а в Белгородской области высока доля кормовых культур. В Ростовской области полевые работы начинаются в марте, а в центрально-черноземной зоне – на месяц позже, поэтому выработка МТП тем меньше, чем севернее находится предприятие. Различные условия определяют и различные требования к организации ТО МТП. Приведенные факты стали основанием исследования сельскохозяйственных предприятий Ростовской области.

Результаты исследований. В связи с факторами специализации, размера и расположения должна быть дифференцирована и организация ТО. Рассмотрели организацию технического обслуживания на примере Ростовской области, которая располагается на площади 101,0 тыс. км², из которой 84,3 % — сельскохозяйственные угодья, — 4,64 млн. га посевные площади. В прошлом году произведено сельскохозяйственной продукции в хозяйствах всех категорий на 255,1 млрд руб., из нее продукции растениеводства – 184,3, животноводства – 70,9 млрд. руб. Продукция

растениеводства превалирует, превышает объем продукции животноводства в 2,6 раза. Сельскохозяйственные организации производят продукции в 1,6 раза больше, чем хозяйства населения, в два раза больше, чем крестьянские хозяйства. В структуре производства 2018 г. преобладают: зерно – 7, 07 (64,7 %) , семена подсолнечника – 0, 84 (62,8 %), мясо – 0, 14 (53,3 %) и молоко – 0, 13 (11,5 %) млн. т. Крупные и средние сельскохозяйственные организации, занимая 18,8 % по численности от общего количества сельхозтоваропроизводителей в 1231 единицу, производят большинство продукции растениеводства и животноводства. Исходя из структуры производства численность МТП в сельскохозяйственных организациях выше. Вышеуказанные факторы производства определили в качестве объекта исследования организацию ТО в сельскохозяйственных предприятиях (СХП) Ростовской области.

Рассмотрели материально-техническую базу СХП и установили следующее: они имеют машин и оборудования на сумму 50,1 млрд руб., причем в предшествующий данным исследованиям год коэффициент обновления достиг 11,5% при коэффициенте ликвидации 2,6%, что свидетельствует о нахождении в эксплуатации МТП за сроками амортизации, требующих сервиса в большей степени, чем новые. Всего сельскохозяйственные организации располагают 12,4 тыс. тракторов, 4,6 тыс зерноуборочных комбайнов, 2,2 тыс. кормоуборочных комбайнов, сельскохозяйственными машинами и сельхозинвентарем. Наличие значительного количества машин и оборудования со сроком службы более 5 лет, по опыту работы инженерных служб, вызывает увеличение объемов ТО и ремонта, для выполнения которых необходимо иметь не только материально-техническую базу, но и инженерную структуру, обеспечивающую надежность эксплуатации МТП.

В соответствии с ГОСТ Р 27.001-2009 [6], она должна ориентироваться на поток заявок на обслуживание и строиться на следующих принципах: комплексный характер решения задач технической эксплуатации МТП, распределение ответственности между инженерно-техническими работниками, выявление и предупреждение отказов применением планово-предупредительной системы, управление изменениями, обеспечение необходимой материально-технической базой в виде стационарных пунктов ТО и передвижных агрегатов ТО, распределение обязанностей среди персонала инженерно-технической службы, контроль исполнения ТОР и документальное оформление ввода в эксплуатацию, технической эксплуатации (включая выполнение ТО и ремонтов), постановки на хранение и снятие с него, вывода из эксплуатации. Следовательно, организация ТО предусматривает: инженерно-технический персонал,

материально-техническую базу, информационное и программное обеспечение для диагностики, учета ТО и ремонтов, документального обеспечения технической эксплуатации МТП (рис. 1).

Функционирование представленной на рисунке организации должна обеспечивать регламентированные инструкциями по эксплуатации условия функционирования машинно-тракторных агрегатов (МТА) и комбайнов, тем самым обеспечивая общие условия функционирования отраслей агропромышленного комплекса [2]. Организация должна соответствовать инновационному научно-техническому обеспечению растениеводства [3], обеспечивать предусмотренные государственными стандартами [4, 5], рассмотрение претензий владельцев машин и оборудования по поводу ненадлежащего качества проданной или отремонтированной техники в гарантийный период [9], Известно, что организация ТО должна предусматривать не только формирование технической политики организации, но и определение объема и состава ремонтно-обслуживающих работ.



Рисунок 1 - Организация ТО и ремонта в сельскохозяйственных предприятиях по ГОСТ Р 27.001-2009

Объем и состав этих работ определяется количеством и структурой МТП сельскохозяйственной организации в соответствии с нормативами [7].

Рассчитали средний размер МТП, который приходится на одно предприятие. Он составил по тракторам – 66, зерноуборочных комбайна – 22, кормоуборочных машин — 10 единиц. С учетом перспективы наращивания численности МТП необходимо иметь центральную мастерскую на 75 тракторов, которая обеспечит ремонт не только тракторов, но и зерноуборочных комбайнов, а также сельскохозяйственных машин [7]. Для хранения техники в нерабочий период необходимо иметь центральный машинный двор и производственные машинные дворы в производственных подразделениях.

Выводы. Эффективность эксплуатации МТП сельскохозяйственных организаций значимо зависит от его технической эксплуатации, которая включает организацию ТО и ремонта. Повышение эффективности эксплуатации МТП сельскохозяйственных организаций может быть достигнуто за счет модернизация

организации его технического сервиса в соответствии с принятыми нормативными актами, которые предусматривают соблюдение планово-предупредительной системы ТО, управление надежностью МТП посредством технического сервиса и его обеспечения, подачу претензий владельцев МТП по поводу ненадлежащего качества проданной или отремонтированной техники в гарантийный период.

Список литературы

1. Указ Президента РФ от 01.12.2016 № 642 «О Стратегии научно-технологического развития Российской Федерации» — СПС «Консультант».
2. Ведомственная целевая программа «Научно-техническое обеспечение развития отраслей агропромышленного комплекса» (утв. Минсельхозом России 30.07.2019 № УМ-3186. — СПС «Консультант».
3. Ведомственная целевая программа «Обеспечение общих условий функционирования отраслей агропромышленного комплекса» (утв. Минсельхозом России 19.07.2019 № ОЛ-2996). — СПС «Консультант».
4. ГОСТ 15.601-98 «Система разработки и постановки продукции на производство. Техническое обслуживание и ремонт техники. Основные положения» (введен в действие Постановлением Госстандарта России от 15.02.1999 № 41). — СПС «Консультант».
5. ГОСТ Р 27.601-2011. «Надежность в технике. Управление надежностью. Техническое обслуживание и его обеспечение» (утв. и введен в действие Приказом Росстандарта от 29.09.2011 № 415-ст) . — СПС «Консультант».
6. ГОСТ Р 27.606-2013. «Надежность в технике. Управление надежностью. Техническое обслуживание, ориентированное на безотказность» (утв. и введен в действие Приказом Росстандарта от 19.09.2013 № 1077-ст). — СПС «Консультант».
7. Межотраслевые укрупненные нормы времени на ремонт тракторов (гусеничных, колесных) с тяговым усилием от 0,6 тс (6 кН) до 2 тс (20 кН)» (утв. Постановление Минтруда РФ от 19.12.1995 № 70). — СПС «Консультант».
8. Письмо Госкомимущества РФ от 10.11.1992 № ПМ-9/8616 «О приватизации государственных предприятий агропромышленного комплекса». — СПС «Консультант».
9. Положение по рассмотрению претензий владельцев машин и оборудования по поводу ненадлежащего качества проданной или отремонтированной техники в гарантийный период (утв. Минсельхозом РФ 11.05.2000) (вместе с «Номенклатурой эксплуатационной и ремонтной документации, входящей в комплект с поставляемой агропромышленному комплексу техникой», утв. Минсельхозпродом РФ 23.01.1998 № 9141/54. — СПС «Консультант».

**Концепция развития агропромышленного комплекса Ростовской области на период
до 2020 года: предварительные итоги**
**Concept of agro-industrial complex development Rostov region for the period up to 2020:
preliminary results**



УДК 338.2

DOI 10.24411/2413-046X-2020-10477

Курочкин В.Н.,

доктор технических наук, старший научный сотрудник, профессор кафедры экономики и управления Азово-Черноморского инженерного института Донского ГАУ в г. Зернограде

Kurochkin Valentin N.,

Doctor of Technical Sciences, Senior Researcher, Professor, Department of Economics and Management, Azov-Black Sea Engineering Institute, Don State Agrarian University, Valentin952@mail.ru

«Чтобы достигнуть успеха, в любом деле надо ставит перед собой четкие цели и на их основе строить план действий, иначе вы будете развиваться неэффективно» – академик Российской академии наук А.Г. Аганбегян.

Аннотация. В Ростовской области Постановлением областного Правительства была утверждена «Концепция 2020» развития сельского хозяйства региона. Наступает конечный период действия её действия.

Была поставлена цель: исследование эффективности её реализации. Для достижения этой цели был выполнен экономический анализ предварительных итогов реализации «Концепции – 2020». Он показал, что прогнозируемые показатели сельского хозяйства данного региона практически выполнены досрочно с превышением ожидаемых результатов. Реализация концепции показала эффективность стратегического планирования, поэтому предлагается распространение стратегического планирования развития сельского хозяйства на федеральный уровень.

Summary. In the Rostov region, the Decision of the regional Government approved the “Concept 2020” for the development of agriculture in the region. The final period of its action is coming.

The goal was set: to study the effectiveness of its implementation. To achieve this goal, an economic analysis of the preliminary results of the implementation of the “Concept – 2020” was carried out. He showed that the predicted agricultural indicators in this region were almost fulfilled ahead of schedule, exceeding the expected results. The implementation of the concept has shown the effectiveness of strategic planning, therefore, it is proposed to extend the strategic planning of agricultural development to the federal level.

Ключевые слова: сельское хозяйство, экономика, стратегическое управление, стратегическое планирование, регион, концепция, развитие, итоги.

Keywords: agriculture, economics, strategic management, strategic planning, region, concept, development, results.

Актуальность. Стратегия развития региона в целом и её агропромышленного комплекса является той основой, на которой развивается региональная экономика. Научно-технологическое развитие – это инновационная база развития народного хозяйства регионов. Роль стратегии в научно — технологическом развитии России подтверждена соответствующим Указом Президента РФ [1], принятым в установленном порядке закона стратегическом планировании [2]. Академик А.Г. отмечал: «Временами наше государство бесцельно тратит огромные средства на отдельные отрасли, которые не дают позитивных результатов. Причина тому – отсутствие планирования».

Как известно, стратегический план начинается с концепции. Постановлением Ростовского областного Правительства в 2012 году была утверждена «Концепция развития агропромышленного комплекса Ростовской области на период до 2020 года» [3]. Наступает конечный период действия данной концепции, пора подвести предварительные итоги.

Цель – анализ предварительных итогов развития АПК Ростовской области в соответствии с концепцией его развития до 2020 года.

Методика проведения исследования – экономический анализ показателей развития регионального АПК.

Экспериментальная база: открытые источники интернет, Росстата [11].

Ход исследования. В своей работе мы исходили из закономерностей развития регионального АПК, законов организации, теории планирования и прогнозирования [4-6].

Академик А. Г. Аганбегян неоднократно предупреждал о необходимости стратегии, концепции и доктрины развития, приводя в пример эффективное развитие нашей страны в период восстановления народного хозяйства после разрушительной войны. Широко известны положительные результаты восстановительного плана Маршала. На первый взгляд, экономическая свобода и планирование несовместимы, но это только на первый взгляд. На самом деле стратегическое планирование – неотъемлемая часть деятельности не только фирм, но и государств с рыночной экономикой. В рыночной экономике невозможны директивы, но реально установление индикаторов развития, то есть возможно управление экономикой посредством индикативного планирования.

Теория стратегического планирования рассмотрена не только в трудах отечественных исследователей: А.Г. Аганбегян, С. Глазьева, О. Виханского, Р. Веснина и др., но и в работах зарубежных ученых: Р. Акоффа, И. Азидеза, П. Друкера, Р. Ганта, К. Боумана, Т. Питерса и др. [7].

Среди разработок отечественных ученых последнего времени можно отметить исследования А.А. Тар-Григорянца, который отметил, что в условиях мирового финансового кризиса в Ставропольском крае возникли серьезные проблемы развития АПК [8, с. 171]. Практически прекращена мелиорация земель, сократился вывоз на поля органики, не соблюдаются севообороты по причине перекося структуры посевных площадей в сторону экономически выгодных культур. Данный автор отмечает: АПК Ставрополья представляет собой сложную социально — экономическую систему, для развития которой необходимы стратегический план и стратегия. Они смогут обеспечить не только эффективное и конкурентное функционирование сельскохозяйственного производства и АПК в целом, но и реализацию на практике намеченных стратегических ориентиров социально – экономического положения региона [8, с. 178].

Результаты и обсуждения. Исследователи из РГЭУ «РИНХ» А.В. Гятов и О.В. Колесникова выполнили анализ базовых стратегии развития сельского хозяйства в регионе и пришли к неутешительному выводу об проблеме о преобладании стратегии сокращения аграрного бизнеса [9, с. 98-102].

Для перехода к стратегии интегрированного и концентрированного роста необходима реализация стратегий, одна из которых раскрыта в работе [3]. Также отметим фундаментальные работы по стратегическому планированию С.С. Сотова [10], А.И. Панова, И.О. Коробейникова и др. Был выполнен экономический анализ концепции и установлено следующее. В данной концепции отражены конкурентные преимущества и потенциал развития состояние экономики Ростовской области на 2012 год, дан прогноз

развития АПК, установлены угрозы и риски. При разработке концепции использован программно — целевой метод. В целом ее разработка соответствует методике стратегического планирования и предвосхищает некоторые положения концепции научно — технологического развития России и законодательства о стратегическом планировании [1, 2].

В рамках поставленной задачи выполнен сопоставительный анализ прогнозных и фактических значений показателей развития аграрного сектора Ростовской области.

Прогнозные показатели отражены в аналитической таблице (табл. 1).

Было запланировано снижение посевных площадей подсолнечника, кукурузы на зерно, сои, картофеля и существенное увеличение производства льна, плодов и ягод, сахарной свеклы с целью оптимизации севооборотов.

Таблица 1 – Прогнозные показатели развития АПК Ростовской области [11]

Культуры	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020
Зерновые, всего	7574	7621	7679	7758	7830	7839	7848	7857	7859
пшеница озимая	5682	5919	6055	6191	6327	6327	6327	6327	6327
ячмень озимый	109	109	110	110	111	111	112	112	112
ячмень яровой	25	25	25	25	25	25	26	344	343
кукуруза на зерно	816	634	550	465	376	342	343	455	455
просо	440	436	436	447	449	451	453	100	100
рис	119	105	100	97	98	98	99	84	85
зернобобовые	3	3	3	3	3	3	3	301	301
Масличные культуры	213	220	228	242	261	298	299	1355	1392
в т. ч. подсолнечник	1169	1203	1198	1226	1240	1258	1295	721	746
рапс	725	704	649	633	618	644	670	274,5	276
соя	145	180	217	255	273	273	275	15	15
лен	20	20	20	20	21	21	21	324	333
Сахарная свекла	266	285	298	304	314	306	315	1500	1500
Картофель	639	675	720	750	1050	1350	1500	337,1	337,4
Овощи	503,2	504,3	553,3	568,7	572,7	602	602	602	602

Из таблицы видно, что прогноз был выполнен по классической методике «от достигнутых результатов» хозяйственной деятельности отраслей растениеводства и животноводства, перерабатывающей и пищевой промышленности. По основным продовольственным культурам: пшеницы и ячменю, зернобобовым культурам результат превзошел ожидания. превзошли ожидания (рис.1).



Рисунок 1 – Производство зерновых и зернобобовых: прогноз и факт, тыс. т

Сделан прогноз, который оправдался практически по всем культурам. По — масличная культура отклонения от прогноза так же произошло сторону увеличения фактических объемов производства (рис. 2).



Рисунок 2 – Производство масличных культур: прогноз и факт, тыс. т

В последний годы особенно выросло производство овощей (рис. 3).

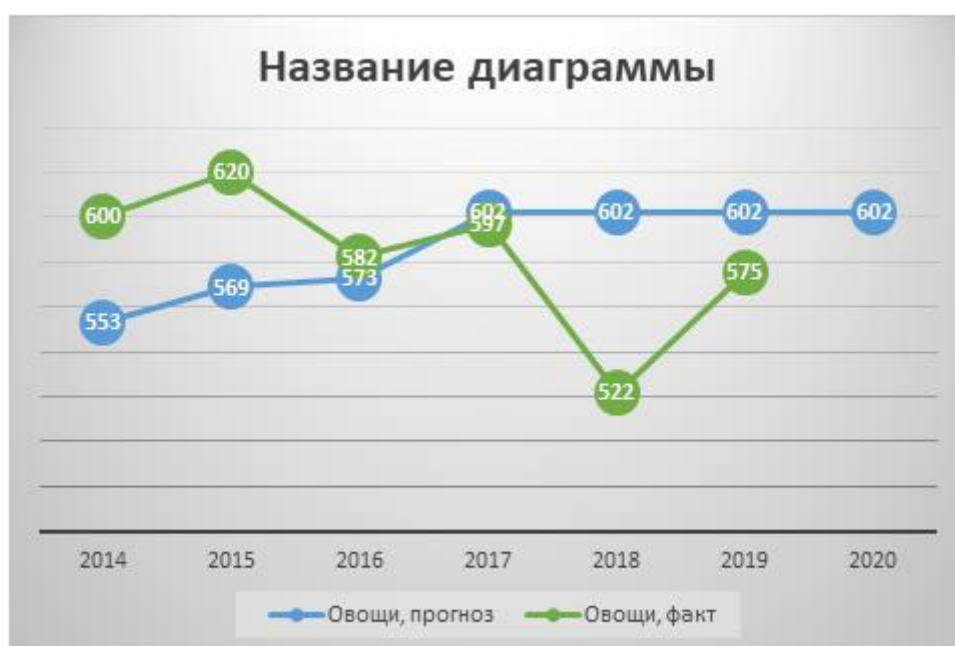


Рисунок 3 – Производство овощей: прогноз и факт, тыс. т

Производства продукции растениеводства и животноводства пересчитали на душу населения (табл. 2).

Таблица 2 – Производство основных продовольственных культур и продукции животноводства в расчете на душу населения, расчет по данным [11]

	2014	2015	2016	2017	2018
Мясо- прогноз, кг	53	55	59	60	63
Мясо- факт, кг	56	55	61	64	64
Молоко - прогноз, кг	243	245	247	250	252
Молоко - факт, кг	254	255	257	258	2690
Яйца - факт, шт.	431	429	478	494	441
Зерно, прогноз	1813	1831	1848	1853	1858
Зерно, факт	2217	2285	2752	3181	2583
Масличные культуры, прогноз	283	289	293	297	307
Масличные культуры, факт	223	248	365	380	343
Овощи, прогноз	553	569	573	602	602
Овощи, факт	142	146	137	141	123

Заключение. Установили, что производства мяса молока яиц душу населения области показывает не только полную продовольственную безопасность Ростовской области но и существенный экспортный потенциал. Предварительные результаты реализации концепции стратегии развития Ростовской области на период до 2020 года показали, что

прогнозируемые показатели сельского хозяйства данного региона практически выполнены досрочно с превышением ожидаемых результатов. Реализация концепции показала эффективность стратегического планирования, поэтому предлагается распространение стратегического планирования развития сельского хозяйства на федеральный уровень.

Список литературы

1. Указ Президента Российской Федерации от 1.12.2016 №642 «О стратегии научно-технологического развития Российской Федерации» // <http://www.extech.ru/>
2. Федеральный закон от 28.06.2014 № 172-ФЗ (ред. от 18.07.2019) «О стратегическом планировании в Российской Федерации». – «Собрание законодательства РФ», 30.06.2014, № 26 (часть I), ст. 3378.
3. Постановление Правительства Ростовской области от 23.05.2012 № 424 «Об утверждении Концепции развития агропромышленного комплекса Ростовской области на период до 2020 года». – г. Ростов-на-Дону: Правительство Ростовской области, 2012: «Концепция 2020» // <https://www.donland.ru/>
4. Курочкин, В.Н. Управление стратегическим развитием вертикально интегрированных структур АПК регионального кластера. – зерноград: Азово-Черноморский инженерный институт-филиал Донского государственной аграрной университета», 2017.
5. Курочкин, В.Н. Проблема совершенствования стратегии управления развитием регионального зернового подкомплекса. – Московский экономический журнал. 2019. № 13. С. 39.
6. Курочкин, В.Н. Особенности организационного поведения в аспекте сельскохозяйственных организаций // В сб.: «Современные научные исследования: проблемы и перспективы». Материалы IV Международной научно-практической конференции. Москва: Перо, 2019. С. 94-98.
7. Drukker, P. effective management / P. Drukker. – М.: Astal, 2004. – 284 p.
8. Тер-Григорьянц А.А. Основные стратегии развития сельского хозяйства региона // Вестник Северо-Кавказского ГТУ. 2014. № 2(23). С. 171-178.
9. Гятова, А.В., Колесников, О.В. Анализ базовых стратегий развития сельского хозяйства в регионе / А.В. Гятова, О.В. Колесников. – Вестник РГЭУ «РИНХ», 2008. Том 6. № 1. Часть 2. С. 98-102.
10. Сотов С.С. Стратегия планирования. – М.: Лаборатория книги, 2010. – 52 с.
11. Ростстат // <https://rostov.gks.ru/>

Стратегические цели создания и развития селекционно-семеноводческого центра
Strategically objects of creating and developing of the selective oilseed center



УДК 332(470.45):633

DOI 10.24411/2413-046X-2020-10481

Беляев Александр Иванович,

профессор, доктор сельскохозяйственных наук, Федеральное государственное бюджетное научное учреждение «Федеральный научный центр агроэкологии, комплексных мелиораций и защитного лесоразведения РАН», Россия, г. Волгоград

Belyaev A.I.,

Professor, Dr in Agricultural sciences, FNC of agroecology RAN, Russia, Volgograd

Семилютина Александра Викторовна,

профессор, доктор биологических наук, Федеральное государственное бюджетное научное учреждение «Федеральный научный центр агроэкологии, комплексных мелиораций и защитного лесоразведения РАН», Россия, г. Волгоград

Semenutina A.V.,

Professor, Dr in biological science, FNC of agroecology RAN, Russia, Volgograd

Солонкин Андрей Валерьевич,

доктор сельскохозяйственных наук, Федеральное государственное бюджетное научное учреждение «Федеральный научный центр агроэкологии, комплексных мелиораций и защитного лесоразведения РАН», Россия, г. Волгоград

Solonkin A.V.,

Dr in Agricultural sciences, FNC of agroecology RAN, Russia, Volgograd

Беликина Анна Васильевна,

научный сотрудник, Федеральное государственное бюджетное научное учреждение «Федеральный научный центр агроэкологии, комплексных мелиораций и защитного лесоразведения РАН», Россия, г. Волгоград Россия, Волгоград

Belikina A.V.,

Science researcher, FNC of agroecology RAN, Russia, Volgograd

Аннотация. В связи с вновь принятой и утвержденной Доктриной продовольственной безопасности Российской Федерации 2020 г., самообеспечение отечественными семенами основных сельскохозяйственных культур отечественной селекции должно составлять не менее 75%, а также возрастает необходимость реконструкции лесных насаждений в агроландшафтах, озеленение городов, населенных пунктов и т.д. В ФНИЦ агроэкологии РАН существует возможность создать и производить посадочный материал древесных, кустарниковых и плодовых растений, семена высших репродукций, для обеспечения ими сельскохозяйственных организаций. Рассматриваются цели развития центра, стратегия, основные сильные, слабые стороны проекта, возможности и угрозы.

Summary. The new Act of supply safety of Russian Federation 2020 year which was adopted in our country comprises the self-provision of oilseeds which were grown in our country not less than 75% and must be requiring therepairing in basic ground of fields such as forest lines and other plants, forests and cities and etc. In our organization there is an opportunity of creating new material of timber for different plants and develop new oilseeds on the high level of production and self-production of agro organizations. There are basic objects of developing this center, strategy, weak and strong aspects of project, opportunities and treats.

Ключевые слова: селекционно-семеноводческий центр, стратегия развития, цели, сельскохозяйственные культуры, семенной и посадочный материал.

Keywords: selective oilseed center, strategy of developing, objects, agricultural types, oilseed and breeding material.

Введение. В связи с введенными экономическими санкциями со стороны США и Европейского союза, а также отказ от сотрудничества некоторых субъектов производств Украины и других европейских стран, Правительство Российской Федерации определило стратегический перечень продукции с наивысшим приоритетом импортозамещения в ключевых отраслях экономики, куда вошел и агропромышленный комплекс [1]. Импортозамещение — процесс замены импорта товарами, которые производятся внутри страны. Стоит отметить, что во всех определениях импортозамещения есть одно общее: его появление признается при благоприятной среде для роста отечественной экономики, которая нацелена на повышение качества жизни граждан за счет достаточного обеспечения продуктами первой необходимости, качественными и безопасными [2]. Импортозамещение является, в том числе, и основой продовольственной безопасности за счет модернизации сельского хозяйства и инфраструктуры внутреннего рынка. При этом основным документом, регулирующим обеспечение продовольственной безопасности и неотъемлемой частью для развития страны, является Доктрина продовольственной

безопасности страны, которая утверждена 21 января 2020 года и имеет положения по самообеспечению продуктами питания населения. В новом документе в частности указано, что Россия должна быть обеспечена зерном не менее 90%, растительными маслами – 90%, фруктами и ягодами — не менее 60%, **семенами основных сельскохозяйственных культур отечественной селекции — не менее 75%**[3].

В условиях современных вызовов аграрному производству главная задача – постоянно наращивать эффективность и конкурентоспособность отечественного сельскохозяйственного производства на основе развития селекции, генетики и совершенствования технологий. В рамках национального проекта «Наука», утвержденного президиумом Совета при Президенте Российской Федерации по стратегическому развитию и национальным проектам, в период до 31 декабря 2021 года запланировано создание нарастающим итогом не менее 35 селекционно-семеноводческих центров в области сельского хозяйства для создания и внедрения в агропромышленный комплекс современных технологий на основе собственных разработок научных и образовательных организаций. Данная инициатива находит поддержку, как среди научного сообщества, так и среди производителей. Формирование и развитие селекционно-семеноводческого центра в области сельского и лесного хозяйства ФНЦ агроэкологии РАН, в современных экономических условиях более чем востребовано. Как никогда органы управления, сельскохозяйственные организации Российской Федерации, землепользователи, задействованные в агролесомелиорации, защитном лесоразведении и озеленении населенных пунктов субъектов РФ, нуждаются в качественном отечественном семенном и посадочном материале. В настоящее время, только в регионе, для выполнения работ по защитному лесоразведению до 2025 года, ежегодно необходимо 160-200 т семян I-II класса качества, из них сосны — 2 т, дуба — 50 т, березы, ясеня, клена, робинии, груши, вяза, смородины, скумпии и других видов — 100 т; посадочного материала: сеянцев – 910 млн. шт., саженцев древесных – 1,6 млн. шт.; саженцев плодовых – 565 тыс. шт. Для обеспечения лесовосстановительных работ на территории субъекта (по нацпроекту «Экология») уже в 2021 году потребуется около 5,8 млн. шт. сеянцев, из них хвойных пород – 2,5 млн. шт., лиственных – 3,2 млн. шт. (робиния лжеакация, дуб, смородина золотистая) с закрытой корневой системой.

При этом, в настоящее время, общий объем площадей в РФ, засаженных и засеянных сортами селекции Центра оценивается в 1,0 млн.га, наибольшие площади – в Волгоградской, Самарской и Оренбургской областях — более 0,7 млн.га. Существует

потенциал значительного увеличения площадей под древесные и полевые культуры практически во всех федеральных округах.

Основная часть

Материалы и методы. Методология представленного анализа в рассматриваемой статье, основана на систематическом дедуктивном подходе объектов и соблюдении основ диалектического развития.

Селекционно-семеноводческий центр нам представляется системой, где научные учреждения взаимодействуют с хозяйствующими субъектами, в системе, в которой последовательно развиваются и поддерживаются горизонтальные связи между наукой, т.е. созданием продукта, и производством, т.е. внедрением. Вместе с тем, неразрывно работает вертикальная связь между научными, научно-производственными, хозяйствующими субъектами и органами законодательной и исполнительной власти.

Как известно, в современном экономическом пространстве производственный процесс включает в себя всю совокупность преобразований научных знаний в инновационный продукт по зарекомендовавшей себя на практике традиционной схеме: «наука – технология – продукт – рынок».

Результаты и обсуждения. Создание и развитие селекционно-семеноводческого центра по производству качественного посадочного материала древесных и плодовых пород и элитных семян сельскохозяйственных культур можно начать с анализа среды, и проанализировав собранную информацию определить сильные и слабые стороны, возможности и угрозы.

Засушливая зона равнинной территории европейской части России охватывает степную, сухостепную, полупустынную и частично пустынную природные зоны. Административно она входит в 4 экономических района и 18 субъектов Федерации.

Интенсивная хозяйственная деятельность резко обострила экологическую обстановку в засушливых регионах России, 42 млн. га деградированных угодий нуждаются в лесомелиоративном обустройстве. В связи с этим, необходима разработка методов улучшения биоресурсов деградирующих ландшафтов и научное обоснование адаптивной организации землепользования в земледелии, лесном и водном хозяйстве. Вместе с этим усиление процессов эрозии, дефляции, учащение проявления засух, загрязнение и падение плодородия почв, изменение их водного и теплового режима, в совокупности вызывают процессы деградации и опустынивания. Это создает предпосылки для подбора и создания новых сортов, гибридов и форм сельскохозяйственных растений для борьбы с вышеперечисленными угрозами и дальнейшее их недопущение.

В настоящее время, существует устойчивый рост спроса сельхозтоваропроизводителями ключевых регионов на качественный семенной и посадочный материал инновационных сортов и гибридов, которые обеспечивают высокое качество продукции в различных почвенно-климатических условиях. Зона Нижнего Поволжья испытывает значительную нехватку собственных сортов и гибридов экономически важных культур для интенсивного, органического земледелия, а по критериям, которые прописаны в Доктрине продовольственной безопасности, обеспечение семенами отечественного производства должно составлять не менее 75%.

Однако процесс создания, размножения и внедрения сортов (гибридов) большинства сельскохозяйственных культур методами традиционной селекции занимает 15-35 лет, что не обеспечивает необходимой скорости создания растений с устойчивым набором заданных признаков. В результате рынок все чаще оказывается заполненным иностранным посевным и посадочным материалом, который не всегда отвечает требованиям адаптивности и безопасности, в том числе, не имеющим подтверждения об отсутствии ГМО. Благодаря значительным капиталовложениям зарубежных производителей семян, их доля на рынке увеличивается. Это ставит под угрозу, как внутреннюю продовольственную безопасность России, так и развитие ее экспортного потенциала.

Вместе с тем, ФНЦ агроэкологии РАН обладает достаточным потенциалом в плане улучшения сортимента, как многолетних, так и однолетних экономически важных растений, в том числе и посредством новых, современных методов. Для работы селекционно-семеноводческого центра имеются достаточные площади дендрологических коллекций, маточников, плантаций хозяйственно ценных декоративных, лесомелиоративных, плодовых, пастбищных деревьев и кустарников (Самарская, Волгоградская, Орловская, Астраханская области, Алтайский и Ставропольский край), питомниководческий и тепличный комплекс (Нижеволжская станция по селекции древесных пород), а также достаточные земельные ресурсы – более 40 тыс.га собственных земель, и более 100 тыс. га в организациях-партнерах. За длительный период исследований проведен многолетний эколого-экспериментальный мониторинг по интродукции, селекции, защите растений от вредителей и болезней, семеноводству и питомниководству экономически важных растений в аридных условиях. Уникальные возможности селекции адаптивного ассортимента хозяйственно ценных деревьев и кустарников (660 видов, форм, гибридов и сортов) с учетом меняющихся условий и требований предоставляют коллекционные фонды древесных растений ФНЦ

агроэкологии РАН и его филиалов (Западно-Сибирская АГЛОС, Поволжская АГЛОС, Нижневолжская станция по селекции древесных пород, ФГУП «Волгоградское» и др.). В регионе созданы интродукционные ресурсы, семенные плантации биоразнообразия деревьев и кустарников.

ФНЦ агроэкологии РАН является одним из единственных научных учреждений России, которое решает проблемы защиты почв от деградации и опустынивания, и повышения их плодородия на основе использования защитных свойств адаптированной древесной, кустарниковой и травянистой растительности.

Большая работа ведется по селекции новых сортов полевых культур, имеются обширные коллекции, в копилке селекционных достижений ФНЦ агроэкологии РАН более 60 сортов зерновых, кормовых и технических культур, которые распространены как в регионе, так и за его пределами. Сорты волгоградской селекции и ряд инорайонных сортов, созданных на их основе, имеют высокие показатели адаптивности, устойчивы к болезням, эффективно используют почвенное плодородие, теплообеспеченность территории, почвенную и атмосферную влагу для получения продукции, имеют генетически обусловленное высокое качество получаемого урожая. В настоящее время только по семенам озимой пшеницы ФНЦ агроэкологии РАН занимает третье место среди игроков на региональном рынке. Но поскольку нет идеального сорта, который бы удовлетворял требованиям всех производителей и перерабатывающей отрасли, а также в связи с постоянными изменениями, происходящими в природе, в том числе и под воздействием человека, необходимость в постоянном совершенствовании сортимента сельскохозяйственных растений была и остается одной из самых актуальных.

Однако для полного удовлетворения потребности в сеянцах и саженцах на территории только нашего субъекта следует организовать 10 орошаемых питомников на площади 500 га. Что касается развитие высоко репродукционного семеноводства, то здесь необходимо высокотехнологичная модернизация материально-технической базы с привлечением бизнес-партнеров. Для создания и разработки семеноводческого центра, разработки стратегии и определения целей его функционирования, сведем имеющуюся информацию о научной работе и региональные особенности [4], определим возможности и угрозы на основе SWOT-анализа (таблица 1).

Таблица 1 - Матрица SWOT-анализа создания и развития селекционно-семеноводческого центра

Сильные стороны (S)	Слабые стороны (W)
<p>1. Научный задел по питомниководству, селекции и семеноводству сельскохозяйственных культур.</p> <p>2. ФНИЦ агроэкологии РАН является одним из единственных научных учреждений России, решающее проблемы защиты почв от деградации и опустынивания и повышения их плодородия на основе использования защитных свойств адаптированной древесной, кустарниковой и травянистой растительности.</p> <p>3. Растущий спрос на саженцы древесных, плодовых культур, отечественные семена сельскохозяйственных культур на отечественных региональных рынках.</p> <p>4. Имеются необходимые земельные ресурсы для ведения семеноводства, питомниководства, выращивания саженцев древесных и плодовых культур, исследований по селекции и семеноводству сельскохозяйственных культур.</p> <p>5. Наличие в ФНИЦ агроэкологии сети филиалов в различных почвенно-климатических зонах для выполнения задач по питомниководству древесных и селекции и семеноводству полевых культур.</p> <p>6. Наличие научных кадров, имеющих опыт по семеноводству, питомниководству и селекции сельскохозяйственных и древесных растений.</p> <p>7. Сорты сельскохозяйственных культур селекции ФНИЦ имеют высокие показатели адаптивности.</p>	<p>1. Заполнение рынка иностранными сортами и гибридами, в том числе, не имеющими подтверждения об отсутствии ГМО.</p> <p>2. Экстремальные погодные условия в регионах, способные привести к гибели урожая культур.</p> <p>3. Присутствие на рынке посадочного материала древесных и кустарниковых пород, семенного материала сельскохозяйственных культур, в том числе и недоброкачественного, произведенного конкурентами.</p> <p>4. Изношенность материально-технической базы в подразделениях Центра.</p> <p>5. Снижение финансирования программы развития центра.</p>
Возможности (O)	Угрозы (T)
<p>1. Использование инновационных технологий производства древесных, кустарниковых пород, плодовых и семян полевых культур.</p> <p>2. Развитие интеграции в сфере производства семенного материала сельскохозяйственных культур.</p> <p>3. Завоевание основных позиций на рынках древесных и кустарниковых культур в регионах России.</p> <p>4. Занятие более высоких позиций на рынках семян сельскохозяйственных культур.</p> <p>4. Техническая модернизация подразделений центра, занятых питомниководством, селекцией и семеноводством полевых культур.</p> <p>5. Развитие орошаемой системы для полива саженцев.</p>	<p>1. Усиление конкуренции с иностранными производителями семян и саженцев древесных и кустарниковых пород.</p> <p>2. Увеличение диспаритета цен между сельскохозяйственной продукцией и товарами, и услугами смежных отраслей.</p> <p>3. Нехватка финансовых ресурсов на техническую и технологическую модернизацию отрасли.</p> <p>4. Корректировка приоритетов и перспективных направлений научно-технического развития АПК</p>

Обозначенные сильные, слабые стороны, угрозы и возможности, позволяют с одной стороны [5], сформулировать цели создаваемого селекционно-семеноводческого центра, с другой стороны предложить основные стратегические направления его развития.

В качестве **интеграционных целей** развития селекционно-семеноводческого центра определены следующие:

- насыщение внутреннего рынка семенами и посадочным материалом древесных, кустарниковых и сельскохозяйственных культур;
- максимальное восстановление экологической обстановки, нарушенной в результате хозяйственной деятельности человека в засушливых зонах;
- интенсификация, модернизация производства посадочного и семенного материала древесных, кустарниковых и сельскохозяйственных культур;
- обеспечение необходимого уровня рентабельности производства посадочного материала древесных, кустарниковых пород и семян сельскохозяйственных культур.

Исходя из обозначенных интегральных целей сформулируем дифференциальные цели для работы создаваемого селекционно-семеноводческого центра.

Экономические цели:

- обеспечение посадочным материалом древесных, кустарниковых и семенным материалом сельскохозяйственных культур рыночной потребности в окружающих регионах;
- рост доли продукции, произведенной с применением инновационных технологий на основе ранее созданных разработок;
- достижение рентабельности производства и реализации посадочного материала древесных, кустарниковых и семян сельскохозяйственных культур, достаточного для расширенного воспроизводства.

В инновационной сфере:

- создание благоприятных организационно-экономических условий для более глубокой интеграции науки и сельскохозяйственного производства, лесхозов, организаций по озеленению всех форм собственности;
- создание в агропромышленном комплексе региона частно-государственных партнерств, обеспечивающих необходимое производство семян высших репродукций.

Социальные цели: — повышение занятости сотрудников, работников и повышение их доходов.

Цели во внешнеэкономической деятельности будут заключаться в выходе на внутрироссийские и зарубежные рынки посадочного материала древесных,

кустарниковых и семян сельскохозяйственных культур для регионов и стран с засушливым климатом.

В области региональной политики:

- развитие научного потенциала региона;
- сохранение и развитие социальной сферы, пополнение регионального бюджета.

Экологические цели:

- восстановление полезащитных, приовражных и др. посадок, которые благоприятно оказывают влияние на макро и микроклимат региона;
- оказание положительного влияния на климат региона: снижение скорости ветра, вредной концентрации газов и пыли в атмосфере, эрозии и деградации земель, повышение плодородия почвы.

Исходя из определенных стратегических целей создания и развития селекционно-семеноводческого центра, к основным направлениям будут относиться:

- выделение ценного генофонда, создание постоянной лесосеменной базы, выращивание насаждений из селекционно-улучшенного материала и обеспечение им рынка;
- модернизация производства посадочного материала древесных, кустарниковых и семян сельскохозяйственных культур;
- восстановление экологического равновесия в регионе и за его пределами.

Обозначенные направления деятельности создаваемого селекционно-семеноводческого центра позволяют сформировать его миссию, которая будет состоять в создании и внедрении в массовое производство адаптированных инновационных сортов и гибридов сельскохозяйственных и лесных культур, отвечающих самым современным требованиям агроэкологического регламента производства и переработки сельскохозяйственной продукции, а также развитие семеноводства и питомниководства на современном инновационном уровне. Это позволит обеспечить развитие как внутренней продовольственной безопасности регионаи России в целом, так и увеличить экспортный потенциал.

Опыт мировой экономической системы показывает, что в рыночных условиях конкуренцию выдерживают те предприятия, которые используют инновационную модель хозяйствования с применением передовых технологий развития и производства, способствующей расширенному производству в организации. У создаваемого селекционно-семеноводческого центра имеются все возможности пойти по пути инновационного развития. Считаем, что создаваемому центру следует выбрать и работать

по принципам *стратегии дифференциации в производстве*. Факторами выбора стратегии дифференциации являются:

- наличие отличительных характеристик и свойств производимой продукции, которые выделяются и ценятся покупателями посадочного материала древесных, кустарниковых и плодовых, семян сельскохозяйственных культур;
- существование большого числа покупателей посадочного материала древесных, кустарниковых и плодовых, семян сельскохозяйственных культур, которым необходимы сорта, гибриды и формы с заданными характеристиками;
- признаки дифференциации не могут быть получены вне особых условий производства (определенная технология, специализация хозяйства-производителя).

Стратегия дифференциации предусматривает дифференциацию производимой продукции или услуг, предлагаемых покупателям посадочного материала древесных, кустарниковых и плодовых, семян сельскохозяйственных культур для реализации на рынке, которые отличаются от продукции конкурентов, обладая более высокой ценностью и особыми качествами для потребителей. Стратегия дифференциации предполагает:

- широкий ассортимент производимой продукции, ее высокое качество и гарантию;
- новое технологическое оснащение предприятия, технологические инновации;
- пакетное предложение, включающее как посевной и посадочный материал, так и технологическое консультирование по вопросам выращивания определенных сортов, гибридов и форм древесных, кустарниковых и сельскохозяйственных культур.

К рыночным рискам, возможным при выборе данного вида стратегии, относятся:

- уровень цен производимой продукции и оказываемых услуг, который может быть настолько высоким для покупателей, что они предпочтут продукцию других производителей, в том числе зарубежных.
- снижение спроса покупателей на дифференцированную продукцию.
- Сильной стороной селекционно-семеноводческого центра при выборе стратегии дифференциации является производство той продукции, которую сложно повторить, организация её производства связана со значительными затратами (технические новации, продукция, защищенная охраноспособными документами и др.).

Заключение. Таким образом, селекционно-семеноводческий центр, выбравшей конкурентную стратегию дифференциации производства, не зависит от одного вида продукции.

По индикаторным показателям прогноз развития центра до 2025 года планируется произвести адаптированные сеянцы и саженцы древесных и плодовых культур до 14 млн.

шт. (в том числе 10% с закрытой корневой системой), до 43 тыс. т семян селекционного материала, включая оригинальные семена и семена высоких репродукций собственных селекционных линий.

Таким образом, отметим, что при определении стратегии развития селекционно-семеноводческого центра на базе ФНЦ агроэкологии РАН и определении целей стратегии развития необходимо основное внимание уделять инновационному развитию производства, которое должно быть направлено на современные адаптированные высокоурожайные сорта и гибриды сельскохозяйственных растений, сеянцы и саженцы древесных, кустарниковых и плодовых культур. Все это невозможно представить без модернизированной техники, служащей для их производства на протяжении всего производственного цикла вместе с широким использованием агротехнических элементов технологий, способствующей снижению издержек производства и повышению производительности труда. Реализация проекта по созданию селекционно-семеноводческого центра будет способствовать импортозамещению зарубежного посадочного и посевного материала на новый, современный, адаптированный к российским природно-климатическим условиям, способный восстановить нарушенные ландшафты и дающий высокие урожаи сельскохозяйственных культур, которые способствовать обеспечению Продовольственной безопасности Российской Федерации.

Список литературы

1. Федотова, Г.В. Риски реализации стратегии импортозамещения в Российском агропромышленном комплексе. / Г.В. Федотова, Е.Д. Дубинина // Финансовая аналитика: проблемы и решения. — №3. — 2016. — С. 28–38.
2. Сазонов, С.П., Анализ государственных программ импортозамещения / Сазонов С.П., Федотова Г.В., Сибгатаулина Л.М. // Финансовая аналитика: проблемы и решения. — №9. — 2016. — С.12–21.
3. Об утверждении Доктрины продовольственной безопасности Российской Федерации, Указ Президента РФ от 21 января 2020 года №20.html Режим доступа: 14.04.2020 г.
4. Виханский, О.В. Стратегическое управление: Учебник. — 2-е изд., перераб. и доп. — М.: Гардарики, 1998. — с. 18.
5. Маркова В. Д., Кузнецова С. А. Стратегический менеджмент: 25 Курс лекций. — М.: ИНФРА-М; Новосибирск: Сибирское соглашение, 1999. — с. 30.
6. Ансофф, И Стратегическое управление / И. Ансофф. Москва: Экономика, 1989.- С. 14.
7. Беляков, А.М. Региональная адаптивно-ландшафтная система для богарных условий.// А.М. Беляков, А.В. Солонкин и др. /Волгоград: изд-во «Принт». — 204 с.

Информационное взаимодействие с сервисами цифрового землеустройства
Informational interaction with digital land management services



УДК 332: 631

DOI 10.24411/2413-046X-2020-10493

Статья написана при финансовой поддержке гранта Минобрнауки России (соглашение № 05.607.21.0302)

Папаскири Тимур Валикович,

доктор экономических наук, доцент, декан факультета землеустройства ФГБОУ ВО «Государственный университет по землеустройству», г.Москва t_paraskiri@mail.ru

Paraskiri Timur Valikovich,

Doctor of Economics, associate Professor, Dean of the faculty of land use management, STATE University of land management

Ананичева Екатерина Павловна,

кандидат экономических наук, доцент, доцент кафедры землеустройства, ФГБОУ ВО «Государственный университет по землеустройству», г.Москва ter_07@mail.ru

Ananicheva Ekaterina Pavlovna,

candidate of economic Sciences, associate Professor, associate Professor of land management Department STATE University of land management

Шевчук Артем Александрович,

аспирант, ФГБОУ ВО Государственный университет по землеустройству., г.Москва, temis07@yandex.ru

Shevchuk Artem Aleksandrovich,

post-graduate student, STATE University of land management

Байдакова Ксения Борисовна,

архитектор ООО «Монолитного Строительного Управления-1», г.Москва, ksunbai@yandex.ru

Baidakova Kseniia Borisovna,

architect of «Monolithic Construction Management-1»

Дронина Дарья Александровна,

ФГБОУ ВО «Государственный университет по землеустройству», Россия, Москва

Dronina Daria Aleksandrovna,

State University of land management, Moscow, Russia

Аннотация. В статье рассматриваются вопросы информационного взаимодействия с электронными сервисами цифрового землеустройства, которое формируется в соответствии с Программой развития цифровой экономики России. В работе описывается эксперимент по определению координат и площади участка с помощью разного класса устройств и производится сравнительный анализ полученных данных для выяснения относительной точности измерительных приборов и возможности их применения для различных землеустроительных целей и коммерциализации разработок.

Summary. The article deals with the issues of information interaction with electronic services of digital land management, which is formed in accordance with the program for the development of the digital economy of Russia. The paper describes an experiment to determine the coordinates and area of the site using different classes of devices and makes a comparative analysis of the data obtained to determine the relative accuracy of measuring devices and the possibility of their use for various land management purposes and commercialization of developments.

Ключевые слова: сельское хозяйство, проект землеустройства, глобальные навигационные спутниковые системы, девайсы, точность, погрешность, умное землепользование, умное поле, точное земледелие, цифровое землеустройство.

Keywords: agriculture, land management project, global navigation satellite systems, devices, accuracy, error, smart land use, smart field, precision agriculture, digital land management.

Введение. Современные тенденции развития сельского хозяйства сосредоточены на повышении эффективности использования сельскохозяйственных угодий с сохранением агропотенциала и активное освоение новых и вовлечение неиспользуемых земель. Это возможно на научной основе, за счет применения современных цифровых технологий, направленных на разработку проектов землеустройства с учетом систем точного земледелия, умного поля и умного землепользования.

Создание цифровых сервисов в землеустройстве должно создать условия к комплексному подходу, учету большего количества системных факторов, влияющих на решения в рациональном использовании земельных ресурсов и связанных с ними объектов недвижимости. Для более быстрого и результативного осуществления поставленных, в процессе развития территорий задач, целесообразно применять

различного рода девайсы, как вспомогательное устройство, позволяющее использовать, создаваемые сервисы цифрового землеустройства. Девайсы (гаджеты) (рис.1) практически есть у каждого и поэтому их применение для получения земельно-ресурсной информации, и даже для выполнения некоторых этапов землеустроительного проектирования, может значительно упростить решение подобных задач.



Рисунок 1 Различные виды девайсов

В настоящее время, по регламенту определения координат точек излома границ участков на землях сельскохозяйственного назначения, допустимая точность измерения составляет 2,5 метра. У девайсов с двухчастотным GPS-приемником точность определения координат местоположения может достигать от 1 до 25 метров (рис.2) (в зависимости от качества сигнала и плотности застройки), что может предполагать использование девайсов для определения примерных координат границ участка. При этом надо отметить, что точность геопозиционирования всех видов выпускаемых новых моделей девайсов постоянно растет.



Рисунок 2 Применение гаджетов для определения своего местоположения

В данном эксперименте будет проведен сравнительный анализ точности определения координат и площади участка с помощью девайсов и применения спутникового оборудования для определения точного местоположения (ГНСС), а также выяснены ниши, в которых возможно дополнительные внедрения девайсов (рис.3).



Рисунок 3 Применение ГНСС технологий для точного позиционирования

Проведение эксперимента. За основу эксперимента был выбран участок земли сельскохозяйственного назначения с известными координатами правильной квадратной

формы со стороной 100 м и площадью 1 Га. Во время эксперимента были использованы: ГНСС оборудование — Leica GS-08 и мобильный телефон марки Xiaomi с двухчастотной GPS-навигацией. Для чистоты показателей участок был выбран на равнинной местности без леса и высоких деревьев. Таким образом были созданы максимально комфортные условия для стабильного сигнала и работы со спутником. После настройки устройств и установления связи со спутником, были отсняты 4 поворотные точки участка с помощью обоих устройств поочередно. При этом учитывалось, что точность определения координат с помощью ГНСС оборудования колеблется в пределах от 0,1 см до 5 см. В то время как точность определения координат с помощью девайсы составляет от 1м до 25 м при стабильном приёме сигнала (рис.4).



Рисунок 4 Схема проведения эксперимента

Полученные данные были выгружены и обработаны, после чего они были сведены в следующие таблицы 1 и 2:

Таблица 1 Сравнительная таблица измерений координат точек

№№	Устройство	$\Delta X, м$	$\Delta Y, м$	$M_s, м$
1.	Девайсы и базис	7,432	6,442	9,835
2.	ГНСС и базис	0,007	0,008	0,011
3.	Разница измерений девайсы и ГНСС	7,425	6,434	9,825

Таблица 2 Сравнительная таблица вычислений площадей

№№	Устройство	$\Delta P, м^2$	$M_p, м^2$
1.	Девайсы и базис	900	938,20
2.	ГНСС и базис	0,6	1,10
3.	Разница измерений девайсы и ГНСС	899,4	6,434

По данным таблиц выяснено, что измерения, проведенные с помощью ГНСС оборудования, имеют погрешность определения координат равную 11 мм и погрешность определения площади равную $1,1 \text{ м}^2$, в то время как погрешность измерений, проведенных с помощью девайсы, составляет 9,8 м и $938,20 \text{ м}^2$ соответственно. На рис. 5 показано информационное взаимодействия с сервисами системы автоматизированного землеустроительного проектирования (САЗПР).



Рисунок 5 Схема информационного взаимодействия с сервисами САЗПР

На рисунке 6 представлена схема визуализации сервисов цифрового землеустройства в системе дополненной реальности.

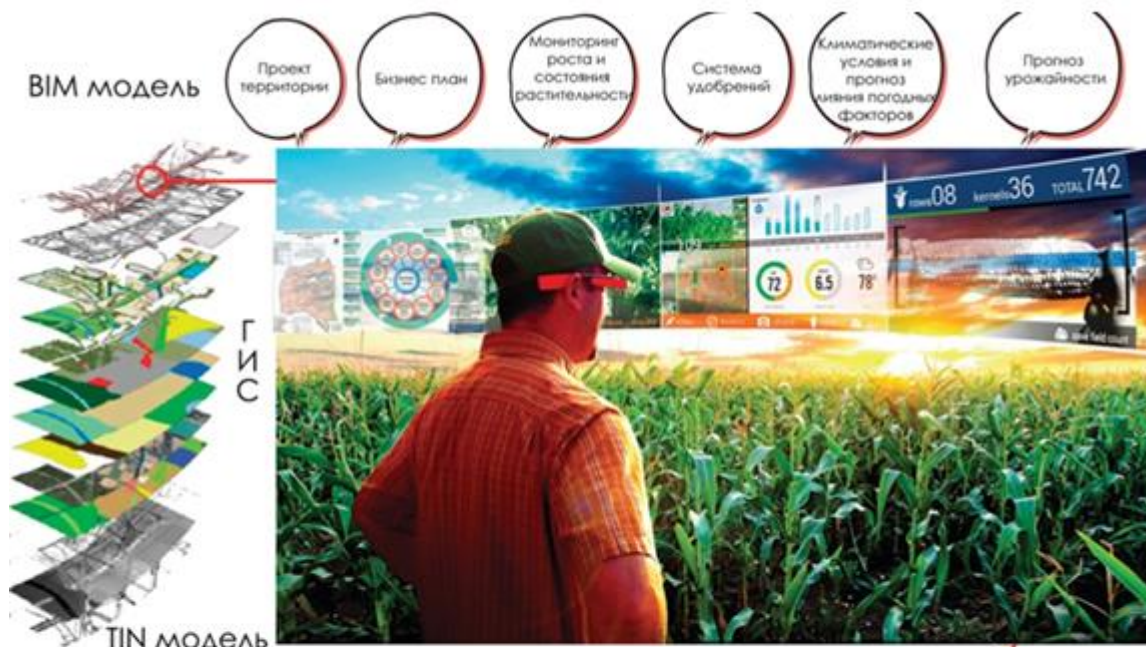


Рисунок 6 Схема визуализации сервисов цифрового землеустройства в системе дополненной реальности

Таким образом, можно сказать, что девайсы нельзя использовать для точных определений координат и площадей участков. Однако сейчас реальным и перспективным является совместное использование девайсов и ГНСС оборудования, где девайсы выступают в роли контроллера и позволяет передавать координаты для дальнейшего проектирования прямо на месте съёмки. Если говорить об этой связке, то стоимость самого инструмента ГНСС составит примерно 100тыс. рублей, а стоимость ПО для девайса — примерно 50 тыс. руб.

Выводы

При стабильной мобильной сети телефона, при наличии в нём двухчастотного GPS приемника его можно использовать в маркетинговых целях. Так как земли с/х назначения подразумевают большие площади, то погрешность телефона допустима для получения примерных площадей и координат участка для дальнейшей прикидки стоимости земли и решения возможных задач при выполнении проектов землеустройства.

Также девайсы могут совмещать в себе функцию контроллера ГНСС, и такое взаимодействие оборудования позволит ускорить процесс обработки данных и, при правильной автоматизации землеустроительного проектирования, можно будет почти моментально рассчитать бизнес-план хозяйства, проект землеустройства и даже увидеть результат своими глазами через очки дополненной реальности.

Перспективы дальнейших исследований должны быть направлены на совершенствование разработанной методики с учетом новых возможностей современных и перспективных систем дополненной реальности, а также систем АПК, такие как умное землепользование, умное поле, умный дом и др.

Цифровое землеустройство позволяет нам применять информацию, полученную из большого массива данных (BigData) в совокупности с технологией Blockchain для реализации проектов по увеличению прибыли, а также рационального и эффективного использования земельных ресурсов и информации о них.

Т.к. экономика проекта сосредоточена на платных сервисах для владельцев и пользователей объектов недвижимости, а также увеличении объемов и улучшении использования земельно-ресурсной информации, оптимизации ее хранения, обработки и интерпретации, ожидаемый экономический эффект от коммерциализации предлагаемых разработок может достигать нескольких триллионов рублей в год.

Список литературы

1. Постановление Правительства Российской Федерации от 15 апреля 2014 года № 313 «Об утверждении государственной программы Российской Федерации “Информационное общество (2011–2020 годы)”».
2. Волков, С.Н. Земельная политика: как сделать ее более эффективной [Текст] / Волков С.Н., Хлыстун В.Н. // Международный сельскохозяйственный журнал. – 2014. – №1-2. – С. 3-6.
3. Волков, С.Н. Как достичь эффективного управления земельными ресурсами в России [Текст] / Волков С.Н., Комов Н.В., В.Н. Хлыстун // Международный сельскохозяйственный журнал. – 2015. – №3. – С. 3-7.
4. Волков, С.Н. Землеустройство: В 9 т. – М.: «Колос», 2001-2009.
5. Землеустроительное обеспечение реализации государственных программ и приоритетных национальных проектов по развитию АПК и других отраслей экономики: монография /под общ. ред. С. Н. Волкова. -М.: ГУЗ, 2017. -568 с
6. О концепции цифрового землеустройства. [Текст] // Папаскири, Т.В. // ж-л Землеустройство, кадастр и мониторинг земель.- М.: ИД «Панорама», Изд-во «Афина», — 2018. -№ 11. – С.5-11.
7. Основные направления использования земель сельскохозяйственного назначения в Российской Федерации на перспективу. / Научно-практическое пособие / Под ред. С.Н. Волкова. — М.: ГУЗ, 2018. – 344 с.
8. T V Papaskiri, A E Kasyanov, N N Alekseenko, V N Semochkin, E P Ananicheva and A A Shevchuk. Digital land management // IOP Conf. Series: Earth and Environmental Science 350 (2019) 012065 // 8p., doi:10.1088/1755-1315/350/1/012065 https://iopscience.iop.org/1755-1315/350/1/012065/pdf/EES_350_1_012065.pdf
9. T V Papaskiri, A E Kasyanov, N N Alekseenko, V N Semochkin, E P Ananicheva and I V Volkov. Modern technologies of digital land management // IOP Conf. Series: Earth and Environmental Science 350 (2019) 012066 // 7p., doi:10.1088/1755-1315/350/1/012066 https://iopscience.iop.org/1755-1315/350/1/012066/pdf/EES_350_1_012066.pdf
10. T Papaskiri, A Kasyanov and E Ananicheva On creating digital land management in the framework of the program on digital economy of the Russian Federation // IOP Conf. Series: Earth and Environmental Science 274 (2019) 012092 doi:10.1088/1755-1315/274/1/012092 <https://iopscience.iop.org/article/10.1088/1755-1315/274/1/012092/pdf>

**Проблемы финансирования молочнопродуктового подкомплекса в рамках развития
региональной пространственно-отраслевой структуры
In the world of the regional space-industry structure**



УДК 338.43:658.5(007)

DOI 10.24411/2413-046X-2020-10503

Благодарности. Статья опубликована в соответствии с Планом научно – инновационной деятельности и научных изданий ФГБОУ ВО Пермский ГАТУ на 2020 год, в рамках научно-исследовательской работы на тему: «Совершенствование механизма импортозамещения агропродукции в условиях неустойчивой экономики» АААА-А16-116021210249-3

Черникова Светлана Александровна,

к.э.н., доцент, зав. кафедрой менеджмента. Факультет экономики и информационных технологий, Пермский государственный аграрно-технологический университет имени академика Д.Н. Прянишникова, 614990, Пермь, ул. Петропавловская, 23, E-mail: schernikova2014@yandex.ru

Chernikova Svetlana Aleksandrovna,

CSc, Management Department, Faculty of Economics and Information Technologies, Perm State Agro-Technological University named after Academician D.N. Pryanishnikov. 614990. Perm, st. Petropavlovskaya, 23

Аннотация. В современных условиях кризисные явления, порождены совокупностью проблем, которые накопились в молочнопродуктовом подкомплексе, как общеэкономического, отраслевого характера, так и организационно-экономического, так и финансового характера, требуют научно обоснованных, долгосрочных решений, реализации комплексной стратегии эффективного и устойчивого развития агропромышленного комплекса. Развитие молочнопродуктового подкомплекса зависит от успешного осуществления важных направлений, мер и механизмов финансирования региональной пространственно-отраслевой структуры, и в этом большую роль играет эффективное применение целевых программ.

Summary. In today's conditions, crisis phenomena, generated by a set of problems that have accumulated in the dairy sub-product complex, both economic, industrial, and organizational-economic and financial, require scientifically sound, long-term solutions, implementation of a comprehensive strategy of effective and sustainable development of the agro-industrial complex. The development of the dairy sub-product complex depends on the successful implementation of important areas, measures and financing mechanisms for the regional space-industry structure, and the effective application of targeted programmes plays a big role.

Ключевые слова: программно-целевые инструменты, финансирование, инвестиции, молочнопродуктовый подкомплекс, региональной пространственно-отраслевой структура.

Keywords: software-targeted tools, financing, investments, dairy products, regional space-industry structure.

В современных условиях, острота кризисных явлений в региональной пространственно – отраслевой структуре, и в частности, в молочнопродуктовом подкомплексе имеет, с одной стороны, объективный характер, так как производство молочных продуктов отличается сезонностью, остро испытывает недостаток финансовых ресурсов и постоянно противостоит монопольным действиям торговых сетей и посредников, поставщиков материально-технических ресурсов.

С другой стороны, спад производства и ухудшение экономической ситуации, социального положения жителей села, в значительной мере обусловлено неотлаженными системами государственного, муниципального и хозяйственного управления. По этому, в современных условиях, возникает объективная необходимость комплексного решения проблем в молокопродуктового подкомплекса, придания сельскохозяйственному производству и ее переработке устойчивого характера развития, что способствует устойчивому развитию региональной пространственно-отраслевой структуре.

В этом отношении, важное значение, имеет реализация государственной программы развития сельского хозяйства и регулирования рынков сельскохозяйственной продукции, сырья и продовольствия на 2013-2020 годы[1], в рамках которой в ближайшей перспективе и предстоит продолжить решение вопросов эффективной работы сельского хозяйства, в целом, в рамках региональной пространственно-отраслевой структуры.

Стратегия программно-целевого финансирования молочнопродуктового подкомплекса, в частности, представляет собой комплекс экономических, организационно-технологических, инновационно — инвестиционных и других мер по реализации целей и задач конкретных программ развития региональной пространственно-отраслевой структуры.

Программно-целевой метод наиболее эффективен и при решении комплексных социальных проблем, который позволяет наиболее полно и в то же время детально охватить весь объем задач, решение которых может обеспечить нормальные условия жизнедеятельности и повышение благосостояния населения, повышения уровня качества его жизни. В условиях дефицита финансовых и материально-технических ресурсов, одним из значимых является программно-целевой подход, обеспечивающий конкретную направленность государственной поддержки молочнопродуктовому подкомплексу.

В настоящее время в определенной мере потеряна управляемость процессом разработки и реализации целевых программ. Поэтому ключевое звено в управлении региональной пространственно-отраслевой структуры, по мнению автора, является планирование, а в его составе – разработка целевых программ, должны отвечать требованиям кредитных организаций, банков для повышения управляемости процессом их разработки, так и реализации.

При этом, недостаточно широко проводятся исследования, посвященные применению программно-целевого метода для регулирования молочнопродуктового подкомплекса в рыночной экономике, в частности требуют дальнейшей научной и методической разработки вопросы, связанные с совершенствованием методологии и методики программно-целевого планирования, механизма разработки и оценки эффективности реализации целевых программ в молочнопродуктовом подкомплексе, предпосылки разработки целевых программ, предопределило сложившийся ситуация состояния развития сельского хозяйства, как региона, так и страны, в целом.

Решение этих сложных задач во многом зависит от эффективной организации производства, повышения финансовой устойчивости хозяйствующих субъектов молочнопродуктового подкомплекса, процесса финансирования стратегии развития региональной пространственно-отраслевой структуры.

В современных условиях, переход к межотраслевой структуре управления должен обеспечить ориентацию каждого структурного элемента продуктового подкомплекса на достижение конечных целей, совершенствование экономических взаимоотношений между партнерами, повышение пропорциональности и сбалансированности сфер подкомплекса, повышения качества производимой продукции, моральное и материальное стимулирование за конечные результаты, предопределила объективную необходимость выделения молочнопродуктового подкомплекса, а также программа обеспечения населения в безопасных продуктах питания не может осуществляться иначе, как в виде последовательной разработки и реализации целевых программ развития отдельных

продуктовых подкомплексов и их последующего синтезирования в единую комплексную программу в рамках развития региональной пространственно-отраслевой структуры [2].

При этом, объективной основой выделения продуктовых подкомплексов, как целереализующих систем региональной пространственно-отраслевой структуры является совершенствование системы управления агропромышленного комплекса, где на смену большого количества разрозненных отраслей приходят межотраслевые комплексы, имеющие определенные организационные и экономические границы, структуру и конечную цель.

Организационное обособление межотраслевых подкомплексов позволяет использовать программно-целевой подход к реализации программы, обеспечения населения в продуктах питания (предопределено Доктриной продовольственной безопасности РФ (утверждена Указом Президента РФ от 1 февраля 2010 г., далее — Доктрина)), выявить узкие места функционирования на всех стадиях воспроизводства конкретного продукта [3].

Поэтому для осуществления государственной экономической политики в сфере обеспечения продовольственной безопасности Российской Федерации она нацелена на то, чтобы обеспечить население надежными продуктами питания, развить отечественное агропромышленное и рыбохозяйственные комплексы, оперативное реагирование на внутренние и внешние угрозы стабильности продовольственного рынка, а также эффективное участие в международном сотрудничестве в области безопасности пищевых продуктов, утвержденной Доктриной.

Таблица 1 – Объем ресурсного обеспечения, тыс. руб. *

2013 год	189 229 107.51
2014 год	221 257 793.30
2015 год	240 069 518.21
2016 год	254 148 824.58
2017 год	271 121 839.50
2018 год	290 294 199.07
2019 год	311 778 479.25
2020 год	335 173 176.20

В каждом регионе развиваются те, подкомплексы, для которых имеются наиболее благоприятные природные, экономические и демографические условия. В Приволжском Федеральном округе существуют продуктовые подкомплексы: мясной, молочный, картофелеовощной. Остальные продуктовые подкомплексы из-за небольшого объема производства сырьевой продукции и отсутствия крупных предприятий по переработке

находятся в стадии формирования. Далее рассмотрим число организаций в агропромышленном комплексе Пермского края таблица 2.

Таблица 2 – Распределение числа организаций по видам экономической деятельности*

Показатели	2017 г.	2018 г.	2019 г.	Изменения (+,-) 2019 г. от 2017 г.
Всего	81443	76437	70180	-11263
в том числе:				
Сельское, лесное хозяйство, охота, рыболовство и рыбоводство	1989	1861	1762	-227
растениеводство и животноводство, охота и предоставление соответствующих услуг в этих областях	1320	1267	1213	-107
лесоводство и лесозаготовки	632	557	513	-119
рыболовство и рыбоводство	37	37	36	-1

*Составлено и рассчитано по данным территориального органа Федеральной службы государственной статистики по Пермскому краю (Пермьстат) [4]

По данным таблицы видно, что число организаций сельского хозяйства в 2019 г. составляет 1762 орг., это на 11% меньше чем в 2017 г. Также видно, что число организаций сельского хозяйства составляет всего 2,5% от общего числа организаций Пермского края (таб.2).

Таблица 2 - Оборот организаций по видам экономической деятельности (в фактически действовавших ценах; миллионов рублей)*

Показатели	2017 г.	2018 г.	Изменения (+,-) 2018 г. от 2017 г.	2018 г. в % к 2017 г.
Всего	2745001,8	3450368,9	705367,1	125,7
в том числе:				
сельское, лесное хозяйство, охота, рыболовство и рыбоводство	31461,2	31424,1	-37,1	99,9

*Составлено и рассчитано по данным территориального органа Федеральной службы государственной статистики по Пермскому краю (Пермьстат) [4]

На основании, представленных данных, можно сделать вывод о том, что оборот организаций сферы сельского хозяйства, за анализируемый период имеет тенденцию к сокращению, но не значительную. Среди продуктовых подкомплексов особое место занимает молочнопродуктовый подкомплекс. Подкомплекс объединяет в своем составе сельскохозяйственные предприятия и крестьянские (фермерские) хозяйства с молочным скотоводством в кооперации с молокоперерабатывающими предприятиями, цехами, предприятиями торговли. Основа формирования молочнопродуктового подкомплекса — развитие системы экономических отношений, выступающих в форме взаимосвязей и взаимозависимостей по поводу производства молока, его транспортировки, переработки и доведения конечной продукции до потребителя. Исходя из вышеизложенного, можно дать следующее определение, отражающее сущность изучаемого объекта.

Молочнопродуктовый подкомплекс имеет специфические особенности, которые отличают его от других подкомплексов агропромышленного комплекса. В частности, небольшой срок хранения, малая транспортабельность, высокая биологическая ценность, необходимость немедленной переработки произведенного сырья, а также соблюдения высоких санитарных стандартов, целесообразность значительного потребления молока в свежем виде являются существенными факторами, которые создают основу для интеграции процессов производства, закупок, переработки и реализации готовой продукции [5, с.105]. Для определения состава и структуры молочнопродуктового подкомплекса целесообразно показать взаимосвязи между его отраслями и звеньями.

Таким образом, произведенную продукцию переработчики реализуют собственными силами и через другие торгующие организации. Углубление специализации ведет к резкому расширению связей, усложнению экономических отношений между специализированными подразделениями. В современных условиях предъявляются новые требования к качеству связей и отношений. Они должны быть прямыми, гибкими и взаимостимулирующими.

Результаты исследования показали, что в целом по молочному скотоводству в Пермском крае наблюдается положительная тенденция. Несмотря на сокращение КРС, повышается их продуктивность, но при этом уровень товарности снижается. Причиной служит снижение цен закупа сырого «молока – сырья» на переработку. Данный факт отрицательно влияет на прибыль сельскохозяйственных производителей, возникает угроза, нехватки финансовых средств, что в свою очередь, провоцирует потребность в реализации финансирования инвестиционной деятельности, привлечения заемных средств, что в конечном итоге повлияет на финансовые показатели деятельности предприятия. Согласно отображению данных статистики по Пермскому краю (таблица 3), финансовая устойчивость сельскохозяйственных производителей Пермского края снижается, поскольку долгосрочные и текущие обязательства растут высокими темпами с уменьшением объема деятельности [5].

Таблица 3 – Коэффициенты финансовой устойчивости сельскохозяйственных предприятий Пермского края

Показатели	Нормативное значение	2015 год	2016 год	2017 год	2018 год	2019 год
Коэффициент автономии	>0,5	0,64	0,65	0,66	0,62	0,58
Коэффициент финансового левериджа	<1	0,33	0,33	0,31	0,37	0,46
Коэффициент мобильности имущества	–	0,57	0,57	0,57	0,56	0,53
Коэффициент обеспеченности собственными оборотными средствами	>0,1	0,32	0,33	0,36	0,28	0,17

*Составлено и рассчитано по данным территориального органа Федеральной службы государственной статистики по Пермскому краю (Пермьстат) [4]

За годы экономического реформирования все молокоперерабатывающие предприятия, испытывают нехватку финансовых ресурсов, для получения «живых» денег, пополнения оборотных средств, вынуждены были открыть свои фирменные магазины и другие торгующие точки, т.е. развивать свою собственную сбытовую розничную сеть [7, с.43].

В настоящее время, предприятия молочнопродуктового подкомплекса, уже сильно за кредитованы, что характеризует низкий уровень финансовой устойчивости и порог финансовой прочности. В связи с чем, недостаток ликвидности они не спешат компенсировать кредитами на предлагаемых условиях.

Поэтому углубление специализации должно сопровождаться совершенствованием организационно – экономического механизма, учитывающего интересы всех взаимосвязанных отраслей. Важной особенностью этого процесса является то, что при увеличении количества специализированных подразделений неизмеримо возрастает степень экономического риска, последствия которого затрагивают интересы уже не отдельных подразделений, а в значительной степени системы в целом, в рамках региональной пространственно-отраслевой структуры.

В этой связи важнейшим условием повышения эффективности молочнопродуктового подкомплекса выступает согласование мощностей молокоперерабатывающих предприятий с объемом производства и поступления на переработку «молока – сырья» от сельскохозяйственных организаций, а также производство безопасной молочной продукции (соответствие ТР ТС 021/2011, ТР ТС 033/2013) [8] в количестве и ассортименте, соответствующем платежеспособному спросу потребителей, существует потребность в пересмотре экономического механизма организации производства и управления, направленная на совершенствование планирования, организации, оперативного управления и регулирования, анализа и учета, контроля за всем многообразием связей, взаимосвязей контроля за всем многообразием связей, взаимосвязей и взаимодействий, осуществляющих процесс производства, финансирования, материально-технического обеспечения и сбыта выпускаемой продукции молочнопродуктовым подкомплексом.

Целесообразно пересмотреть ответственность предприятий и организаций, обслуживающих сельскохозяйственные предприятия, за увеличение производства, за качество и сроки выполнения работ и оказания услуг, усиления заинтересованности предприятий и организаций, обслуживающих сельскохозяйственные предприятия в достижении высоких конечных результатах и росте экономической эффективности производства сельскохозяйственной продукции[9,с.265] .

По мнению автора, определяющим фактором развития молочнопродуктового подкомплекса должно стать создание инновационных интеграционных формирований в сфере производства, переработки реализации продукции, в рамках региональной пространственно-отраслевой структуры, которые смогут реализовывать инновационные проекты и осуществлять необходимые инвестиции [10].

Сформированное сотрудничество сельхозтоваропроизводителей с перерабатывающими предприятиями молочнопродуктового подкомплекса на основе интеграции должны привести к предлагаемому типу экономических связей: сельхозтоваропроизводители производят выпуск качественного «молока-сырья», далее перерабатывающие предприятия молочнопродуктового подкомплекса, заинтересованные в сырьевой базе, инвестируют в инновационные проекты. В связи с этим необходимо понимать, что связка производитель-переработчик всегда работает только совместно, т.к. переработчик является потребителем произведенной сельскохозяйственной продукции. Существующий баланс показывает, что если переработчик не может продать свою продукцию ввиду низкого спроса, с учетом, снижения покупательской способности, следовательно, и сельхозтоваропроизводитель, не сможет продать свое молоко — сырье, т.к. оно становится не востребованным. Затем посредством интеграции, в региональной пространственно-отраслевой структуре, возможно создание оптово-логистических центров, основанных на устойчивых, межрегиональных связях и снабженческо-сбытовой кооперации, охватывающих множество сельхозтоваропроизводителей.

Рассмотренные, автором, направления инновационного развития, определение производственно-экономических, управленческих связей в молочнопродуктовом подкомплексе могут быть реализованы в практике работы региональной пространственно-отраслевой структуры при условии полноценного и своевременного финансирования за счет государственной поддержки науки и производства, связанного с инновациями.

При этом, взаимодействие средств финансовой сферы, а именно: бюджетные дотации, субсидии, субвенции, средства кредитно-финансовой системы, лизинга и внебюджетных фондов, прибыль и амортизационные отчисления сельскохозяйственных организаций и перерабатывающих предприятий молочнопродуктового подкомплекса, уплачиваемые налоги, сборы и обязательные платежи, обеспечивают воспроизводственные процессы и выступают в системе, региональной пространственно-отраслевой структуре как доминирующий инструмент управления [11, с.85].

Если обобщить, имеющиеся современные государственные механизмы воздействия на инновационные процессы в молочнопродуктовом подкомплексе, можно выделить укрупненные следующие группы:

- финансово-экономические: льготное кредитование и система государственных гарантий для предприятий молочнопродуктового подкомплекса, осуществляющих инновационные проекты, страхование рисков, дотации, субсидии и компенсации;
- институциональные: формирование инфраструктуры и системы институтов, создание и контроль за организациями, экономического взаимодействия субъектов РФ;
- организационно-экономические: содействие формированию вертикальной и горизонтальной интеграции предприятий, инновационно — интеграционных формирований, развития лизинга, реализация перспективных инновационных проектов и т.д.;
- внешнеэкономические: разработка и реализация протекционистской политики, развитие экспортно-импортных поставок оборудования, создание благоприятных условий для привлечения иностранных инвестиций, развитие экспорта отечественной продукции, поиск, расширение рынков сбыта и т.д. [12].

Приоритетные решения вышеперечисленных вопросов нашли свое отражение в процессе составления и утверждения дорожной карты развития сельского хозяйства и устойчивого развития сельских территорий в Пермском крае до 2020 года, по направлению повышения инвестиционной привлекательности отрасли молочного скотоводства, путем применения государственной поддержки.

В связи, необходимо предложить к применению стратегию программно-целевого финансирования развития региональной пространственно-отраслевой структуры.

Список литературы

1. Государственная программа развития сельского хозяйства и регулирования рынков сельскохозяйственной продукции, сырья и продовольствия на 2013–2020 годы (Утверждена постановлением Правительства от 14 июля 2012 г. № 717) [Электронный ресурс]. Доступ с сайта Правительства России. – Режим доступа: <http://government.ru/programs/208/events/> (дата обращения: 18.04.2020).
2. Егоров Н. Е. Инновационно-промышленный мега-кластер Южной Якутии / Н. Е. Егоров // Региональная экономика: теория и практика. — 2008 .- № 12 .- С. 40-44.
3. Указ Президента РФ от 30 января 2010 г. N 120 «Об утверждении Доктрины продовольственной безопасности Российской Федерации» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://base.garant.ru/12172719/> (дата обращения: 03.05.2020).

4. Федеральная служба государственной статистики [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.gks.ru/> (дата обращения: 25.04.2020).
5. Борисенко И. Л. Формирование и развитие интегрированных организационно-производственных структур промышленных кластеров / И. Л. Борисенко // Организатор производства. — 2009 .- № 2 .- С. 104-106.
6. Бычкова Г. М. Обоснование применения синергетического подхода к оценке эффективности функционирования кластера / Г. М. Бычкова // Известия Иркутской государственной экономической академии (Байкальский государственный университет экономики и права). — 2008
7. Черникова С.А. О необходимости финансовой поддержки перерабатывающих предприятий молочной отрасли / АПК: Экономика, управление. 2019. № 9. С. 35-45.
8. Решение Совета Евразийской экономической комиссии от 09.10.2013 N 67 «О техническом регламенте Таможенного союза «О безопасности молока и молочной продукции» (вместе с «ТР ТС 033/2013. Технический регламент Таможенного союза. О безопасности молока и молочной продукции»). [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://docs.cntd.ru/document/499050562> (дата обращения: 15.06.2019).
9. Комышев, А.Л. Управление производством в хозяйствующих субъектах молочного комплекса / А.Л.Комышев.– Ижевск: Изд-во «Ассоциация «Научная книга», 2007.– 338с.
10. Пыткин А.Н., Черникова С.А. Особенности реструктуризации предприятий агропромышленного комплекса в инновационные интеграционные формирования: монография – перераб. и доп. / А.Н. Пыткин, С.А. Черникова. – Пермь: АНО ВПО «Пермский институт экономики и финансов», 2013. – 184с.
11. Черникова С.А. Вопросы развития финансовой сферы перерабатывающих предприятий молочной отрасли на различных стадиях экономического развития / Экономика, труд, управление в сельском хозяйстве. 2019. № 6 (51). С. 81-89.
12. Продовольственный рынок регионов России: новый вектор развития / Под общей редакции д.э.н. Ю.Г. Лавриковой, д.э.н. В.П. Негановой – Екатеринбург: УрО РАН, 2018. – 776с.

**Подготовка к экспериментальному проекту консолидации сельскохозяйственных
земель в Азербайджане**

Preparation for a pilot project on agricultural land consolidation in Azerbaijan



УДК 332.33: 332.2

DOI 10.24411/2413-046X-2020-10511

Низамзаде Т.Н.,

Бакинский Государственный университет, email: teymur_nizamzade@mail.ru

Nizamzada T.N.,

Baku State University, email: teymur_nizamzade@mail.ru

Аннотация. Экспериментальные проекты предоставляют возможность тестирования процедур и накопления опыта и информации, необходимых для разработки долгосрочных программ, а также применять поэтапные подходы к консолидации земель. Реализация экспериментального проекта консолидации земель представляет собой один из способов создания основы для будущей работы, осуществляемой в рамках долгосрочной программы консолидирование сельскохозяйственных земель Азербайджана. Перед тем, как приступить к работе по консолидации земель, необходимо определить и утвердить правила, регулирующие функции и процедуры консолидации земель. В настоящей статье рассматриваются области, в которых необходимо будет обеспечить наличие таких правил, и определяются требования, выполнение которых необходимо для начала реализации проектов по консолидации земель.

Summary. Pilot projects provide an opportunity to test procedures and accumulate the experience and information needed to develop long-term programs, as well as to apply step-by-step approaches to land consolidation. The implementation of the pilot land consolidation project is one of the ways to create a basis for future work carried out within the framework of the long-term program for the consolidation of agricultural land in the country. Before starting work on land consolidation, it is necessary to define and approve rules governing functions and procedures. This article discusses the areas where such rules will need to be implemented and defines the requirements that must be met to start land consolidation projects.

Ключевые слова: Экспериментальный проект, консолидация земель, землевладельцы, аренда, реализация проекта, участники проекта, приобретение земель, расходы, фермеры.

Keywords: Pilot project, land consolidation, landowners, lease, project implementation, project participants, land acquisition, expenditures, farmers.

Введение. Сельское хозяйство в Азербайджане является отраслью имеющей традиционно стратегическое значение, и в случае государственной поддержки оно способно полностью обеспечить продовольственную безопасность населения [1]. В современных условиях процесс перераспределения земель приводит к увеличению количества собственников, уменьшению размеров землепользований и разобщенности используемых земельных участков, что в результате увеличивает затраты на производство сельскохозяйственной продукции [2]. Основой развития сельского хозяйства непосредственно выступает совершенствование инвестиционного процесса в отрасли на основе внедрения достижений научно-технического прогресса, формирования инновационно-инвестиционного типа расширенного воспроизводства [3]. В связи с этим, а также необходимостью усовершенствования земельного законодательства Азербайджана, на сегодняшний день, изучение проблемы консолидации земель сельскохозяйственного назначения является очень актуальной [1]. На международном уровне вопросы консолидации земель исследуются специалистами Отдела землевладения и землепользования Продовольственной и сельскохозяйственной организации Объединенных Наций (ФАО) [4], Европейской экономической комиссии при ООН.

Консолидация земель является одним из наиболее эффективных инструментов управления земельными ресурсами, позволяющими улучшить структуру сельскохозяйственных угодий в стране, повысить национальную экономическую и социальную эффективность и принести выгоды, как частным правообладателям, так и обществу в целом. По результатам консолидации земель на территориях фермерских — крестьянских хозяйств, путем проведения землеустроительных мероприятий можно ликвидировать чересполосицы, узкополосицы, дальнотелье, а также и другие недостатки в землепользовании [5].

В современной научной литературе и практике Азербайджана, за исключением трёхлетнего проекта ФАО по оказанию Министерству сельского хозяйства Азербайджанской Республики технической поддержки во внедрении практики консолидации земель в стране, не существует ни одной работы по комплексному исследованию порядка проведения консолидации земель сельскохозяйственного назначения с детальным анализом каждого этапа ее проведения [6].

В настоящее время в Азербайджанской Республике отсутствует закон о консолидации земель сельскохозяйственного назначения. Поэтому существует острая необходимость в разработке законопроектов, а также определении общих тенденций развития законодательных норм, направленных на недопущение дробления земельных участков и их консолидации в будущем [7].

Цель применения экспериментального проекта по консолидированию земель Азербайджана является, апробации новых подходов и методов. Многие из организационных и правовых элементов, которые воспринимаются как нечто само собой разумеющееся при реализации проектов по консолидации земель, обязательном порядке должны были быть разработаны, внедрены и опробованы в процессе осуществления экспериментального проекта.

Методы или методология проведения исследования. Процесс запуска экспериментального проекта может носить более циклический характер, чем процессы реализации проектов в рамках долгосрочной программы консолидации земель [8]. Предметный охват экспериментального проекта (например, сельскохозяйственные улучшения, охрана окружающей среды, строительство коммунальных сооружений, возрождение сельских поселений и т.д.) будет зависеть от выбора места его реализации. Выбор места для проекта будет, в свою очередь, зависеть от готовности местного населения и ее фермеров принимать участие в реализации проекта. Их готовность будет обусловлена теми улучшениями, которые будут обеспечены в результате реализации проекта, и способом распределения расходов между учреждениями центрального правительства, местным правительством и частными лицами. Правовую ответственность и строго соблюдение выработанных мер по проведению консолидации земель, следует возложить на соответствующие правительственные учреждения страны. В случае с Азербайджаном, на наш взгляд таким учреждением может быть Минсельхоз страны.

Результаты и обсуждение. До начала реализации проекта необходимо будет ответить, на очень важные вопросы напрямую связаны с проведением такого проекта. Если не будет найден ответ на нижеследующие вопросы, до начала проекта говорить об успешности такого проекта будет весьма сложно. На кого будет возложена правовая ответственность за проведение консолидации земель? Какой должна быть продолжительность проекта? При необходимости можно ли приобретать дополнительные земли? Где будет проведена эксперимент (то есть территориальное место проведения)? Какие будут выгоды и улучшения от консолидации земель? Будут ли выгоды превышать расходы? Как будут распределяться расходы между фермерами? Каким образом найдут

свои решение вопросы связаны с арендными договорами, сервитутами и закладными? Как и от кого будет, исходит инициатива и утверждена заявка на проект? На кого будет возложена ответственность руководство, разработка и реализацией проекта? Кем и как будет осуществляться процесс стоимостной оценки? Как будут трактоваться изменения землевладения и стоимостной оценки, происходящие в результате осуществления проекта? Как будет организована реализация проекта консолидации земель? Как будет происходить изменение прав собственности? Как будет осуществляться подготовка и утверждение подробного плана консолидации земель?

Помимо нахождения ответа на вышеуказанные вопросы, также для реализации экспериментального проекта по консолидации земель, потребуется налаживание прямых связей между местными органами власти, муниципалитетами, управлениям водоснабжения и другими органами которые косвенно или прямой форме могут иметь отношение к этому проекту.

Изначально проект должен быть проектировано таким образом, что его срок не был слишком продолжительным. В противном случае мероприятия, реализуемые в его рамках проекта, могут оказывать неблагоприятное влияние на общий ход работы консолидации земель. Сроки продолжительности проекта, зависимо от его масштаба и от других факторов, должны бы от полутора до трех лет, но не более.

При выборе место проведение проекта надо быть очень предусмотрительным. Так как от результатов первого опыта проведение экспериментального проекта практически будет, зависит дальнейший судьба всего консолидации сельскохозяйственных земель в Азербайджане. Важным фактором при выборе место может быть наличие дополнительных земель в государственном земельном фонде страны или же у местных муниципалитетов.

На наш взгляд в первую очередь, необходимо провести тщательный опрос и анализ среды местного население, с целью определить, будет ли экспериментальный проект консолидации земель выгоден для них или нет. Если да, то нужно определить, какие необходимо применять процедуры консолидации земель (например, комплексная консолидация земель с такими элементами, как восстановление сельской инфраструктуры, упрощенная консолидация земель или добровольная консолидация земель). В законодательстве по вопросам консолидации земель должно содержаться положение о том, является ли консолидация земель добровольным процессом или процессом, основанным на желании большинства (или же и тем, и другим) [9].

В ходе анализа необходимо также установить, осуществляется ли одновременно неформальная консолидация земель посредством аренды и других мер, если да, то, как в рамках экспериментального проекта можно было бы воспользоваться этой добровольной и неформальной деятельностью. Например, в рамках проекта можно было бы изучить вопрос об объединении арендованных участков с собственными участками фермера, если все стороны дадут на это согласие.

Для проведения эксперимента, следует провести анализ для выяснения, существует ли в той или иной местности достаточный потенциал для проведения консолидации земель.

В число возможных критериев для такого анализа входят:

- проявленный ранее интерес фермеров и местных властей к консолидации земель и отсутствие сильного сопротивления такой консолидации;
- относительно небольшое число собственников, живущих вне своих владений;
- наличие надлежащих записей, подтверждающих право собственности на землю, и отсутствие таких факторов, как земельные споры;
- доступность получения земель из других источников для расширения владений;
- потенциальная возможность обеспечения значительных улучшений в результате консолидации земель;
- экологические меры, как, например, охрана конкретных природных ресурсов и т.д..

В рамках экспериментального проекта, возможно, потребуется, установить баланс между необходимостью обеспечения достаточно комплексного характера проекта, позволяющего удовлетворять существенные нужды местного населения, и необходимостью обеспечения максимальной простоты проекта для упрощения управления им. Результаты реализации первого экспериментального проекта в значительной мере повлияют на принимаемые в дальнейшем решения относительно деятельности по консолидации земель. Необходимо провести оценку объема проекта и его последствий в плане координации ряда субъектов деятельности, таких как различные отраслевые министерства, на предмет выявления потенциальных рисков. Успешно проведенный небольшой и несложный экспериментальный проект будет намного более ценным, чем крупный комплексный проект, цели которого не были достигнуты. Объем экспериментального проекта должен обеспечивать улучшение положения в сельском хозяйстве, а иначе на наш взгляд просто нет смысла в его проведение.

Потенциальные выгоды, которые, как ожидается, принесет реализация экспериментального проекта, необходимо сопоставить с предполагаемыми издержками.

Следует проводить тщательный анализ выгод и затрат. Издержки, связанные с экспериментальным проектом могут быть ниже следующие:

- сбор основной информации;
- инфраструктура;
- улучшение окружающей среды;
- благоустройство территории ферм;
- планировка ландшафта;
- улучшение частных владений, как, например, строительство зданий;
- приобретение земель;
- технические издержки перераспределения земель;
- регистрационные сборы и налог на передачу недвижимой собственности;
- административные расходы по проекту.

Демонстрируя положительные результаты такого анализа, в первую очередь следует убеждать фермеров, и потом других лиц в том, что экспериментальный проект будет выгодным. Если результаты анализа проекта окажутся неудовлетворительными, то нужно будет основательно его переработать или аннулировать и выбрать новое место для реализации экспериментального проекта. Так как, понимая важность консолидации сельскохозяйственных земель для Азербайджана, в случае провала первого экспериментального проекта ни в ком случае нельзя останавливаться и надо будет искать новое место для следующего экспериментального проекта.

Как будут распределяться расходы? Необходимо установить правило распределения различных издержек между разными правительственными учреждениями и между правительством и участниками. Поскольку фермеры не в состоянии платить больших денег за реконструкцию, большую часть средств должно будет обеспечить правительство.

Во многих зарубежных странах, где консолидации земель проводится ни первый год, правительство этих стран, часто покрывало 75% или более издержек, связанных с проектами в рамках долгосрочных программ консолидации земель, тогда как участники вносили свою долю наличными, в натуральной форме или путем выполнения определенных функций, связанных с проектом. Расходы, которые служат интересам конкретных землевладений, как правило, покрываются соответствующими фермерами. Если фермеры не в состоянии вносить авансовых платежей в случаях распределения издержек между фермерами и правительством, то правительство может покрыть все издержки и предложить собственникам выплачивать причитающиеся с них суммы в рассрочку в течение определенного числа лет. Или же во имя продовольственное

безопасности страны полностью покрыт, все расходы связаны с проектам консолидации земель в стране.

Консолидация земель не может осуществляться без государственной поддержки, способствующей развитию данного процесса [10]. Поэтому, мы считаем, что в Азербайджане все расходы на консолидации земель государство должно взять на себя. Учитывая менталитет и финансовое состояние местного населения в нашей стране, вряд ли можно рассчитывать на то, чтобы местные фермеры смогут или захотят тратить деньги из собственных средств на какие-нибудь издержки связанные с консолидацией земель. Иначе будет очень сложно получить согласие местного населения не только на экспериментальный проект, а вообще на консолидацию земель.

Как будут рассматриваться в рамках проекта арендные договоры, сервитуты и закладные? Мы считаем, что проект должен позволить землевладельцам приобретать права на различные участки земли. В некоторых системах требуется предлагать арендаторам землю такой же ценности, как та, на которой они работают, в противном случае изменение ценности земли компенсируется изменением размера выплачиваемой ренты. У арендаторов должна быть возможность требовать расторжения арендного договора, если их не удовлетворяют выделенные им земли. Права по сервитуту можно переносить на новые земельные участки, но они могут быть также аннулированы в результате консолидации земель, например, может отпадать необходимость в определенных правах прохода или проезда по чужой земле. Утрата таких прав обычно не компенсируется. Однако отсутствие устойчивого рынка кредитов в Азербайджане на землях сельскохозяйственного назначения означает, что наличие закладных не будет частым явлением на проектных участках или же во многих местах вообще не быть.

Как будет инициирована и утверждена заявка на проект? Даже если конечной целью и является внедрение программы консолидации земель, в рамках которой фермеры и местное население могут инициировать проекты, тем не менее, от ведущих учреждений может требоваться, чтобы они брали на себя активную роль в инициировании первого экспериментального проекта. Важным составляющим для консолидации земель на подготовительном этапе выступает обеспечение открытости и информированности людей о проекте. Поэтому, необходимо будет организовать обсуждение с местным населением информации о ключевых элементах предлагаемого проекта. Можно знакомить местное население и соответствующие отраслевые министерства с начальным концептуальным планом, в котором излагается структура проекта, чтобы спросить, таким образом, их мнение, что, в свою очередь, позволит определять в общих чертах объем проекта.

К реализации проекта можно будет приступать только после того, как будет получено согласие всех участников. Необходимо будет принять решение относительно того, кто является приемлемым участником, например, владельцы земель несельскохозяйственного назначения, жители сельских поселений, руководители общины и т.д. Как правило, в число участников входят все землевладельцы. Положение может быть, однако, достаточно сложным, если в районе имеется много собственников, живущих вне своего владения, тогда нужно будет обсудить вопрос о выборе экспериментальных участков с относительно небольшим числом «отсутствующих собственников». Будет ли для утверждения проектного предложения требоваться согласие всех участников, простого большинства или одной из форм особо установленного большинства? В некоторых юрисдикциях для утверждения проекта требуется, чтобы дающие согласие землевладельцы контролировали более половины территории или более половины стоимости земельной собственности. Тем не менее, мы настаиваем на том, чтобы для реализации экспериментального проекта по консолидации земель в обязательном порядке было получено согласие всех собственников земель, участвовавших в этом проекте, так как это позволит в дальнейшем избежать долгие судебные тяжбы с землевладельцами.

В экспериментальных проектах, вопрос согласия участников представляется более трепетным, чем в проектах, реализуемых в рамках устоявшихся программ консолидации земель. С одной стороны, в случаях четкой необходимости проведения консолидации земель особо установленное большинство может считаться достаточным, чтобы взять верх над несколькими несогласными владельцами, в противном случае программа так никогда и не начнется. С другой стороны, критика, с которой выступают несогласные владельцы, включая заявления о том, что у них отбирают земли, может существенным образом подорвать усилия по внедрению практики консолидации земель.

Необходимо будет разработать правила рассмотрения возражений, связанных с проектом. Будут ли подаваться апелляции, и если да, то кому? Хотя разработка способов разрешения возражений представляется очень важной, но, тем не менее, следует прикладывать усилия к тому, чтобы целенаправленно сокращать возможности возникновения таких возражений путем тщательного выбора общины для реализации проекта и обеспечения всех участников надлежащей информацией с самого начала процесса реализации. Помимо всего этого, также потребуется согласие со стороны правительства страны, поскольку оно будет обеспечивать финансирование проекта. При долевом участии в расходах различных отраслевых министерств может также понадобиться, чтобы и они одобрили проект.

Необходимо определить лица, которые будут отвечать за осуществление проекта. Ведущее учреждение должно нести общую ответственность за разработку подробного плана и реализацию проекта. В Европейских странах обычно формируется местная группа управления, состоящая из пяти – семи человек (ее иногда называют местным руководящим комитетом, консультативным советом или советом участников). Членов группы, как правило, избирают на общем собрании участников. При наличии большого числа арендаторов их представители также могут войти в состав группы. Председатель такой группы избирается или назначается. На наш взгляд, такой подход может быть применим и в нашей стране.

Инвентаризацию существующего положения дел следует проводить на основе правового оформления положения границ участка и его правового статуса, включая права аренды, закладные и права из сервитута или ограничения прав на землю. Недовольным землевладельцам и землепользователям, по результатам проведенной инвентаризации, необходимо предоставить официальное право на обжалование результатов ее проведения [11]. Обжалование должно проводиться в соответствии с земельным и гражданским законодательством. Создаваемые земельные регистрационно-кадастровые системы должны обеспечивать, где они существуют, основу для выявления держателей прав и владельцев участков. Необходимо разработать правила на те случаи, когда у людей не имеется правовых документов, подтверждающих их права собственности. Например, достаточно очевидный владелец может считаться законным владельцем для целей консолидации земель без ущерба для права других сторон начать судебный процесс. Возможно, потребуется также путем публичного извещения произвести вызов сторон, к которым не обращались лично для выявления их имущественных интересов на проекте участка. Необходимо определить лиц, которые будут проводить инвентаризацию положения дел. Следует также разработать правила рассмотрения возражений по поводу инвентаризации прав собственности.

Проведение стоимостной оценки земельных участков необходимо для обеспечения справедливости при перераспределении земель и для определения объема компенсации, если выплата таковой потребуется в результате консолидации земель. Следует определить методологию расчета оценочной стоимости. Оценка может производиться с учетом рыночной стоимости и аспектов, влияющих на производство, таких как качество почвы, ирригационные установки и топография. Во внимание следует также принимать потенциал нормальной доходности и фактическую продуктивность. Если нет необходимости обращаться к рыночной стоимости (например, если не возникает вопросов

компенсации), то можно определять относительную стоимость. Проведение таких оценок без обращения к рыночной стоимости может быть целесообразным в случаях вялых рынков земель сельскохозяйственного назначения. Кроме того, в разрабатываемую методологию потребуется, возможно, включить расчет стоимостной оценки земель несельскохозяйственного назначения. Необходимо определить лиц, которые будут проводить стоимостную оценку, например, будут ли это профессиональные оценщики, или оценщики и фермеры вместе. Для обеспечения прозрачности, возможно, потребуется привлекать экспертов, нейтральные стороны и членов местного руководящего комитета. Необходимо будет также разработать правила рассмотрения возражений по поводу расчета оценочной стоимости земельных участков.

Трансакции могут осуществляться в период между окончательным оформлением инвентаризации прав собственности и завершающими этапами перераспределения земель. Лица, получающие земли в районах, где проводилась консолидация, должны принимать последствия, к которым приводит реализация проекта, как если бы они были одной из сторон первоначального соглашения. Следует определить процедуры для обеспечения того, чтобы изменения прав собственности и других прав учитывались при перераспределении земель и оплате издержек.

Консолидация земель должна проводиться с обязательным соблюдением принципа эквивалентности или суррогатности (англ. Surrogate principle) [12; 13; 14]. Согласно этому принципу оценка перераспределенных (измененных) земельных участков (земельной собственности) будет проводиться в отношении друг друга. То есть стоимость земельного(ых) участка(ов) владельца не должна стать ниже после проведения консолидации земель. Таким образом, стоимость трансформированных земельных участков должна равняться стоимости земельного участка(ов) до их трансформации, и ни один из землевладельцев не должен понести экономических (финансовых) потерь. В случае если стоимость земельных участков окажется ниже первоначальной, то разница может быть возмещена посредством предоставления землевладельцу компенсации, как в денежной, так и натуральной форме.

В подробном плане консолидации земель указывается, как будут перераспределяться земельные участки и как будет осуществляться строительство необходимых сооружений и проведение других улучшений. Необходимо определить лиц, отвечающих за разработку плана. В их число могут входить специалисты геодезисты, агрономы, землеустроители, представитель соответствующего организации правительство курирующий проект консолидации земель и т.д..

Кроме этого важно разработать процесс, обеспечивающий участие фермеров и других заинтересованных сторон в подготовке подробного плана консолидации земель. Наличие широких систем, предполагающих активное привлечение населения, позволит лицам, разрабатывающим план, встречаться с фермерами и с другими сторонами, как индивидуально, так и в группах, чтобы выслушивать их мнения.

Вследствие конкурирующих запросов фермеров и других участников и ограничительного влияния местной топографии подготовка подробного плана консолидации земель может осуществляться в несколько циклов, чтобы можно было надлежащим образом учесть все замечания, высказанных в ходе обзоров. Необходимо будет принять решения относительно формальностей процесса: в рамках некоторых систем требуется широкое оповещение общественности о предстоящем совещании, а в ходе самого совещания все замечания и возражения фиксируются документально. Сторонам может быть также предоставлена возможность представлять свои замечания в письменном виде через определенное время после состоявшегося совещания. После того, как будет проведен анализ замечаний, следует подготовить пересмотренный проект плана. Цикличность процесса обеспечивает, таким образом, учет возражений высказанных участниками, при разработке плана перераспределения земель.

Необходимо установить правила утверждения плана после того, как будет достигнут очевидный консенсус. Будет ли необходимо, чтобы участники голосовали, если да, то, какое число участников должно проголосовать «за», чтобы план был утвержден? Нужно будет принять решение относительно того, к каким мерам сможет прибегать лицо, высказывающее возражения по поводу плана. Можно ли опротестовывать решение через суд? Обращение в суд может в потенциале привести к провалу экспериментального проекта. Если в основе программы лежит добровольное участие, то нет или почти нет никакой необходимости навязывать план несогласному с ним меньшинству. Навыки посредничества могут иметь решающее значение, обеспечивая достижение соглашений, и одним из важных аспектов экспериментального проекта будет создание условий, позволяющих сотрудникам проекта приобретать такие навыки.

В большинстве систем предусматривается, что план становится окончательным, когда – после урегулирования возражений, если таковые имели место, – он будет утвержден компетентным органом. Необходимо будет определить такой компетентный орган, которым, как правило, является ведущее учреждение, лиц которые будут осуществлять работу, а также процесс их отбора. Будет ли межеванием перераспределенных участков

заниматься частный сектор или государство? Кто будет обеспечивать строительство сооружений и проведение других улучшений?

Реализация проекта приведет к существенным изменениям правового статуса земельных участков и прав. Вследствие исчезновения существующих участков и появления, новых процесс передачи прав от одного владельца другому отнюдь не будет простым. Необходимо разработать процедуры обеспечения правовой эффективности нового положения дел, например, можно обеспечить правовую эффективность всех изменений в едином постановлении. Следует определить, какие земельно-правовые документы нужно будет выдавать собственникам после завершения процесса консолидации земель.

Вместе с определением «правил игры» необходимо будет принять ряд мер, обеспечивающих начало процесса. Нужно будет заручиться поддержкой инициативы, наладить организационные связи, обеспечить принятие правоприменительного акта для проекта, выявить проектные издержки и источники финансирования и дать людям возможность приобрести необходимые навыки.

Экспериментальный проект по консолидации земель следует изначально рассматривать как часть внедрения стратегии консолидации земель. Подготовка такой стратегии обеспечит условия для реализации экспериментального проекта, давая людям возможность видеть его не как отдельное событие, а как часть согласованного решения проблем сельского развития.

Экспериментальный проект уже в силу того, что он нацелен на привнесение новшеств, связан с потенциальными рисками. Экспериментальный проект по консолидации земель может быть особо рискованным, поскольку в его рамках перестраиваются механизмы землевладения, а земельные права являются чрезвычайно щекотливым вопросом для собственников и правительств. Не квалифицированно разработанный проект может отрицательно влиять на благосостояния бедного населения и наносить экологический ущерб. Нужно делать всевозможное, чтобы не допускать подобных рисков. Даже хорошо разработанный проект может оказывать неблагоприятное воздействие, если он плохо реализован. Для того чтобы консолидацию земель можно было бы использовать в качестве эффективного инструмента сельского развития, чрезвычайно важно обеспечивать успешное осуществление экспериментальных проектов по консолидации земель. Неудовлетворительные результаты и плохая репутация могут свести на нет всю будущую деятельность по консолидации земель. Избегание рисков является одним из важнейших элементов стратегии регулирования рисков. В рамках

реализации экспериментального проекта нет никакого смысла пытаться навязывать консолидацию земель людям, которые не хотят этого, или вовлекать в проект другие ведомства центрального правительства против их воли. Изначальное проведение оценок, таких как анализ достоинств и недостатков, возможностей и угроз, поможет выявлять конкретные риски и способы сокращения интенсивности и частоты рисков, которых невозможно избежать. После того, как реализация проекта началась, очень важно обеспечивать грамотное управление проектом, чтобы не допускать возникновения рисков.

Для того чтобы проект стал реальностью, необходимо будет обеспечить его широкомасштабную поддержку. Такой поддержкой нужно будет заручиться среди целого ряда участников. Решительная политическая поддержка на национальном уровне имеет чрезвычайно значение в связи с финансовыми и правовыми потребностями в рамках проектов. Поддержка со стороны местных политических деятелей в районах реализации необходима для привлечения местных ресурсов. Следует широко распространять идею о той важной роли, которую консолидация земель играет в процессе сельского развития, и надлежащим образом разъяснять, каким образом она содействует решению проблем и обеспечению выгод. Поддержка со стороны отраслевых министерств имеет значение, если предполагается внесение ими вклада в реализацию проектов по консолидации земель. Необходимо разъяснять им, каким образом консолидация земель может повышать эффективность их проектов. Крайне важной является поддержка со стороны фермеров и других субъектов деятельности, поскольку результатом проекта будет признание их прав собственности. Следует разъяснять им, каким образом они и их община смогут извлекать выгоду из проекта. В каждом из этих случаев нужно будет подготовить тщательно разработанные рекламные обращения и распространять их в ходе семинаров, посредством брошюр и т.д.

Для реализации экспериментальных проектов не надо готовить закона о консолидации земель; скорее, на основе опыта, накопленного в ходе их осуществления, можно будет строить последующую подготовку комплексного законодательства для регулирования программы консолидации земель. Как правила законы, которые могут повлиять на экспериментальный проект в Азербайджане следующие: конституция; гражданский кодекс; налоговый кодекс; земельный кодекс; закон о приватизации земли; закон об ипотеке; закон об аренде; закон о землеустройстве; закон об охране окружающей среды; закон о компенсациях; закон о кооперативах и пр.

До начала проекта, необходимо приобретать технические ресурсы, содействующие сокращению сроков реализации и издержек проекта. Следует использовать технологии

дистанционного зондирования, геоинформационные системы. Необходимо подготовить проекты руководств по различным процедурам (правовой инвентаризации, стоимостной оценки, апелляций, перераспределения земель, окончательного удостоверения прав и т.д.) для ориентирования деятельности в рамках реализации проекта. Следует проводить обзор руководств, отражая в них опыт, накопленный в результате эксперимента, чтобы они становились более содержательными и более надежным подспорьем в работе над последующими проектами.

В связи с определением различных правил, которые требуются для учреждения экспериментального проекта и взаимодействием между различными правительственными учреждениями и местными организациями, необходимо будет определить масштаб и объем издержек всех мероприятий. В число таких мероприятий будут входить:

- наращивание поддержки, т.е. расходы по информативным программам, предназначенным для обеспечения поддержки со стороны основных субъектов деятельности (семинары, брошюры и т.д.);
- разработка и введение в силу правоприменительного акта;
- подготовка кадров;
- расходы, связанные с самим проектом по консолидации земель, улучшение качества земли, технические издержки, связанные с перераспределением земель, административные расходы и т.д.

Выводы. Необходимо определить источники финансирования проекта и принять меры по мобилизации вклада центрального и местного правительств, участников и доноров. Обратит внимание на вопросы руководства разработкой и осуществлением всех мероприятий, чтобы обеспечивать качество, соблюдение бюджета и выполнение сроков реализации, с внедрением механизма мониторинга и оценки проектов. В ходе всего процесса следует оценивать и внедрять опыт накопленный странами Западной, Центральной и Восточной Европы.

Список литературы

1. Низамзаде Т.Н. Консолидация земель сельскохозяйственного назначения в Азербайджане. Ст.67-71.Международный научно-практический журнал Экономика, труд, управление в сельском хозяйстве №6 (63), 2020, Москва Типография ФГБНУ ФНЦ ВНИИЭСХ.
2. Сагайдак А. Э., Сагайдак А.А. Экономическое регулирование консолидации земель в сельском хозяйстве. Ст.15-18. Наука России: Цели и задачи. Сборник научных трудов по мате-

- риалам XV международной научно-практической конференции 10 июня 2019 г. Часть 4 Изд. НИЦ «Л-Журнал», 2019 — 88с.
3. Виталий Семочкин, Ольга Захарова. Землеустройство и консолидация земельных участков, выделяемых в счет земельных долей. Ст.6-8. МСХЖ №4/2016, Москва.
4. Operations manual for land consolidation pilot projects in Central and Eastern Europe. – Roma: FAO, 2004. – 69 p.
5. Низамзаде Т.Н. Консолидация земель сельскохозяйственного назначения как фактор сохранения и улучшения почвенного покрова Азербайджанской Республики. Ст.89-93. Аграрный вестник Урала № 02 (193), 2020 г. г. Екатеринбург.
6. Низамзаде Т.Н. Консолидация сельскохозяйственных земель Азербайджана на примере Европейских стран. Ст.23-30. The scientific heritage No 47 (2020) P.7 (Budapest, Hungary).
7. Низамзаде Т.Н. Консолидация земель как путь оптимизации размеров земельных массивов фермерских хозяйств Азербайджана. Ст.19-23. The Scientific journal “Norwegian Journal of development of the International Science”. №42/2020. 0178, Oslo, Norway.
8. Hartvigsen M. Land Reform and Land Consolidation in Central and Eastern Europe after 1989: Experiences and Perspectives: Ph.D. Thesis. Aalborg: Aalborg University, 2015. 449 p.
9. Европейская экономическая комиссия. Комитет по жилищному хозяйству и землепользованию. Рабочая группа по управлению земельными ресурсами. Одиннадцатая сессия. Женева, 27–28 февраля 2019 года .Пункт 3 с) предварительной повестки дня. ЕСЕ/НВР/WP.7/2019/6.
10. Сагайдак А. Э., Сагайдак А.А. Экономический механизм консолидации земель в сельском хозяйстве. Ст.1-15. Московский Экономический Журнал.4/2017. Москва.
11. Попов А.С. Стадийность проведения консолидации земель сельскохозяйственного назначения в Украине на основе передового международного опыта. Ст.111-121. Проблеми економіки № 1, 2017. Харьков, 62483, Украина).
12. Sonnenberg J. Fundamentals of Land Consolidation as an Instrument to Abolish Fragmentation of Agricultural Holdings // FIG XXII International Congress Washington, D.C. USA, April 19-26 2002. URL: https://www.fig.net/resources/proceedings/fig_proceedings/fig_2002/Ts7-4/TS7_4_sonnenberg.pdf.
13. Lisec A., Sevatdal H., Bjerva Ø.J., Ferlan M. The Institutional Framework of Land Consolidation – Comparative Analysis between Slovenia and Norway // FIG Working Week “Knowing to manage the territory, protect the environment, evaluate the cultural heritage”, 6-10 May 2012, Rome, Italy. URL: <http://www.oicrf.org/pdf.asp?ID=10816>.
14. The design of land consolidation pilot projects in Central and Eastern Europe: FAO Land Tenure Studies. Rome: FAO, 2003. No. 6. URL: <ftp://ftp.fao.org/docrep/fao/006/Y4954E/Y4954E00.pdf>.

АГРАРНАЯ ЭКОНОМИКА И ПОЛИТИКА
AGRICULTURAL ECONOMICS AND POLITICS

**Современные вопросы и проблемы финансирования инвестиционных процессов
аграрной политики России**
**Contemporary issues and problems of financing investment processes of agricultural policy
in Russia**



УДК 338.43:658.5(007)

DOI 10.24411/2413-046X-2020-10482

Статья опубликована в соответствии с Планом научно – инновационной деятельности и научных изданий ФГБОУ ВО Пермский ГАТУ на 2020 год, в рамках научно-исследовательской работы на тему: Совершенствование механизма импортозамещения агропродукции в условиях неустойчивой экономики АААА-А16-116021210249-3

Черникова Светлана Александровна,

к.э.н., доцент, зав. кафедрой менеджмента. Факультет экономики и информационных технологий, Пермский государственный аграрно-технологический университет имени академика Д.Н. Прянишникова, E-mail: schernikova2014@yandex.ru

Chernikova Svetlana Aleksandrovna,

CSc, Management Department, Faculty of Economics and Information Technologies, Perm State Agro-Technological University named after Academician D.N. Pryanishnikov

Аннотация. Статья посвящена определению ключевых вопросов финансирования инновационных процессов на федеральном и региональном уровне с целью повышения эффективности формирования аграрной политики России, в целом. Приоритеты в развитии сельского хозяйства страны и выявление основных проблем, а именно: изменений экономических и финансовых условий, нарушение эквивалентности обмена сельского хозяйства и промышленности, диспаритет цен, недостаточное кредитование сезонного недостатка оборотных средств, централизация капитальных вложений, передача

дотирования продукции животноводства с федерального на местные бюджеты, рост задолженности и блокировка счетов большинства предприятий аграрной сферы и предопределили необходимость данного исследования. Обращено особое внимание на связь между аграрной экономикой, рынком и государством, также определены особенности финансирования инвестиционных процессов в сельское хозяйство на современном этапе.

Summary. The article is devoted to identifying the key issues of financing innovative processes at the federal and regional level in order to improve the effectiveness of the formation of agricultural policy in Russia as a whole. Priorities in the development of the country's agriculture and identification of the main problems, namely: changes in economic and financial conditions, violation of the equivalence of the exchange of agriculture and industry, price disparity, insufficient credit for seasonal lack of working capital, centralization of capital investments, transfer of the subsidies of livestock products from the federal to local budgets, the growth of debt and the blocking of accounts of most agricultural enterprises and predetermined the need for this study. Particular attention is paid to the connection between the agricultural economy, the market and the state, and the peculiarities of financing investment processes in agriculture at the present stage are also defined.

Ключевые слова: аграрная политика, импортозамещение, продовольственная безопасность, финансирование, инвестиции, инвестиционные процессы, сельское хозяйство, конкурентоспособность.

Keywords: agricultural policy, import substitution, food security, financing, investment, investment, agriculture, competitiveness.

Целью разработки и реализации аграрной политики государством является эффективное развитие и поддержка сельскохозяйственной экономики. При обострившейся продовольственной проблеме, в условиях ухудшения ситуации в связи с распространением новой коронавирусной инфекции (2019-nCoV) возникает необходимость в устойчивом развитии сельского хозяйства и его отраслей, совершенствовании аграрных отношений и развитии аграрной политики, стабилизации экономики региона и России.

Аграрная политика направлена на динамичное развитие отраслей агробизнеса, а также на стимулирование социального развития сельской местности, обеспечение занятости и роста жизненного уровня сельского населения. Механизм российской аграрной политики не обеспечивает перспективы развития в сельском хозяйстве, а экономические модели не достигают высокого уровня конкурентоспособности сельской экономики в полном

объеме, поэтому на современном этапе развития сельского хозяйства, как России, так и регионов, в целях реализации политики импортозамещения, для устойчивого функционирования и устойчивого развития, как сельского хозяйства. Являясь частью социально-экономической политики, государственная аграрная политика имеет свои цели, содержит систему соответствующих скоординированных мер, реализуются в аграрном секторе экономики соответствующими механизмами финансового обеспечения стратегического развития аграрной политики, что обусловило актуальность исследования.

Следует отметить, что именно несовершенства в аграрной политике, а также недооцененная роли аграрного сектора привели к трудностям в сельском хозяйстве. На сегодняшний день, на сельское хозяйство выделяется всего 2% расходной части бюджета, в то время как в СССР это было 19-20%. В настоящее время в США в среднем выделяется 27-35% расходной части бюджета, а в Японии и Финляндии 65-70%.

Экономика АПК России была подвержена негативному влиянию мирового экономического кризиса и антироссийских санкций со стороны Европы и США. В связи со сложившейся ситуацией возникла надобность принятия антикризисных программ по обеспечению продовольственной безопасности, основывающихся на динамичном импортозамещении и повышению конкурентоспособности АПК России. Главной ролью этих программ заключается в импортозамещении при слаженном взаимодействии государства и бизнеса [1].

При сложившейся ситуации главной задачей является разработка стратегии аграрной политики на ближайшие 10-15 лет. Данная стратегия предполагает повышение конкурентоспособности сельскохозяйственного сектора, социальное развитие села, продовольственную безопасность регионов и страны в целом [2].

В ближайшей перспективе выделяют следующие главные задачи аграрной политики: инвестиционные, инновационные, организационно-экономические, отраслевые, региональные, внешнеэкономические и социальные. При реализации задач динамического развития АПК главная роль принадлежит государству при органичном взаимодействии механизмов рынка и государственного регулирования экономики [3].

Одним из самых важных факторов обеспечения продовольственной безопасности и обеспечения занятости около 50 млн сельского населения является стабильное развитие сельского хозяйства, которому нужно уделять особое внимание. Из-за мирового кризиса, антироссийских санкций, влияния короновирусной инфекции (2019-nCoV), перед государством стоит задача динамичного импортозамещения, которую реально решить только с помощью взаимодействия с аграрным сектором экономики. При этом,

необходимо разработать варианты (сценарии, инструменты, механизмы) выхода экономики на докризисный уровень, экономической стабилизации в стране и регионах.

В современных условиях, в преодоление проявлений кризиса в производстве продуктов питания, при необходимости удовлетворения потребностей населения, определяющую роль имеет аграрная политика.

Необходимо предпочтение отдать государственным инвестициям. А именно: финансированию инвестиционных процессов, непосредственно в отрасли оказавшихся в зоне риска в связи с угрозой распространения новой коронавирусной инфекции (2019-nCoV), необходимо рассмотреть возможно повышения инвестиций в отрасль сельского хозяйства и определить первоочередные меры поддержки предприятий аграрной сферы, как крупных перерабатывающих предприятий, сельхозтоваропроизводителей, так и предприятий малого и среднего бизнеса.

Вопрос финансирования инвестиционных процессов в сельское хозяйство, является одним из самых приоритетных в формировании новой аграрной политики, как на федеральном, так и на региональном уровнях и системы тактических и долгосрочных стратегических государственных мер. Автором проанализированы объемы финансовых инвестиций в сельское хозяйство в таблице 1.

Таблица 1

Финансовые вложения организаций по видам экономической деятельности за 2018 году по 2019 год (миллионов рублей)*

Показатели	Всего	в том числе	
		долгосрочные	краткосрочные
2018 год			
Все финансовые вложения	1732961,5	54481,0	1678480,5
в том числе:			
Сельское, лесное хозяйство, охота, рыболовство и рыбоводство	2664,5	5,4	2659,1
2019 год			
Все финансовые вложения	1512700,2	62063,4	1450636,8
в том числе:			
Сельское, лесное хозяйство, охота, рыболовство и рыбоводство	4156,4	5,7	4150,7

*Составлено и рассчитано по данным территориального органа Федеральной службы государственной статистики по Пермскому краю (Пермьстат) [9]

По данным таблицы 1 видно, что финансовые вложения в «Сельское, лесное хозяйство, охота, рыболовство и рыбоводство», в 2019 году составляют всего 4156,4 млн руб., это 0,27% от всех финансовых вложений (1512700,2 млн руб.). Из этих 0,27% практически все приходится на краткосрочные инвестиции, проведя сравнительный

анализ финансовых вложений организаций по видам экономической деятельности в 2019 году по сравнению с 2019 годом, мы видим, что объем финансовых вложений всех организаций по видам экономической деятельности сократился на 12,7%, что составляет 220261,3 млн руб., однако, финансовые вложения «Сельское, лесное хозяйство, охота, рыболовство и рыбоводство» увеличилось 1,55 раз, что составляет 1491,9 млн руб., проведенный анализ подтверждает необходимость формирования механизма привлечения инвестиций в сельское хозяйство, как значимого и приоритетного направления[6] .

Согласованная реализация финансирования инвестиционных процессов в краткосрочном и долгосрочном инвестиционных циклах, обеспечивающая удовлетворение экономических интересов и решение социальных и экономических проблем, изменяя систему продовольственного обеспечения населения. При этом, инвестиции в основной капитал по видам экономической деятельности представлены в следующей таблице 2.

Таблица 2

Инвестиции в основной капитал по видам экономической деятельности за период с 2017 год по 2019годы, %*

Показатели	2017 г.	Уд. вес, %	2018 г.	Уд. вес, %	2019г.	Уд. вес, %
Всего	188233,3	100,0	183083,0	100,0	220529,8	100,0
в том числе:						
Сельское, лесное хозяйство, охота, рыболовство и рыбоводство	3355,1	1,8	2980,7	1,6	2806,6	1,3
Обрабатывающие производства	81377,3	43,2	84689,3	46,3	100761,2	45,7
в том числе: производство пищевых продуктов	2082,1	1,1	2194,7	1,2	2798,3	1,3
Обеспечение электрической энергией, газом и паром; кондиционирование воздуха	22656,3	12,0	12653,4	6,9	14500,6	6,6
Водоснабжение; водоотведение, организация сбора и утилизации отходов, деятельность по ликвидации загрязнений	936,5	0,5	871,3	0,5	1322,1	0,6

*Составлено и рассчитано по данным территориального органа Федеральной службы государственной статистики по Пермскому краю (Пермьстат) [9]

Инвестиции в основной капитал в 2019 г., по сравнению с 2017годом, увеличились на 14,64% и составили 220529,8 млн руб., из них 2806,6 млн руб. приходится на долю

сельского хозяйства. С целью эффективного финансирования инвестиционных процессов аграрной политики необходимо использовать современный финансовый инструментарий инвестирования в сельское хозяйство.

Также приоритетом в аграрной политике в преодолении кризиса является поддержка и совершенствование местного сельского производства. Для этого развитию государству следует создать благоприятные условия в экономике и праве, которые будут привлекать инвестиции частных и коммерческих структур, а также будут стимулировать малые предприятия. Также немаловажным в развитии АПК является изучение практического опыта зарубежных стран и перспективных направлений аграрной политики страны, налаженная связь государства, бизнеса и экономики [4].

Приоритетом в ближайшем развитии должна стать политика стимулирования доходов сельхозпроизводителей и престижности мотивации сельскохозяйственного труда.

Сегодня в стране существует несколько ведущих регионов. Развитие этих регионов достигается за счет наличия сырьевой базы и широкой работе промышленных производств мясомолочной продукции, плодоовощных и мясных консервов, сахара и алкоголя. Ускоренное развитие сельских подсобных промыслов и фермерских хозяйств, а также крупных сельских кооперативов способствует увеличению занятости и доходов сельского населения, росту объема перерабатываемых продуктов.

Исходя из этого, можно сделать вывод, что стабильное развитие сельской отрасли возможно при увеличении поддержки и контроля со стороны государства, например, увеличение бюджетирования государством до 15-18% от общих расходов бюджета.

Сбалансированность экспортной, импортной и внутренней аграрной политики возможно достичь путем разработки программы импортозамещения продовольствия государством.

Еще одним фактором обеспечения реализации стабильного развития АПК должен быть ввод госзаказов на производимую продукцию по устойчивым рентабельным ценам, с условием коррекции цены при инфляции. Однако, без реанимирования государственного планирования и функционирования АПК в целях всестороннего эффективного развития его отраслей, восстановление системы госзакупок и госзаказов сельхозпродукции будет сложным. Система стратегического планирования, которая разрабатывает прогнозы развития АПК путем использования современных методов планирования, должна входить в государственное планирование АПК. Такое стратегическое планирование должно учитывать возможное развитие и партнерство государства, частных и международных структур.

Важным фактором применения данных направлений является как усиление роли государства, так и мотивация и повышение престижности сельского труда.

Другим значимым направлением развития АПК страны является пересмотр норм регулирования земельных отношений в аграрном секторе, которое поможет сформировать и урегулировать цивилизованный рынок земли, учитывая интересы государства и всех сельскохозяйственных производителей.

Итак, проведение государством единой финансовой, экономической, социальной, бюджетной и внешнеэкономической политики в сфере АПК даст возможность решить проблему упадка сельской экономики, снабдить рынок отечественными продуктами питания, повысить конкурентоспособность сельского хозяйства России, повысить социальный уровень жизни сельского населения.

На основании вышеизложенного, согласованные действия всех уровней власти, в вопросах по выходу из кризиса и стабилизации экономики региона и России, реализации первоочередных мер на различных уровнях управления для снижения последствий от коронавирусной инфекции (2019-nCoV) для экономики и социальной сферы, должны направляться на создание в аграрном секторе экономических и социальных условий для эффективной деятельности предприятий, сферы производства и обращения, на формирование развитой инфраструктуры и системы рыночных отношений, обеспечивающих повышение уровня жизни населения. В этих условиях изучение опыта и обоснование направлений развития аграрной политики является важной предпосылкой стабилизации положения и создания условий для последующего роста аграрного бизнеса.

Список литературы

1. Сидоренко В.В., Михайлушин П.В. Стратегия антикризисного развития сельского хозяйства России / Сидоренко В.В., Михайлушин П.В. // Краснодар: Мир Кубани, 2015. 209 с.
2. Сидоренко В.В. Стратегия аграрных преобразований в России.// Краснодар: Мир Кубани, 2013. 515 с.
3. Трубилин А.И., Сидоренко В.В. Михайлушин П.В. / Трубилин А.И., Сидоренко В.В. Михайлушин П.В. // Аграрная политика. Краснодар: Просвещение-Юг, 2012. 363 с.
4. Коровкин В. Аномальные изменения климата и ситуация на мировом рынке требуют принятия закона о продовольственной безопасности России // Международный сельскохозяйственный журнал. 2013. № 3. С. 19-24.

5. Черникова С.А. Состояние и основные направления развития финансовой сферы перерабатывающих предприятий молочной отрасли // ежеквартальный научный журнал «Вестник Казанского ГАУ», 2019 — №4(56), декабрь – С. 154-161
6. Черникова С.А. Механизм формирования системы проектного финансирования инновационно-инвестиционной деятельностью предприятий молочной отрасли // АПК: экономика, управление, 2020. — № 5 – С. 54-63. (Agris)
7. Aleknevičienė V. и др. Evaluation of the efficiency of European Union farms: a risk-adjusted return approach/Aleknevičienė V., Starevičiūtė B., Aleknevičiūtė E. // Agricultural Economics.-2018.- Vol.64, N 6.P.241-255.Bibliogr.:p.254-255.*[http:// www.agriculturegornals.cz/web/agricecon.htm?volume=61&type=volume#№.%207](http://www.agriculturegornals.cz/web/agricecon.htm?volume=61&type=volume#№.%207).
8. Alexandrova S., Nikolov D. RDP financial instruments-opportunity for funding sustainability in agriculture // Икон. Упр. селск. Стоп. – 2015. – Vol.60,N 4. – P.53-62. – Рез. англ. – Bibliogr.:p.62. Шифр П 25945 2015 60 (4).
9. Федеральная служба государственной статистики [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.gks.ru/> (дата обращения: 25.04.2020).

ЭКОНОМИЧЕСКАЯ ТЕОРИЯ

ECONOMIC THEORY

Основные факторы удержания сотрудников в российских компаниях
Key factors of holding employees in russian companies



УДК 331.1

DOI 10.24411/2413-046X-2020-10472

Тихонов Алексей Иванович,

заведующий кафедрой «Управление персоналом», к.т.н., доцент, Московский авиационный институт (национальный исследовательский университет), e-mail: mai512hr@mail.ru

Tikhonov Aleksey I.,

Head of the Department «Human Resource Management», Candidate of Technical Sciences, Associate Professor, Moscow Aviation Institute (National Research University), Moscow

Аннотация. В статье рассматривается проблема удержания сотрудников в компаниях, работающих на российском рынке. Рассматриваются основные причины, приводящие к актуализации проблемы удержания персонала на современном этапе развития рынка труда в России и в мире. С целью анализа возможных стратегий формирования политики в области удержания персонала рассматриваются определенные факторы, влияющие на негативное отношение сотрудников к своему месту работы, и приводящие к их решению об увольнении. В частности, рассматриваются различные причины добровольных увольнений сотрудников в российских компаниях: неудовлетворение карьерными перспективами или материальной компенсацией, усталость от текущей работы, осознание бессмысленности выполняемой работы, синдром профессионального выгорания, неудачно выстроенная коммуникация с руководством или коллегами и другие. В статье рассматриваются различные льготы, компенсации и привилегии, наиболее часто предоставляемые работникам со стороны российских компаний с целью повышения

мотивации или лояльности персонала. Рассмотрено отношение соискателей к льготам и привилегиям, которые они имеют на текущей работе, а также к льготам и привилегиям, которые они в принципе хотели бы иметь. Также рассматривается отношение соискателей к факторам, удерживающим их на текущей работе — зарплате и материальным бонусам, коллегам и окружению, расположению компании, графику работы и другим. На основе представленных данных делается вывод о возможных основаниях, на которых российские работодатели могут выстраивать собственную политику удержания персонала, в том числе в текущий кризисный экономический период.

Summary. The article considers the problem of retention of employees in companies operating in the Russian market. The main reasons leading to the actualization of the problem of personnel retention at the present stage of development of the labor market in Russia and in the world are considered. In order to analyze possible strategies for formulating policies in the field of personnel retention, certain factors are considered that affect the negative attitude of employees to their place of work and lead to their decision to dismiss. In particular, various reasons for voluntary dismissals of employees in Russian companies are considered: dissatisfaction with career prospects or material compensation, fatigue from current work, awareness of the meaninglessness of the work performed, burnout syndrome, poorly built communication with management or colleagues, and others. The article discusses various benefits, compensations and privileges that are most often provided to employees by Russian companies in order to increase staff motivation or loyalty. The attitude of applicants to the benefits and privileges that they have at their current job, as well as to the benefits and privileges that they basically would like to have, is examined. It also examines the attitude of applicants to the factors that keep them in their current job — salary and material bonuses, colleagues and the environment, company location, work schedule and others. Based on the data presented, a conclusion is drawn on the possible grounds on which Russian employers can build their own retention policies, including in the current crisis economic period.

Ключевые слова: управление персоналом, удержание сотрудников, мотивация, увольнение, компенсации и льготы.

Keywords: human resources management, employee retention, motivation, dismissal, compensation and benefits.

Метод исследования

На основе результатов опросов российских соискателей, проведенных компанией HeadHunter, а также данных из других аналитических источников, проведен качественный анализ факторов, влияющих на политику компаний в области удержания персонала, в

частности — причин возможных увольнений сотрудников, отношения работников к своей работе, предоставляемым им компенсациям и льготам, а также аспектам работы, удерживающим их на текущем месте.

Введение

Удержание сотрудников является одной из актуальных задач кадровой политики в современных компаниях, чья успешность в значительной степени связана с качеством нанимаемого персонала. Согласно некоторым исследованиям, линейное руководство среднестатистической компании в силах повлиять на 75% всех причин добровольных увольнений сотрудников, что делает направление удержания персонала крайней перспективным с точки зрения развития HR-менеджмента [2].

Рост востребованности практик по удержанию персонала на современном этапе развития российского рынка труда связан с несколькими факторами. В первую очередь, на компании влияет увеличение конкуренции за лучших сотрудников на рынке труда (например, в технологичных сферах, а также сферах, связанных с креативным трудом). Дефицит специалистов на рынке труда делает существенно дороже их найм, при том, что даже в случае поиска доступного на рынке специалиста найм обычно оказывается дороже мероприятий по удержанию уходящего из компании работника [3]. Текучесть кадров, в случае отсутствия контроля со стороны работодателя, может «съесть» значительную часть бюджета компании. Таким образом, одной из основных причин интереса работодателей к практике удержания персонала является экономия ресурсов, осуществляемая с помощью контролируемого снижения текучести кадров.

Увольнение сотрудника оказывается особенно критичным в тех случаях, когда он является ключевым специалистом для компании. Рост сложности решаемых бизнесом задач и используемых при этом технологий, усложнение структуры компаний (например, создание гибких форм коллективов, в меньшей степени полагающихся на служебную иерархию, но в большей — на индивидуальные качества отдельных сотрудников) еще сильнее увеличивают как роль ключевых специалистов в успехе предприятия, так и среднее число таких специалистов. Нарастающая степень разделения труда (как внутри отдельных компаний, так и между самими компаниями внутри отраслей) сужают круг решаемых сотрудниками и коллективами задач, делают более востребованными узкоспециализированных специалистов, заменить которых сложнее.

Одновременно с этим рынок труда продолжает испытывать приток новых поколений соискателей, чья трудовые ценности отличаются от ценностей более старших коллег. Так, более молодые специалисты оказываются более мобильны и в меньшей степени

привязаны к текущему месту работы, чем сотрудники старших возрастов, и поэтому они склонны менять больше мест работы в течение своей карьеры [4]. Кроме того, для более молодых соискателей оказываются важны иные факторы при решении о продолжении карьеры на текущем месте работы или увольнении, чем для более старших коллег — в частности, они чаще обращают внимание на профессиональное развитие в компании, склонны испытывать больший интерес к рабочим обязанностям и дорожить признанием и чувством собственной значимости, ценят подходящую атмосферу в рабочем коллективе и возможность работать по гибкому графику [3]. Все это вынуждает работодателей уделять дополнительное внимание молодым сотрудникам в том случае, если она намерена их сохранить в штате.

Существуют и другие издержки, которые компании несут при увольнении ценных сотрудников — это увеличение нагрузки на оставшихся сотрудников, рост операционных расходов, потеря конкурентных преимуществ перед другими компаниями, снижение стандартов обслуживания клиентов [3]. Компании, желающие избежать перечисленных проблем, сталкиваются с необходимостью применения практик по удержанию персонала.

Как показывают исследования ценностей российских соискателей, главной трудовой ценностью в России (как и во многих других странах) остается ценность хорошего заработка [5]. Удержание сотрудников с помощью материального стимулирования является наиболее очевидным способом воздействия, но довольно ограниченным с точки зрения траты ресурсов компании. Осмысленная работа по удержанию сотрудников предполагает рациональное использование имеющихся ресурсов с целью предлагать сотрудникам именно те преференции, в которых они реально заинтересованы. В то же время, причины желания сотрудников поменять место работы могут быть далеки от материальных, и могут отличаться даже внутри одного подразделения. Точечная работа с персоналом, как правило, также требует затраты значительных ресурсов со стороны компании (как минимум, наличия продвинутой системы обратной связи) и покрывает лишь определенные категории персонала. Для составления общей политики компании в сфере удержания персонала может быть полезным использование информации о наиболее частых причинах добровольных увольнений на рынке труда в целом, а также наиболее востребованных льготах и преференциях со стороны российских соискателей.

Причины увольнения сотрудников и факторы, влияющие на негативное отношение к работе

Очевидно, что предлагаемые сотруднику льготы и преференции, призванные удержать его на текущем месте, должны соотноситься с причиной, по которой он решил

или близок к решению о смене работы. Как показывают собранные компанией HeadHunter данные в результате опроса российских соискателей, наиболее частой причиной добровольного увольнения сотрудников в компаниях на российском рынке является неудовлетворение карьерными перспективами — отсутствие роста и профессионального развития становится причиной смены места работы в 22% случаев. Лишь на втором месте располагается неудовлетворенность зарплатой и другими материальными компенсациями — из-за этого меняли последнее (на момент опроса) место работы 17% соискателей. В 14% случаев проблемы на работе лежат скорее в психологической плоскости и уход сотрудника вызван усталостью, равнодушием или жаждой перемен [1]. Подробные данные опроса представлены на Рис. 1.



Рис 1. Основные причины ухода российских соискателей с последнего места работы

Психологическая усталость от работы и равнодушие к ней чаще всего возникают у российских соискателей из-за неудовлетворительной коммуникации с руководством — 44% респондентов заявили, что чувствуют равнодушие при общении с начальством. Равнодушие относительно важности и применимости собственного труда испытывают 37% соискателей. По 29% респондентов заявили о том, что равнодушие возникает из-за ненужности или бесполезности продукта или услуг, предоставляемых компанией, а также из-за собственного функционала на работе. Равнодушие к коллегам испытывают 28% опрошенных [1].

Хотя более половины (58%) соискателей заявляют, что никогда не относились на работе попустительски к выполнению тех или иных задач, 32% отвечают на данный вопрос утвердительно. Чаще всего причиной попустительского отношения становится осознание ненужности и бессмысленности выполняемых задач — об этом заявили 47% респондентов. В 42% случаев причиной попустительского отношения также является усталость от рутины. 29% соискателей относятся попустительски к тем задачам, которые они считают «не такими важными, как другие» [1].

Отвечая на вопрос о том, что является причиной «работы спустя рукава» (независимо от решаемых задач), соискатели чаще всего называют усталость от однообразной работы — об этом сказали 43% респондентов. Авралы, перегруз и невозможность отдохнуть в качестве причины указывают 29% соискателей. По 24% респондентов заявляют о «плохом расположении духа» и напряженной атмосфере в коллективе. У 21% такой плохой работы «спустя рукава» не случается [1].

Для подавляющего большинства соискателей является важным, чтобы результат их работы был полезен другим людям: 52% назвали это чувство очень важным для себя, еще 42% — скорее важным. Лишь для 6% это чувство является в той или иной степени неважным [1]. Таким образом, выполнение заведомо бессмысленной работы (как с точки зрения общих задач компании или департамента, так и с точки зрения личных рабочих обязанностей) оказывается заметным дестабилизирующим фактором в деле удержания персонала, что подтверждают и другие современные исследования [7].

Главным фактором, мешающим выполнять рабочие обязанности, российские соискатели считают недостаточно эффективную коммуникацию и плохо отлаженные бизнес-процессы в компании — об этом заявила половина (50%) респондентов. Несогласие с политикой компании мешает работать 30% специалистов, несогласие с мнением руководителя — 24%. Столько же опрошенных (24%) пожаловались на давление со стороны руководителя и упреки со стороны начальства. Также 22% соискателей жаловались на задержки с зарплатой, 19% — на отсутствие возможности высказывать свои идеи [1].

Лишь треть соискателей (32%) никогда не сталкивалась с синдромом профессионального выгорания на работе. Остальные соискатели испытывали его в той или иной форме — чаще всего профессиональное выгорание проявляется в виде чувства усталости на протяжении длительного времени (об этом заявили 33% респондентов). Реже работники чувствуют безразличие к обязанностям на работе (26%), необоснованное

чувство профессиональной несостоятельности (23%), головные боли от постоянного напряжения (16%) [1].

Чаще всего причиной профессионального выгорания на работе становятся стресс, а также отсутствие перспектив — об этом заявили по 48% респондентов. Реже причиной становится монотонность и рутина (35%), а также давление со стороны руководства (34%). В 18% случаев причиной становится длительность работы на одном месте, еще в 13% — отсутствие уважения со стороны коллег или клиентов [1].

Три основных способа борьбы с синдромом профессионального выгорания, которые может применять работодатель по мнению соискателей — это обсуждение проблем и конструктивное взаимодействие (47% считают, что это помогло бы им справиться с профессиональным выгоранием), материальное награждение (45%), обсуждение идей и предложений о работе от подчиненных (42%). Для 26% соискателей стоящей помощью являлась бы похвала от начальства и подчеркивание заслуг сотрудника. Для 25% — отправка на соответствующие тренинги для помощи преодоления синдрома профессионального выгорания. Только 17% заявили о том, что руководству стоило бы исключить переработки в их работе (что может быть вызвано не самой большой распространенностью переработок). Лишь 5% соискателей заявили о том, что руководство ничем не может помочь сотрудникам, испытывающим синдром профессионального выгорания, что подчеркивает важность соответствующих мероприятий как в рамках поддержания мотивации сотрудников и ведения политики в области well-being на предприятии, так и с целью удержания персонала [1].

Выводы

Итоги опроса российских соискателей относительно важных для них факторов, удерживающих на текущем месте работы, находятся в согласии с исследованиями трудовых ценностей россиян. Главным фактором, влияющим на отношение к работе, остается материальная компенсация, в то же время ценности стабильности оказываются для российских соискателей важнее, чем ценности проявления инициативы [5]. Однако, отсутствие карьерных перспектив в компании становится причиной увольнения в два и более раза чаще, нежели отсутствие стабильности на текущем рабочем месте. Более того, российские соискатели чаще меняют место работы из-за отсутствия карьерных перспектив, нежели чем из-за неудовлетворенности текущей зарплатой. Все это говорит о том, что активные и инициативные работники гораздо чаще стремятся сменить место работы. Таким образом, значительную роль в недостаточном проникновении ценностей инициативы на российский рынок труда играет отсутствие инициативной среды в

компаниях. Создание такой среды, появление возможности проявления инициативы и учета мнения тех работников, для кого это является важным, само по себе может быть эффективной мерой для удержания некоторых категорий персонала.

Одной из основных причин, вызывающих негативное отношение к работе, является усталость от бессмысленного, а также монотонного труда, что подтверждают опросы российских соискателей. Проблема «обесмысливания» офисной работы является одной из актуальных [7] — испытываемый из-за осознания бесполезности труда стресс оказывается фактором, в значительной степени влияющим на самочувствие работников. Причем преодоление стресса с помощью предоставления дополнительных предпочтений не всегда является оптимальной стратегией, так как подобные меры ничего не делают с самим источником стресса, а только стимулируют работников терпеть негативные эффекты за большую компенсацию. То же самое можно сказать и про неэффективную коммуникацию с руководством, которая также является причиной как негативного отношения к работе, так и в целом мешает выполнять должностные обязанности, как было показано выше. В контексте удержания персонала решение озвученных выше проблем требует от работодателей более комплексного подхода, нежели обычный торг с уходящим сотрудником. Это же подтверждают и сами соискатели — так, почти половина опрошенных считают, что для решения проблемы синдрома профессионального выгорания одного материального вознаграждения недостаточно. По мнению соискателей, работодателям также следует вести конструктивный диалог с сотрудником, рассматривать его предложения по реорганизации работы.

Главные факторы, удерживающие работников на текущем месте — это зарплата и материальные бонусы, коллеги и окружение, удобное расположение компании и удобные часы работы. Компенсации и льготы оказываются не слишком значимым фактором, влияющим на желание сменить место работы. Тем не менее, предложение предпочтений и льгот может быть эффективным инструментом конкуренции за персонал и удержания сотрудников в отдельных случаях, так как общая обеспеченность льготами и предпочтениями российских работников остается на достаточно низком уровне по сравнению со спросом на них. Значительное число льгот и предпочтений, существующих в компаниях на российском рынке, оказываются востребованы соискателями значительно чаще, чем реально им предоставляются. Среди наиболее «дефицитных» льгот и предпочтений на российском рынке труда можно выделить: гибкий график работы, обучение за счет компании, предоставление компанией медицинской страховки, оплата занятий в фитнес-клубе, оплата расходов на мобильный телефон и автомобиль, льготное

кредитование, дотации на питание, отгулы за достижения, материальные неденежные вознаграждения, поездки для сотрудника и членов его семьи.

Кризисная экономическая обстановка может на некоторый срок снижать актуальность проблемы удержания персонала, хотя некоторые исследования демонстрируют, что сотрудники далеко не всегда реже увольняются во время неблагоприятного состояния рынка труда (часто этот фактор вообще не оказывается определяющим при решении сменить место работы) [2]. Так или иначе, в кризисные времена возрастает ценность стабильности на текущем рабочем месте среди соискателей. Поэтому на время экономической нестабильности работодателям следует в первую очередь уделять внимание гарантиям стабильности и сосредоточить работу на этом направлении в области корпоративной культуры.

Список литературы

1. Альманах HeadHunter [Электронный ресурс] — Режим доступа: <https://hh.ru/article/17197>
2. Эфендиев А.Г., Балабанова Е.С., Ярыгина Е.О. Почему они уходят? Факторы, влияющие на намерения российских работников сменить место работы // Экономическая социология. 2012. №4.
3. Котомина О. В., Широкина П. Н. Особенности удержания креативных сотрудников поколения Y: результаты пилотного исследования // Вестник Санкт-Петербургского университета. 2019. Менеджмент 18 (1): 115–134.
4. Черников Б.В. Трансформация системы трудовых ценностей в условиях формирования новой парадигмы труда // Вестник Томского государственного университета. Экономика. 2014. № 3. С. 45-53.
5. Магун В.С. Динамика трудовых ценностей российского населения (1991-2007) // Социально трудовые отношения: проблемы и перспективы: материалы Первого германо-российского форума «Формирование социальной политики». М., 2009. С. 88-101.
6. Китаевская О.Н., Картушина Е.Н. Корпоративные социальные программы как способ удержания персонала в организации // Социально-экономические явления и процессы. 2014. №5. С. 23-29.
7. Гребер Д. Бредовая работа. Трактат о распространении бессмысленного труда // Маргинем Пресс, 2018. – 182 с.
8. Тихонов А.И. [Аутплейсмент как эффективный инструмент смягчения последствий увольнений на российском рынке труда](#) // [Образование. Наука. Научные кадры](#). 2020. № 2. С. 163-168.

9. Тихонов А.И. Оценка влияния компонентов социального пакета на трудоустройство // Московский экономический журнал. 2020. № 4. С. 57.
10. Армстронг Майкл Факторы, влияющие на удержание работников. [Электронный ресурс] — Режим доступа: <https://econ.wikireading.ru/56575>
11. Свистунов В.М., Кузина Г.П., Лобачев В.В. Уровень доверия в организации как фактор повышения эффективности внедрения новых технологий менеджмента // Управление персоналом и интеллектуальными ресурсами в России. – 2019. – № 3 (42). – С. 5-14.
12. Mitrofanova A., Konovalova V., Mitrofanova E., Ashurbekov R., Trubitsyn K. (2017). Human resource risk management in organization: methodological aspect. Proceedings of the International Conference on Trends of Technologies and Innovations in Economic and Social Studies 2017. DOI: 10.2991/ttiess-17.2017.114

Контент как один из инструментов цифрового маркетинга

Content as one of the tools of digital marketing



DOI 10.24411/2413-046X-2020-10474

Куликова Елена Сергеевна,

к.э.н., доцент кафедры государственного и муниципального управления Уральского государственного экономического университета

Kulikova Elena Sergeevna,

Ph.D., associate professor of the Department of State and Municipal Administration of the Ural State Economic University

Аннотация. В течение последних лет в маркетинговой среде тема контента становится все более актуальной и обсуждаемой. Представители бизнеса уделяют большее внимание именно контекстной стратегии при продвижении бизнеса как в целом, так и в социальных сетях в частности. В статье раскрыта тема важности использования различных типов контента для комплексного продвижения бизнеса в социальных сетях. Проведен библиографический анализ проблемы. Описаны существующие популярные типы контента, также определены их цели. В целом, контент маркетинг сегодня является важным инструментом для налаживания постоянного и интерактивной связи с целевой аудиторией во всех сферах бизнеса. Также именно благодаря качественному контенту и четкой контентной стратегии компании формируют собственный имидж среди аудитории.

Summary. In recent years, in the marketing environment, the topic of content has become more relevant and discussed. Business representatives pay more attention to the contextual strategy when promoting the business as a whole, and in social networks in particular. The article describes the importance of using various types of content for the integrated promotion of business on social networks. A bibliographic analysis of the problem is carried out. Existing popular types of content are described, and their goals are defined. In general, content marketing today is an important tool for establishing a constant and interactive communication with the target audience in all areas of business. Also, thanks to high-quality content and a clear content strategy, companies form their own image among the audience.

Ключевые слова: цифровой маркетинг, контент-маркетинг, SMM.

Keywords: digital marketing, content marketing, SMM.

Понятие «Контент маркетинг» — это когда основой продвижения компании / товара / услуги становится именно стратегия привлечения внимания и содержание целевой аудитории за счет качественного и полезного контента. Однако в целом интернет-пространство пока насыщено разнородной информацией, большая часть которой не может считаться качественной и полезной для пользователей. Публикации, которые генерируются бизнесом и брендами в социальных сетях, далеко не всегда соответствуют ожиданиям, интересам и потребностям целевой аудитории.

Многие представители бизнеса до сих пор относятся к социальным сетям как к бесплатному или почти бесплатной рекламной площадке, где их взгляд можно без ограничений публиковать только рекламные предложения, не уделяя внимание формированию качественного контента. Именно поэтому тема контента, его видов для решения комплексных маркетинговых задач является актуальной и насущной.

Анализ последних исследований. Темой контента учитывая продвижения бизнеса в социальных сетях занимались иностранные и отечественные ученые и практики. В частности, можем отметить известных зарубежных авторов Д. Халилова, А. Албитов. Среди ученых это Т. Иванюха, А. Кифяк, Т. Герасимчук, Н. Савицкая и другие. Их исследования важны и вносят существенный вклад в понимание проблемы использования качественного контента в SMM. Однако предлагаем уделить больше внимания именно детализации типов контента и функции каждого из них как составной части контентной стратегии, поскольку эта тема недостаточно освещена в научных работах и публикациях практиков.

В современном маркетинге каждый год все большее внимание уделяется именно диджитал-маркетинга. В свою очередь социальные сети стремительно увеличивают свою долю в этом сегменте и это логично. Практики и ученые говорят, что «современный человек перенасыщен информацией» [6]. И плотность информационного потока не снижается, а, наоборот, растет. Люди не любят рекламу и стараются избегать ее. Но они имеют доверие к реальным рекомендациям живых людей и это могут быть как члены семьи, друзья и знакомые, так и лица, с которыми у человека нет личного контакта, но он / она доверяет персоне все равно больше, чем бренда без лица, то есть просто компании. Именно поэтому компаниям в условиях современности и стремительного развития цифрового мира нельзя игнорировать социальные сети. Их нужно использовать для построения интерактивных коммуникационных площадок компании, представительства

бизнеса в соцсетях. «Ключевыми трендами технологического развития современного бизнеса специалисты определяют модель SoLoMo: социальную интеграцию, локализацию и мобильность.» [7]. Социальные сети объединяют эти тренды на своем пространстве. Переходя к основной теме статьи важно отметить, что именно контент является основой для реализации стратегии маркетинга компании. Согласно определению таковой в этой области организации как Content Marketing Institute (CMI) контент-маркетинг является маркетинговой методике создания и распространения релевантного и ценного контента для привлечения, получения и инициирования взаимодействия конкретной целевой аудитории с целью стимулирования клиентов к действиям, которые приносят прибыль компании (рисунок 1).

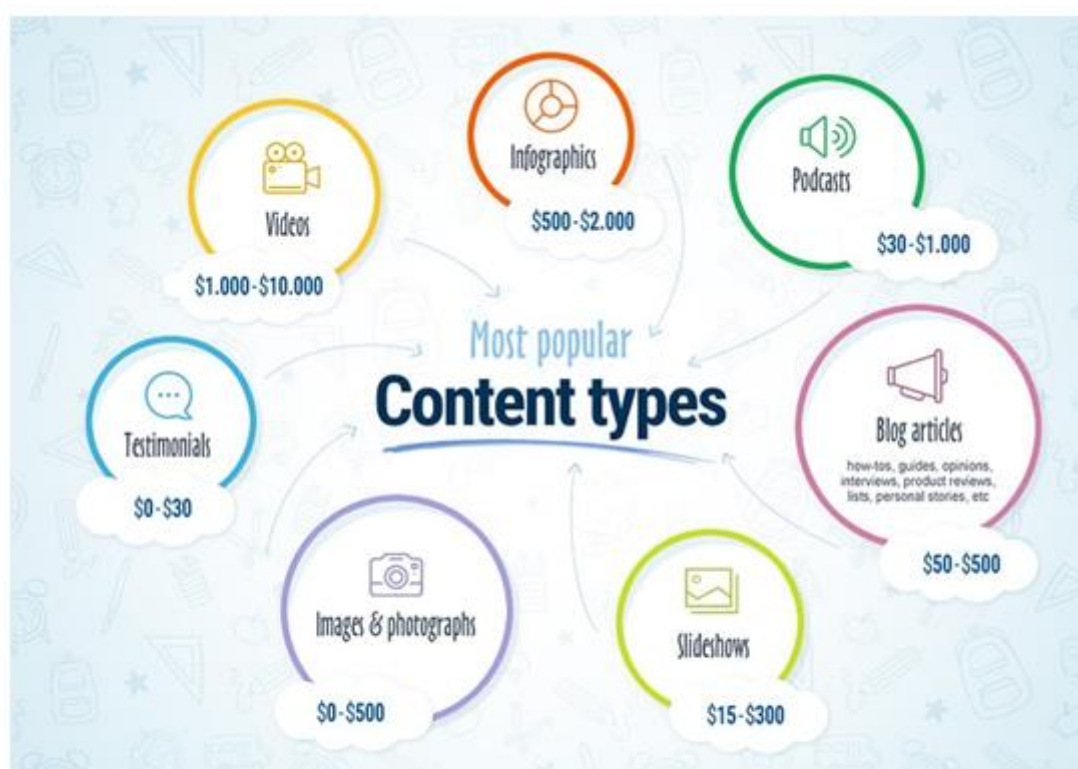


Рисунок 1 - Типы контента

Для формирования четкой и эффективной контентной стратегии важно знать, какие типы контента вообще существуют, для каких целей использовать каждый из них и как комбинировать различный контент придерживаясь единой стратегии.

Руководствуясь проанализированы материалы практиков и ученых на эту тематику, а также практическим опытом работы Агентства маркетинговых коммуникаций URBANIST предлагаем следующую классификацию типов контента:

Развлекательный контент

К этому типу контента мы относим юмор, цитаты, притчи, какой либо контент развлекательного характера (тексты, фото и видео).

Цели такого контента:

- привлечь внимание пользователя;
- вызвать положительные эмоции;
- вызвать интерес к источнику публикации контента (страницы, группы, профиля или канала)
- повысить вовлеченность пользователей (реакции, репосты, комментарии).

Контент данного типа, как правило, набирает наибольший отклик аудитории благодаря тому, что от очень легкий в восприятии, не несет рекламного характера, не требует много времени для ознакомления и вызывает эмоции.

Информационный контент

Основная задача этого типа контента — привлечь внимание к ресурсу компании и сделать более видимыми следующие публикации на той же площадке.

К данному типу контента мы предлагаем отнести новости, советы, статьи, инструкции и тому подобное. То есть контент, насыщенный информацией. Эта информация должна быть полезной и интересной для целевой аудитории компании. Тематика публикаций обычно имеет отношение к сфере, в которой работает компания. Формат может быть либо текст с иллюстрацией, или текст с видео, или просто видео с кратким описанием.

Цели данного типа контента:

- привлечь внимание пользователя;
- предоставить аудитории интересную и полезную информацию и тем самым привлечь внимание, доказать, что ваше представительство в социальной сети
- это источник полезного и интересного контента и стоит следить за публикациями;
- вызвать обратную связь от аудитории (реакции, репосты, комментарии)
- создавать положительный имидж компании как эксперта в своем деле, который готов делиться информацией и советами с пользователями;
- создать в восприятии аудитории четкой связь бренд-сфера деятельности.

Учебный контент

В целом этот тип контента можно также отнести к Информационного. Но для учебного контента в интернет-пространстве в целом и в соцсетях в частности постоянно и динамично растет и занимает существенную долю. Это могут быть видео-уроки, развернутые советы специалистов с четкими рекомендациями в конкретной сфере, брошюры, статьи, чек-листы.

Трендом в этом направлении сейчас есть видео-контент. Обычно это не отдельные советы, а целостная и комплексная контентная стратегия, которая предоставляет пользователям знания в определенной сфере.

Благодаря такому подходу компании обычно мотивируют аудиторию к приобретению более развернутого учебного продукта, но уже платного. Но использование учебного контента является уместным не только для инфо-бизнеса, но также для многих сфер.

Целевой контент

Это именно тот тип контента, ради взаимодействия целевой аудитории с которым компания строит комплексную контентную стратегию и использует вышеупомянутые типы контента.

Данный тип контента предлагает аудитории товар или услугу, или предлагает сделать другую «целевую действие», например оставить контактные данные, зарегистрироваться на сайты, пройти опрос и тому подобное.

Это коммерческая составляющая контентной стратегии. И вполне нормально, что данный тип публикаций получает гораздо меньше отзыв от аудитории чем вышеуказанные. Задача других типов контента — привлечь внимание именно для того, чтобы в дальнейшем часть аудитории положительно отреагировала именно на целевой контент, отвечая целевой действием.

Важно учитывать, что лучше работает целевой пост не агрессивного рекламного характера. Например, чтобы получить от пользователя регистрацию на бесплатный или платный вебинар, более действенно будет предложить ему что-то полезное в обмен на регистрацию (брошюру, видео-курс, другие бонусы). Такая система мотивации в современном диджитал маркетинга называется «лед-магнит».

Пользовательский контент

«По данным AppexCloud люди доверяют пользовательскому контенту на 1200% больше, чем сообщениями от бренда. Пользовательский контент можно взять из соцсетей: это комментарии, отзывы, фото с хэштегом вашей компании» [8]. Контент положительный характер, созданный пользователями и связан с деятельностью компании — является наилучшим «социальным доказательством» для других пользователей. Он имеет более высокий уровень доверия и показывает, что компания действительно интересуется мнением пользователей. К тому же большинство пользователей ценят внимание к себе со стороны брендов и им будет не только приятно, что их отзыв / сообщение / упоминание опубликовали на ресурсе бренда, еще это мотивирует пользователя и в дальнейшем взаимодействовать с компанией в соцсетях.

Имиджевый контент

К этому типу контента мы считаем уместным отнести новости, непосредственно касающиеся компании; достижения компании (награды, победы) репортажные публикации на участие компании в различных мероприятиях (выставки, конференции, форумы, тендеры), посты в стиле «знакомство с персоналом» или приветствие работников компании с днем рождения.

Вывод.Обобщая все описанные виды контента для описания процентного соотношения предлагаем объединить развлекательный, информационный, учебный, пользовательский и имиджевый контент в общее понятие общетематических контент. Отдельной категорией оставить целевой контент. Для успешного продвижения бизнеса в социальных сетях важно учитывать в контентной стратегии все или большинство типов контента, указанных выше. Важно помнить, что социальные сети в первую очередь были созданы именно для пользователей и это их территория, а бизнес должен принимать правила игры, быть интересным и полезным для аудитории, строить интерактивную связь с пользователями, подстраиваться под информационные тренды, иметь индивидуальное лицо и быть всегда готовым к настоящему диалогу. В целом мы рекомендуем использовать следующее соотношение: не менее 70% общетематических контента и не более 30% целевого контента. Но стоит учитывать сферу бизнеса и общие маркетинговые цели компании. Для инфо-бизнеса, учебных организаций для детей и взрослых, компаний, работающих в сфере консалтинга по финансам или юридических вопросов, следует сделать акцент на учебном контенте.

Список литературы

1. Alvy, L. M., & Calvert, S. L. (2008). Food marketing on popular children's web sites: A content analysis. *Journal of the American Dietetic Association*, 108(4), 710-713. doi:10.1016/j.jada.2008.01.006
2. Ashley, C., & Tuten, T. (2015). Creative strategies in social media marketing: An exploratory study of branded social content and consumer engagement. *Psychology and Marketing*, 32(1), 15-27. doi:10.1002/mar.20761
3. Bertrand, M., Karlan, D., Mullainathan, S., Shafir, E., & Zinman, J. (2010). What's advertising content worth? evidence from a consumer credit marketing field experiment. *Quarterly Journal of Economics*, 125(1), 263-306. doi:10.1162/qjec.2010.125.1.263
4. Ho, J. Y. C., & Dempsey, M. (2010). Viral marketing: Motivations to forward online content. *Journal of Business Research*, 63(9-10), 1000-1006. doi:10.1016/j.jbusres.2008.08.010

5. Holliman, G., & Rowley, J. (2014). Business to business digital content marketing: Marketers' perceptions of best practice. *Journal of Research in Interactive Marketing*, 8(4), 269-293. doi:10.1108/JRIM-02-2014-0013
6. Noel, J. K., Babor, T. F., & Robaina, K. (2017). Industry self-regulation of alcohol marketing: A systematic review of content and exposure research. *Addiction*, 112, 28-50. doi:10.1111/add.13410
7. Rahimnia, F., & Hassanzadeh, J. F. (2013). The impact of website content dimension and e-trust on e-marketing effectiveness: The case of iranian commercial saffron corporations. *Information and Management*, 50(5), 240-247. doi:10.1016/j.im.2013.04.003
8. Shareef, M. A., Dwivedi, Y. K., Kumar, V., & Kumar, U. (2017). Content design of advertisement for consumer exposure: Mobile marketing through short messaging service. *International Journal of Information Management*, 37(4), 257-268. doi:10.1016/j.ijinfomgt.2017.02.003
9. Shen, B., & Bissell, K. (2013). Social media, social me: A content analysis of beauty companies' use of facebook in marketing and branding. *Journal of Promotion Management*, 19(5), 629-651. doi:10.1080/10496491.2013.829160
10. Smith, L. J. (2001). Content and delivery: A comparison and contrast of electronic and traditional MBA marketing planning courses. *Journal of Marketing Education*, 23(1), 35-44. doi:10.1177/0273475301231005
11. Weber, K., Story, M., & Harnack, L. (2006). Internet food marketing strategies aimed at children and adolescents: A content analysis of food and beverage brand web sites. *Journal of the American Dietetic Association*, 106(9), 1463-1466. doi:10.1016/j.jada.2006.06.014
12. Welch Cline, R. J., & Young, H. N. (2004). Marketing drugs, marketing health care relationships: A content analysis of visual cues in direct-to-consumer prescription drug advertising. *Health Communication*, 16(2), 131-157. doi:10.1207/S15327027HC1602_1
13. Wright, L. K., Bitner, M. J., & Zeithaml, V. A. (1994). Paradigm shifts in business education: Using active learning to deliver services marketing content. *Journal of Marketing Education*, 16(3), 5-19. doi:10.1177/027347539401600303
14. Yale, L., & Gilly, M. C. (1988). Trends in advertising research: A look at the content of marketing- oriented journals from 1976 to 1985. *Journal of Advertising*, 17(1), 12-22. doi:10.1080/00913367.1988.10673099
15. Назаров Д.М., Благинин В.А., Назаров А.Д. Компаративный анализ инструментов веб-аналитики и поисковой оптимизации. В сборнике: VI-технологии в оптимизации бизнес-процессов Материалы Международной научно-практической очно-заочной конференции.

Российско-Армянский (Славянский) университет, Уральский государственный экономический университет. 2014. С. 69-72.

16. Назаров А.Д. Digital-marketing или как эффективно использовать инструменты для привлечения клиентов на веб-ресурс. В сборнике: VI-ТЕХНОЛОГИИ В ОПТИМИЗАЦИИ БИЗНЕС-ПРОЦЕССОВ Сборник статей Международной научно-практической очно-заочной конференции. Ответственные за выпуск: Д. М. Назаров, С. В. Бегичева, Е. В. Зубкова. 2015. С. 78-81.

17. Рущицкая О.А., Рущицкая О.Е., Кружкова Т.И., Назаров А.Д. Маркетинг территорий: реалии цифровой экономики. В сборнике: ЭКОНОМИКА И УПРАВЛЕНИЕ: СОВРЕМЕННЫЕ ПРОБЛЕМЫ Материалы Всероссийской национальной научно-практической конференции «Тенденции развития гуманитарного и социально-экономического образования в высшей школе». 2018. С. 109-111.

**Исследование проблем цифровой трансформации модели ведения бизнеса
Остервальдера-Пинье в фармацевтической отрасли**
**Osterwalder-Pigne business model for the digital transformation in the pharmaceutical
industry**



DOI 10.24411/2413-046X-2020-10476

Панфилова Елена Евгеньевна,

кандидат экономических наук, доцент, Государственный университет управления, г. Москва

Panfilova Elena,

PhD (Economy), associate professor, State University of Management, Moscow

Аннотация. В статье дана характеристика и анализ текущего состояния фармацевтической отрасли, относящейся к группе высокотехнологичных секторов экономики. Определены ключевые проблемы и тенденции развития фармацевтической отрасли в условиях цифровой трансформации моделей ведения бизнеса. Выявлены проблемные зоны в деятельности участников фармацевтического рынка по составляющим модели Остервальдера-Пинье — потребительские сегменты, ценностные предложения, каналы поставки, отношения с Заказчиком, источники доходов, ключевые ресурсы/активности/партнеры, структура затрат.

Summary. The article describes and analyzes the current state of the pharmaceutical industry, which belongs to the group of high-tech sectors of economy. The key problems and trends in the development of the pharmaceutical industry in the context of the digital transformation of business models are identified. Problem areas in the activities of pharmaceutical market participants were identified according to the components of the Osterwalder-Penier model — consumer segments, value propositions, supply channels, relations with the Customer, sources of income, key resources / activities / partners, cost structure.

Ключевые слова: бизнес-модель Остервальдера-Пинье, проблема, тенденция, фармацевтическая отрасль, цифровая трансформация.

Keywords: Osterwalder-Pigne business model, problem, trend, pharmaceutical industry, digital transformation.

На современном этапе развития общества, характеризующимся повышенной нестабильностью, нарастанием динамичности и неопределенности внешней среды, усилением конкуренции на внутреннем и внешнем рынке, лидеры стран при планировании развития экономики опираются на поддержку предприятий, относящихся к высокотехнологичным секторам экономики. К их числу можно причислить и фармацевтическую / медицинскую отрасль. Учитывая серьезное влияние информационно-коммуникационных технологий на процессы и методы принятия решений в этих отраслях, актуальным становится изучение проблемных аспектов их развития в условиях цифровой трансформации бизнеса. Характеристика и анализ текущего состояния в фармацевтической отрасли экономики Российской Федерации в 2020 году дается по девяти составляющим бизнес-модели Александра Остервальдера и Ива Пенье. Выбор непосредственно данной модели для описания состояния высокотехнологичного сектора экономики обусловлен ее простотой и наглядностью для восприятия аналитиками и экспертами в области стратегического управления.

В РФ принята Федеральная целевая программа «Развитие фармацевтической и медицинской промышленности Российской Федерации на период до 2020 года и дальнейшую перспективу («Фарма–2020»)). В соответствии с Перечнем видов экономической деятельности по ОКВЭД, к группе высокотехнологичных видов деятельности относится 24.4 «Производство фармацевтической продукции». По классификации видов экономической деятельности, принятой в Европейском экономическом сообществе (КДЕС, NACE Rev.2), к высокотехнологичной группе относится 21 «Производство основных фармацевтических продуктов и фармацевтических препаратов». В соответствии с классификацией отраслей по степени технологичности, предложенной Организацией экономического сотрудничества и развития (ОЭСР), химико-фармацевтическая промышленность отнесена к высокотехнологичным секторам экономики, поскольку средняя интенсивность затрат на НИОКР составляет порядка 13 %. Обобщая подходы, можно констатировать, что высокотехнологичная отрасль представляет собой отрасль, производящую продукцию, которая ранее не выпускалась на базе имеющихся знаний/исследований, а также для ее изготовления используются новейшие материалы и разработки.

Проанализируем и охарактеризуем текущую ситуацию 2020 года в фармацевтической и медицинской отрасли РФ, ориентируясь на составляющие компоненты бизнес-модели Остервальера-Пинье.

1. Потребительские сегменты

По оценкам Министерства промышленности и торговли РФ, рынок и производство лекарственных средств в РФ по инерционному сценарию развития составит 1076 млрд рублей, а по инновационному – 1 498 млрд. рублей. Прогноз объема рынка производства медицинских изделий на конец 2020 года составит 445 млрд рублей [2]. При этом в качестве контрольных точек ставится достижение к концу 2020 года следующих показателей:

- доля организаций, осуществляющих технологические инновации – 50 %;
- создание и модернизация высокопроизводительных рабочих мест – 20 000 человек;
- увеличение производительности труда – в 4,5 раза;
- увеличение объемов производства – в 3,5 раза.

Основные индикаторы исполнения государственной программы в фармацевтической и медицинской отрасли промышленности представлены в таблице 1.

Таблица 1 – Индикаторы развития производства лекарственных средств и медицинских изделий в соответствии с программой «Фарма-2020»

Сегмент рынка	Наименование индикатора	Единица измерения	Контрольное значение к концу 2020 г.
Выпуск воспроизведенных и инновационных лекарственных средств для лечения социально-значимых заболеваний	Доля лекарственных средств отечественного производства в общем объеме потребления здравоохранением РФ в денежном выражении	%	50
	Доля лекарственных средств отечественного производства по номенклатуре перечня стратегически значимых лекарственных средств и перечня жизненно необходимых и важнейших лекарственных препаратов (ЖВЛП)	%	90
	Объем экспорта лекарственных средств	млрд. руб.	75
	Объем инвестиций в научные исследования, разработки, технологические инновации, перевооружение производства лекарственных средств	млрд. руб.	112,4
	Объем производства инновационных лекарственных средств за счет коммерциализации созданных передовых технологий	млрд. руб.	250
	Объем экспорта фармацевтической продукции	млрд. руб.	38
	Создание и модернизация высокопроизводительных рабочих мест	тыс. чел.	10
	Индекс производства лекарственных средств в денежном выражении	%	117,1
	Количество предприятий, где произведено техническое перевооружение производства	ед.	75
Производство высокотехнологичных медицинских изделий	Доля медицинских изделий отечественного производства в общем объеме потребления здравоохранения РФ в денежном выражении	%	40
	Доля современной медицинской техники и изделий медицинского назначения в рамках приоритетных направлений здравоохранения, выпускаемых отечественными производителями	%	29,7
	Объем экспорта медицинских изделий	млрд. руб.	30
	Объем инвестиций в научные исследования, разработки, технологические инновации, перевооружение производства медицинских изделий	млрд. руб.	8
	Объем производства инновационной медицинской техники и изделий медицинского назначения, произведенных за счет коммерциализации созданных передовых технологий	млрд. руб.	24,5
	Объем экспорта медицинской техники и изделий медицинского назначения	млрд. руб.	17,4
	Создание и модернизация высокопроизводительных рабочих мест	тыс. чел.	10
	Индекс производства медицинских изделий в денежном выражении	%	119,8
	Количество предприятий, где произведено техническое перевооружение производства	ед.	85
	Суммарное количество специалистов для фармацевтической и медицинской промышленности, прошедших переподготовку	чел.	5000

Одним из важных сегментов фармацевтического рынка является производство лекарств, включенных в перечень жизненно необходимых и важнейших препаратов. Порядка 80 % их позиций производится на территории РФ. Основываясь на аналитических данных маркетингового агентства «DSM Group», охарактеризуем состояние фармацевтического рынка РФ в марте 2020 года. Для анализа фармацевтического рынка традиционно выделяют:

- коммерческий сегмент (включающий аптечные продажи лекарственных препаратов без учета продаж по Программе дополнительного лекарственного обеспечения);
- государственный сегмент (включающий продажи лекарственных препаратов по программе Дополнительного лекарственного обеспечения, региональной льготе и реализацию через лечебные профилактические учреждения).

В исследовании акцент ставится на коммерческом сегменте, поскольку именно там будет преобладать наибольшая трансформация бизнес-моделей под влиянием цифровизации.

Объем коммерческого рынка лекарственных препаратов в 2020 году составил: в январе — 91,8 млрд рублей, в феврале – 100,9 млрд. рублей, в марте – 127,3 млрд. рублей. Средняя стоимость упаковки лекарственного препарата составляла значение: в январе – 218,0 рублей, в феврале – 220,4 рубля, в марте – 216,8 рублей [4]. В сравнении с мартом 2019 года прирост реализации на фармацевтическом рынке составил 46,4 %, что объясняется изменением курсов валют относительно рубля, а также ажиотажем людей (страдающих хроническими заболеваниями) в условиях пандемии при закупке препаратов с запасом на случай повышения их стоимости. Суммарная емкость рынка за 1 квартал 2020 года составила 320 млрд рублей [4].

В марте 2020 года коммерческий сектор рынка в стоимостном выражении поделен пополам между рецептурными препаратами и, так называемыми, ОТС-средствами (средствами для самолечения, безрецептурными и доступными для приобретения в аптеках, супермаркетах и торговых центрах). Отечественные препараты относительно импортных лекарств в стоимостном выражении составляют 33,8 %. ТОП-3 компаний по объему продаж в стоимостном выражении выглядит следующим образом: «Bayer», «Novartis», «Отисифарм».

В марте 2020 года объем рынка в РФ биологических активных добавок (БАД) составлял 7,3 млрд рублей, что на 20,6 % выше относительно показателя февраля того же года. В натуральном выражении объем рынка составил 32,8 млн упаковок, что выше показателя февраля на 18 %. ТОП-3 ведущих производителей БАДов составил 28,2%

рынка и приходился на компании «Эвалар», «Solgar Vitamin and Herb», «PharmaMed». В разрезе ценовых категорий на коммерческом аптечном рынке выделяют четыре категории: препараты из ценового сегмента «менее 50 рублей», «от 50 руб. до 150 рублей», «от 150 рублей до 500 рублей» и «более 500 рублей». Для дорогостоящих лекарств («более 500 рублей») доля сегмента составляет 44,8 %. При этом средневзвешенная стоимость упаковки составила 920,3 рубля.

Эпидемиологическая ситуация повлияла на объемы потребления безрецептурных лекарств. Прирост продаж по сравнению с мартом 2019 года составил 51,3 % или 21,9 млрд рублей. По итогам марта 2020 года максимальная доля в стоимостном объеме коммерческого рынка лекарственных препаратов приходится на группу «Пищеварительный тракт и обмен веществ» (17,4 %). Максимальное увеличение объема продаж характерно для иммуномодуляторов (увеличение на 50,1 % относительно февраля) и противомикробных препаратов (увеличение на 40,7 %). Эпидемия коронавируса обусловила среди противомикробных препаратов наибольший прирост объемов продаж по группе противовирусных препаратов: «Арбидол» (+389,5 %), «Амиксин» (+242,0 %).

Если оценивать в первом квартале 2020 года объемы аптечных продаж дженериковых и оригинальных лекарственных препаратов, то на первую группу в натуральном выражении приходится 82,8 %. Аптечный рынок биологически активных добавок (БАДов) представлен в первом квартале 2097 брендами от 816 производителей. Емкость российского рынка БАДов составляет 7,3 млрд рублей. Относительно первого квартала 2019 года рынок БАДов в 2020 году вырос на 37,9 %.

2. Ценностные предложения

Одним из основных ценностных предложений на фармацевтическом рынке является выпуск препаратов для борьбы с коронавирусом. Это прежде всего рентгеноконтрастные средства «Йоверсоль», «Йогексол», «Йопрomid» для раннего выявления заболеваний дыхательной системы, а также иммуностимулирующие препараты для борьбы с симптомами коронавируса («Моксифлоксацин», «Азитромицин»). На момент июня 2020 года в РФ официально зарегистрировано 8 вакцин от COVID-19, которые могут быть потенциально эффективными в борьбе с коронавирусом нового типа. Принципиальным вопросом для потребителей становится вопрос тестирования вакцин на тератогенность, т.е. на способность вызывать аномалии и пороки развития плода при проверке на беременных животных. Другим немаловажным ценностным предложением является развитие телемедицинской платформы «Доктор рядом», в которую планируется

инвестировать 1 млрд. рублей. Однако, из-за высоких цен в регионах онлайн-сервисам проблематично конкурировать с традиционными клиниками.

Правительство Москвы к концу 2020 года планирует заключить третий по счету в фармацевтической отрасли офсетный контракт сроком на 10 лет на производство медицинских изделий для стомированных пациентов.

3. Каналы поставки

В первом квартале 2020 года основным каналом поставки лекарственных препаратов являлись аптеки. В общей сложности было поставлено 587,2 млн. упаковок, что на 34,8 % больше, чем в феврале 2019 года.

4. Отношение с Заказчиком

Для отрасли одним из инструментов государственной поддержки является специальный инвестиционный контракт (СПИК), позволяющий организациям возмещать часть затрат на реализацию проектов по разработке конкурентоспособных медицинских изделий и технологий производства вакцин. В Министерстве здравоохранения рассматривают вопрос создания единого органа управления лекарственным обеспечением вместо функционирующих в настоящее время пяти федеральных организаций. К 1 июля 2020 года на создание Центра планирования и организации лекарственного обеспечения граждан, в функции которого будет входить закупка лекарств под федеральные программы, выделят 780 млн. рублей. Каждому из участников системы маркировки лекарственных препаратов в 2020 году присваивается уникальный код, который позволит разграничить два понятия: «идентификатор субъекта обращения лекарственных средств» (непосредственно код) и «эмитент средств идентификации» (производитель лекарств).

5. Источники доходов

Финансирование отрасли со стороны государства в 2020 году находилось на уровне 0,66 млрд рублей. Ряд фармацевтических компаний, например, группа компаний «АСНА», планирует увеличить поступления за счет диверсификации бизнеса и масштабирования опыта при работе филиалов в СНГ при выходе на зарубежные рынки азиатских стран.

6. Ключевые ресурсы

По оценкам компании «Kontakt Intersearch Russia», 79 % из 612 руководителей назвали в качестве основного ресурса для развития бизнеса адаптивность персонала, инновационность и стратегичность. Ключевыми становятся технологии производства инновационных препаратов. Финансовым ресурсом для фармацевтических компаний является размещение в особых экономических зонах (например, особая экономическая зона (ОЭЗ) «Кулибин» в Дзержинске или технополис «Москва»). В этом случае для

фармацевтических компаний предусмотрена льготная ставка по налогу на прибыль: в первые 5 лет она составляет 2 % вместо 20 %, в последующие 5 лет – 5 %, в дальнейшем – 14,5 %. В ОЭЗ «Кулибин» предполагается размещать именно фармацевтические производства, которых будет не менее 15. На момент 1 квартала 2020 года на территории площадки разместились 3 компании с проектами на сумму более 6 млрд рублей [3]. Иностранная компания «Брайт Вэй Индастриз» в июне 2020 года на производственной площадке АО «Технополис «Москва» в Алабушево (Зеленоград) инвестирует 2,8 млрд рублей в строительство фармацевтического завода [7]. Производственный комплекс разместится на площади в 50 тыс. кв. м, создаст порядка 370 рабочих мест и обеспечит выпуск 80 наименований лекарственных препаратов. Ключевым ресурсом в данном случае будет являться ежегодная экономия на налоговых отчислениях (до 47 %) за счет локализации производства в РФ и наличия статуса резидента особой экономической зоны [6].

7. Ключевые активности

В настоящее время фармацевтическая отрасль развивается в направлении создания решений для фармацевтических субстанций. В условиях распространения коронавирусной инфекции многие предприятия переоборудовали свои производственные линии под выпуск антисептических и дезинфицирующих средств. Прямой маркетинг в фармацевтической промышленности сдает позиции. Так, после вспышки COVID-19 фармацевтические компании трансформировали офлайн-активности. Например, материалы медицинских представителей адаптировали для самостоятельного изучения врачами в интернете. Ряд компаний подключают к работе call-центры. Ключевой активностью также становится разработка цифровых платформ для таргетинга внутри аптек.

8. Ключевые партнеры

Ключевыми партнерами в фармацевтической и медицинской промышленности в разрезе регионов являются следующие компании:

- Москва и Московская область (технополис «Москва», «Фармзащита», «ГосЗМП», «Вега», «Металлист», «Акрихин», «ХимРар», «НИИЭМ», «Janssen»);
- Санкт-Петербург и Ленинградская область («НИИЭФА», «Биокад», «Герофар», «Novartis»);
- Калужская область («Медбиофарм», «МирФарм», «Ниармедик Плюс», «Novo Nordisk», «Berlin-Cheme», «AstraZeneca»);
- Волгоградская область («Химпром», «Европа-Биофарм»);

- Республика Татарстан («Татхимфармпрепараты», «Химзавод им.Карпова»);
- Ярославская область («Р-Фарм», «НТфарма», «Фармославль», «Teva», «Takeda»);
- Нижегородская область («Нижфарм», «Schott»);
- Свердловская область (завод «Медсинтез», «БФЗ», «УОМЗ»);
- Томская область (НПО «Вирион», «Фармстандарт-Томскхимфарм»);
- Новосибирская область («Вектор-Медика», НПО «БиоТест»);
- Алтайский край («Алтайвитамины», НПК «Алтай», «Эвалар»).

9. Структура затрат

С 31 марта 2020 года в РФ вступил в действие Указ об упрощении процедуры маркировки лекарств, что позволяет производителям лекарственных препаратов покупать коды маркировки по предоплате и пользоваться ими бессрочно (хотя ранее срок составлял 180 дней). С 16 марта по 30 сентября 2020 года товары, необходимые для предотвращения распространения коронавируса, освобождены от уплаты ввозных таможенных пошлин. В этот перечень входят средства индивидуальной защиты, вакцины, лабораторные реагенты, дезинфицирующие средства [5]. С 1 апреля 2020 года в Уголовном кодексе устанавливается ответственность за дистанционную продажу фальсифицированных препаратов в виде лишения свободы от 4 до 6 лет со штрафом от 750 тыс. рублей до 2,5 млн.рублей. Исследование «Bain&Company» продемонстрировало, что лидеры фармацевтического рынка (порядка 8 %) тратят на новые технологии больше, чем остальные компании. Диджитал-продвижение лекарственных препаратов в условиях пандемии становится основной статьей затрат у фармацевтических компаний.

Маркетинговый бюджет фармацевтических компаний состоит из трех частей: затраты на оплату услуг медицинских представителей, работающих с врачами; расходы в аптеках, где присутствуют скидки и программы лояльности; расходы на продвижение в традиционных каналах (телевидение). Общий бюджет маркетинга в фармацевтической отрасли в РФ составляет около 15-20 % от всего рынка лекарственных препаратов (примерно 200 млрд рублей). Бюджет на медицинских представителей, по версии «FMCG», составляет порядка 80 млрд рублей [3].

Таким образом, проведенное исследование текущей ситуации фармацевтической и медицинской отрасли в 2020 году свидетельствует о том, что будут достигнуты индикаторы исполнения государственной программы в фармацевтической/и медицинской отрасли в части увеличения доли лекарственных средств отечественного производства. Инвестиции в технологические инновации и производство инновационных лекарственных средств (за счет коммерциализации созданных передовых технологий) осуществляется в

рамках вновь создаваемых или уже действующих особых экономических зон. Объем коммерческого рынка лекарственных препаратов демонстрирует в 1 квартале 2020 года стабильный прирост. Все сегменты коммерческого рынка лекарственных препаратов от рецептурных/безрецептурных, БАДов демонстрируют в среднем рост на 20 %. Пандемия подстегнула прирост объемов продаж по группе противовирусных препаратов в среднем от 242,0 % до +389,5 %. Базовые ценностные предложения на фармацевтическом рынке касаются выпуска препаратов для борьбы с коронавирусом.

Основным каналом поставки лекарств на конец 1 квартала 2020 года оставалась аптечная сеть, хотя с 1 июля 2020 года с упрощением процедуры маркировки лекарств и введением онлайн-торговли лекарствами данный канал будет являться вторичным. Ключевыми ресурсами для развития фармацевтических компаний становятся персонал, обладающий инновационным подходом к решению задач в нестабильной среде, а также цифровые платформы, объединяющие производителей препаратов, медицинских представителей, розничную аптечную сеть и врачей. Ключевые активности фармацевтических компаний из оффлайна переносятся в онлайн, в том числе посредством использования таргетированной рекламы в цифровых сообществах.

У фармацевтических компаний ключевыми статьями расходов становятся вложения в разработку новых технологий производства лекарственных препаратов и продвижение лекарственных препаратов через маркетплейсы. Переподготовка специалистов для фармацевтической и медицинской промышленности с использованием дистанционных образовательных технологий будет усиливаться. Основной упор при подготовке – формирование у представителей фарма-индустрии цифровых компетенций, навыков продвижения лекарственных препаратов в онлайн-сообществах и воздействие на уровень лояльности клиентов к выводимым новинкам на рынок. В период постпандемии в мае-июне зарплата в сфере фармацевтики составляла порядка 45 тыс. рублей. По опросам компании «Nexign», около 55 % сотрудников фармацевтических компаний готовы работать в удаленном режиме [9]. Ценовое давление в фармацевтической отрасли серьезное и в условиях пандемии, сопровождавшейся отменой авиасообщения между странами, существенно возросли затраты на логистику при доставке лекарственных препаратов для кардиологических, неврологических и онкологических больных. Увеличение расходов фармацевтических компаний связано со следующими статьями: затраты на обязательную маркировку лекарственных препаратов; издержки, вызванные изменением процедуры сертификации лекарственных препаратов; вложения, касающиеся прохождения обязательной перерегистрации предельных отпускных цен на ЖНВЛП.

Таким образом, проведенное исследование свидетельствует, что фармацевтическая и медицинская отрасли развиваются стабильно. Для нее характерно наличие иностранных инвесторов, сильная государственная поддержка в рамках реализации Федеральных целевых программ, высокая динамика рынка, а также большое число инноваций в сфере продвижения лекарственных препаратов на рынок.

Выявление ключевых проблем и тенденций развития фармацевтической отрасли в условиях цифровой трансформации моделей ведения бизнеса предлагается осуществить на основе использования бизнес-модели, разработанной Александром Остервальдером и Ивом Пенье. Структурно модель представлена на **рисунке 1**. В исследовании авторы придерживаются точки зрения, согласно которой под **бизнес-моделью** понимается логическое, схематическое описание бизнеса, призванное помочь в оценке ключевых факторов успеха.

Проведенное исследование свидетельствует, что для фармацевтической отрасли ключевыми **проблемами** являются следующие:

- отсутствие управленцев, способных эффективно проводить сделки по слияниям и поглощениям на рынке лекарственных препаратов;
- удержание покупателей и сохранение доходности на прежнем уровне на фоне снижения реальных доходов населения, вызванного пандемией коронавируса;
- отмена ЕНВД, по мнению экспертов области, и переход на общий режим налогообложения приведет к потере до 4,5 % прибыли у крупных игроков;
- часть участников фармацевтического рынка не готова к цифровой маркировке лекарств вследствие задержки наладки оборудования и программного обеспечения, поскольку проезд технических специалистов в условиях пандемии был затруднен.

Глобальные **тренды** в фармацевтической отрасли, определяющие дальнейшее развитие, можно свести к нижеприведенному перечню:

<p>8. Ключевые партнеры</p> <ul style="list-style-type: none"> - стратегическое сотрудничество; - конкуренция; - совместные предприятия; - отношения производителя с поставщиками 	<p>6. Ключевые ресурсы</p> <ul style="list-style-type: none"> - материальные; - интеллектуальные; - персонал; - финансы 	<p>2. Ценностные предложения (совокупность количественных или качественных преимуществ, которые компания готова предложить потребителю):</p> <ul style="list-style-type: none"> - новизна - потребности; - изготовление на заказ; - дизайн; - бренд; - низкая цена; - снижение риска при покупке товара; - доступность; - удобство использования 	<p>3. Каналы взаимодействия</p> <ul style="list-style-type: none"> - <i>информационный</i> канал (осведомленность потребителя о товарах/услугах); - <i>оценочный</i> канал (как клиенты оценивают ценностные предложения компании); - <i>продажный</i> канал (как предоставляется возможность клиентам приобретать товары); - канал <i>доставки</i> (как доставляются клиентам ценностные предложения) – прямые/непрямые, собственные/партнерские; - <i>постпродажный</i> канал (как компания обеспечивает послепродажное обслуживание) 	<p>1. Потребительские сегменты</p> <ul style="list-style-type: none"> - различия в запросах; - различия в каналах сбыта и пр.
	<p>7. Ключевые активности (виды деятельности)</p>		<p>4. Отношения с Заказчиком/Потребителем (тип взаимоотношений с каждым из потребительских сегментов от персональных до автоматизированных):</p> <ul style="list-style-type: none"> - персональное обслуживание; - самообслуживание; - автоматизированное обслуживание; - онлайн-сообщества; - совместное создание продукта (в части дизайна и пр.) 	
<p>9. Структура затрат</p> <ul style="list-style-type: none"> - фиксированные издержки; - переменные издержки; - возможность экономии на масштабе; - экономия за счет диверсификации и т.д. 		<p>5. Источники доходов (создание одного или нескольких потоков доходов):</p> <ul style="list-style-type: none"> - продажа активов; - плата за пользование товаром/услугой; - оплата подписки; - аренда/рента/лизинг; - лицензии; брокерские проценты; реклама и т.д. 		

Рисунок 1 – Структура бизнес-модели Остервальдера / Пинье

- введение маркировки медицинских средств;
- смена ЕНВД на другие налоговые режимы;
- введение онлайн-торговли лекарствами;
- повышение прозрачности бизнеса и процессов взаимодействия участников рынка;
- введение инструмента оператор фискальных данных (ОФД), благодаря которому производители получают доступ к данным о продажах своих продуктов;

- усиление процесса импортозамещения;
- развитие аптечных сетей через сделки по слияниям/поглощениям;
- сотрудничество фармацевтических компаний с маркетплейсами;
- становление цифровой терапии, позволяющей людям с хроническими заболеваниями соблюдать определенный режим приема лекарств, отслеживать ключевые показатели здоровья.

Модель ведения бизнеса (в терминологии Остервальдера — Пинье) в фармацевтической отрасли претерпит цифровую трансформацию под воздействием информационно-коммуникационных технологий, платформ и облачных сервисов. Это найдет свое отражение в содержании каждой из составляющих бизнес-модели:

1. Потребительские сегменты

Разрешение на торговлю лекарственными препаратами через интернет повлияет на поведение людей, поскольку часть из них будет не только искать информацию в интернете о лекарственных препаратах/медицинских приборах, но и бронировать для доставки через интернет.

2. Ценностные предложения

Многие аптечные сети намерены уделить внимание развитию собственных торговых марок за счет нелекарственного ассортимента.

3. Каналы поставки

В связи с отменой ограничений на торговлю лекарствами только через аптеки, то в фармацевтическую отрасль придут к концу 2020 года компании e-commerce продаж, такие как «Яндекс», «Озон», «Вайлдерриз».

4. Отношение с Заказчиком

Цифровизация фармацевтической отрасли призвана прежде всего упорядочить аналитические данные в цепочке «аптека – аптечная сеть – маркетинговая ассоциация – поставщик – производитель – головной офис производителя».

5. Источники доходов

Источниками дополнительных доходов для фармацевтических компаний, например группа компаний «Эркафарм», становятся новые программы лояльности, основанные на управлении ассортиментом и ценообразованием с использованием программ искусственного интеллекта.

6. Ключевые ресурсы

Инструменты информационного менеджмента и средств цифровизации бизнеса рассматриваются в качестве ключевых ресурсов для успешного развития фармацевтических компаний. К их числу можно отнести:

- использование искусственного интеллекта и машинного обучения при разработке лекарственных препаратов для нужд конкретных пациентов;
- 3 D-печать для персонализированного производства лекарственных препаратов. Например, биотехнологической компанией «FabRx» было установлено, что активные вещества из таблетки поглощаются телом быстрее из таблетки в форме пирамиды, а не цилиндрической формы [8]. Таким образом, фармацевтические компании получают возможность учитывать индивидуальные особенности организма пациента и «печатать» препараты персонализировано;
- технологии блокчейна для отслеживания цепочки поставки лекарств и исключения из ее звеньев контрафактной продукции [10].

7. Ключевые активности

В условиях цифровизации на первый план выходят нестандартные видеоролики, продвигающие фармацевтическую продукцию. Фармацевтические компании пытаются активно размещать рекламу у блогеров,

8. Ключевые партнеры

По прогнозам аналитических агентств, топ-10 ведущих игроков на рынке фармацевтической продукции к 2022 году составит более 50 %, в сравнении с 2020 годом, где этот показатель находился на уровне 40 %.

9. Структура затрат

Стандартной аптеке, по оценке специалистов, цифровизация в среднем может стоить около 2 000 рублей в месяц, что обусловлено масштабируемостью облачных решений. Использование технологии больших данных позволит в фармацевтической отрасли заказывать лекарственные препараты с учетом оборачиваемости, сроков хранения и предпочтений покупателя.

Таким образом, **ключевыми факторами конкурентного успеха** в такой высокотехнологичной отрасли, как фармацевтическая являются:

- лидерство в области сервиса и оперативности доставки лекарств, заказанных через Интернет;
- участие в кластерных инициативах по созданию центров компетенций по подготовке специалистов для фармацевтической отрасли с участием иностранных специалистов;

- оптимальный продуктовый портфель лекарственных препаратов (по соотношению дженериков и оригинальных препаратов);
- сегментированная работа с целевыми группами (врачи, фармацевты, провизоры, конечные потребители);
- присутствие на региональных рынках и правильное продвижение в социальных сетях, облачных сервисах и цифровых платформах.

Проведенное исследование показало, что наиболее остро на повестке дня стоит вопрос о корректном проведении цифровой трансформации моделей ведения бизнеса для высокотехнологичных отраслей, поскольку именно они являются локомотивом развития экономики. Рост валового внутреннего продукта РФ по итогам второго квартала 2020 года не превышает 2 %. Его дальнейшее наращивание возможно лишь благодаря концентрации руководителей фармацевтических компаний на эффективных механизмах ведения бизнеса с использованием технологий блокчейна, 3D-печати, инновационных разработках новых вакцин, а также диджитал-продвижении лекарственных препаратов персонафицировано для различных категорий пациентов. От руководителей и менеджеров, работающих в фармацевтической промышленности, требуются навыки взаимодействия в рамках цифровых платформ и облачных сервисов со всеми участниками рынка от дистрибьютеров, провизоров, врачей и до представителей Центра планирования и организации лекарственного обеспечения граждан.

Список литературы

1. Государственная программа «Развитие фармацевтической и медицинской промышленности» на 2013-2020 годы.
2. cossa.ru – сайт агентства Nectarin (дата обращения: 28.06.2020).
3. dsm.ru – аналитические отчеты «Фармацевтический рынок России: январь, февраль, март 2020» (дата обращения: 14.06.2020).
4. gmp-publication.ru – Журнал лучшие практики фарминдустрии «Новости GMP» (дата обращения: 13.06.2020).
5. <https://www.kommersant.ru>
6. <https://www.rbc.ru> – сайт «РосБизнесКонсалтинг»
7. pharmvestnik.ru – Фармацевтический Вестник» (дата обращения: 17.06.2020).
8. pro.rbc.ru – Прогноз от лидеров аптечного рынка: что ждет фарму в 2020 году (дата обращения: 13.06.2020).
9. remedium.ru – группа «РЕМЕДИУМ» (дата обращения: 26.06.2020).
10. rosapteki.ru – журнал для профессионалов аптечного бизнеса (дата обращения: 16.06.2020).

**Адаптивная эффективность коммерческих организаций как фактор обеспечения
национальной / экономической безопасности**
**Adaptive efficiency of commercial organizations as a factor in ensuring national/economic
security**



УДК 330

DOI 10.24411/2413-046X-2020-10478

Волостнов Николай Степанович,

доктор экономических наук, профессор, ИПТД (Институт пищевых технологий и дизайна) – филиал НГИЭУ, г. Нижний Новгород, Волжский государственный университет водного транспорта, г. Нижний Новгород

Лазутина Антонина Леонардовна,

кандидат экономических наук, доцент, ИПТД (Институт пищевых технологий и дизайна) – филиал НГИЭУ, г. Нижний Новгород, НГПУ им. К.Минина (Мининский университет), г. Нижний Новгород

Иванова Ольга Николаевна,

преподаватель ИПТД (Институт пищевых технологий и дизайна) – филиал НГИЭУ, г. Нижний Новгород

Задорожный Юрий Витольдович,

кандидат экономических наук, доцент, Национальный исследовательский Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского, г. Нижний Новгород

Volostnov N.S.,

volostnov_nikolay@mail.ru

Lazutina A.L.,

lal74@bk.ru

Ivanova O.N.,

kaf_tsuk@bk.ru

Zadorozhni J.V.,

zador1951@list.ru

Аннотация. Понятие эффективности деятельности коммерческих организаций в рыночной экономике является довольно сложным, противоречивым феноменом. Так, различают технико-экономическую, социально-экономическую (в том числе экологическую) эффективность; эффективность по фазам общественного воспроизводства – по производству, распределению (в том числе аллокативную), по обмену и потреблению; по сферам / отраслям / подотраслям / объектам; по субъектам, по регионам; по национальной экономике в целом. Вместе с тем, если исходить из теории общественного воспроизводства, то не следует игнорировать такую ее составляющую, как эффективность их функционирования и развития, неразрывно связанную с продуктивностью / успешностью их адаптации к меняющимся, имеющим жизненно важное значение для них, условиям воспроизводства.

Исходя из этого, в статье раскрывается сущность эффективности адаптации коммерческих организаций, определяются факторы, влияющие на нее, вычленяются ее риски, предлагаются показатели ее измерения.

Summary. The concept of the efficiency of commercial organizations in a market economy is a rather complex, controversial phenomenon. So, they distinguish between techno-economic, socio-economic (including environmental) efficiency; efficiency in the phases of social reproduction — production, distribution (including allocative), exchange and consumption; by area/industry/sub-area/entity; by entities, by region; on the national economy as a whole. However, based on the theory of social reproduction, one should not ignore its component, such as the efficiency of their functioning and development, which is inextricably linked to the productivity/success of their adaptation to changing conditions of reproduction that are vital to them.

Based on this, the article discloses the essence of the effectiveness of adaptation of commercial organizations, determines the factors affecting it, identifies its risks, proposes indicators for its measurement.

Ключевые слова: Рынок, коммерческая организация, эффективность и ее виды, адаптивная эффективность, условия, факторы, риски, измерение адаптивной эффективности.

Keywords: Market, commercial organization, efficiency and its types, adaptive efficiency, conditions, factors, risks, measuring adaptive efficiency.

Существенное место в обеспечении национальной экономической безопасности общества / государства занимает адаптивная эффективность коммерческих организаций, – их реальная потенциальная возможность оптимально «приспособиться» к изменяющимся,

имеющим для них жизненно-важное значение, внутренним / внешним условиям их функционирования и развития. [1]

Конечно, подобный подход, который, кстати, довольно распространен в экономической литературе, в известной мере отражает как биологическую природу данного феномена, связанного с диалектикой наследственности и изменчивости, так и его социальную компоненту, обусловленную природой социализации личности.

Как представляется в экономическом смысле адаптационная эффективность (а речь идет о коммерческой организации) объективно и субъективно детерминирована условиями обеспечения, осуществления ими простого / расширенного воспроизводства, адекватно, своевременно отвечающего как материальным / экономическим интересам, так и целокупным интересам общества / государства, – в частности, социальным, экологическим, оборонным.

Следует отметить, что не редко феномен адаптивной эффективности коммерческих организаций увязывается с неопределенностью их деятельности в рыночной экономике. [2] Представляется, что это, хотя и отчасти верно, поскольку в рыночной экономике, по сравнению с плановой / централизованной, ее действительно значимо больше и она более сложная и противоречивая, однако, в целом неопределенность органично свойственна бытию социального, что не «снимает» необходимости ее всестороннего изучения.

Успех / эффективность адаптации коммерческих организаций к меняющимся условиям их простого / расширенного воспроизводства, имеющие для них жизненно важное значение, зависит:

- от объективных и субъективных факторов, имеющих позитивный / конструктивный и негативный / деструктивный характер; от факторов (изменения природно-климатических условий; стихийных природных бедствий; неблагоприятных внешне политических, внешне экономических обстоятельств; экономической и других видов государственной политики; наличия / отсутствия стратегического мышления в национальных лидерах, политических / экономических и иных элит; степени влияния криминала на жизнедеятельность общества / государства);
- от внутренних и внешних рисков различной этиологии: политических, институциональных, экономических (например государственного регулирования), социальных, духовно-культурных, морально-нравственных, иных легального и внезаконного (в том числе криминального) порядка, имеющих уровневый – мега, – макро, – мезо, – микро, – нано – характер, которые порой проявляются интегративно, порождая определенный синергетический эффект;

– от наличного / перспективного адаптационного потенциала основных хозяйствующих субъектов национальной экономики: формы собственности и хозяйствования; уровня и качества менеджмента; технологического уклада (от устаревшего до современного шестого); используемых технологий; имеющегося научно-технического задела; кадрового; социальной справедливости распределения вновь созданной стоимости; уровня и качества морально-психологического климата в коллективе; прибыльности / рентабельности бизнеса; способа обеспечения адаптации; содержательного «наполнения» их вышеуказанного потенциала – научного, управленческого, технико-технологического производственного, коммерческого, персонального и т.д;

– от соотношения эндогенных и экзогенных факторов, так зависящих, так и независящих «полностью / или частично» от коммерческих структур, влияющих как на его формирование, так и на его реализацию.

Данный потенциал, и это важно подчеркнуть, может быть и целостным / интегративными, и «мозаичным» / селективным; и общим, дифференцированным; может формироваться как за счет внутренних, так и внешних, и смешанных источников (государственных, частных, в том числе иностранных). [3]

Сама его «материализация» может быть: и адекватной, и не адекватной; полной и неполной; продуктивной / эффективной и контрпродуктивной / неэффективной; и своевременной, и несвоевременной (опережающей), запаздывающей), что, очевидно, будет генерировать те или иных как положительные, так и отрицательные последствия и для самих коммерческих организаций, для иных субъектов различного порядка и уровня, – от конкурентоспособности национальной экономики до занятости наемного работника, от прибыльности до убыточности хозяйствующих субъектов и т.д.

Надо сказать, что многое в продуктивности / эффективности осуществления адаптации коммерческих организаций зависит от конкретно- исторических условий, от периода, в котором она осуществляется – в краткосрочном, среднесрочном, долгосрочном.

Более того, ее следует различать по видам, – так, она может быть и всесторонней, комплексной (от идеи экономического блага до его утилизации), и дифференцированной, связанной с теми или иными сторонами жизнедеятельности коммерческой организации в национальной / мировой экономике – научно-технологической, организационной, структурно-функциональной, производственной, профессиональной и др. [5]

«Протекать» она может и в нормальных, и в экстремальных / чрезвычайных условиях (взять хотя бы пандемию коронавируса 2019-2020 г.г. в мире, в России), как в мирное, так и в предвоенное, и в военное, и в пост-военное время (вспомним историю СССР 40-50 г.г.

20 века), что не может не накладывать на нее того или иного «отпечатка» самого различного порядка. [4]

Механизм ее воплощения может быть и планово-централизованным, и рыночно-спонтанным, и смешанным, – разумеется, исходя из стратегических интересов общества / государства в конкретных исторических условиях.

Что касается общественной / государственной оценки результативности / эффективности, адаптации коммерческих организаций выше означенным условиям, требованиям, то она может быть: – процессной; структурно-функциональной; – поэтапной / постадийной; – итоговой – как интегральной, так и селективной; – уровневой; – субъективной; отраслевой; – субрегиональной / региональной; – общей и т.д.

В контенте ее воспроизводственной характеристики в конечном счете она призвана обеспечить их нормальное, простое / расширенное воспроизводство. [7]

Учитывая, что она «имеет значение», связана с дополнительными / маргинальными издержками, которые и нужно сопоставлять с полученным ими дополнительным маргинальным доходом, с квази-рендой, монопольной прибылью; при этом должны учитываться и порожденные ею иные, в том числе и социальные результаты, а дополнительные издержки должны включать в себя организационно-экономические, трансформационные и трансакционные издержки. [6]

Очевидно, что данная оценка будет различной как для уже действующих коммерческих структур, так и для вновь создаваемых.

Список литературы

1. Указ Президента РФ от 12 мая 2009 г. N 537 “О Стратегии национальной безопасности Российской Федерации до 2020 года” [электронный ресурс]. Режим доступа: Система ГАРАНТ: <http://base.garant.ru/195521/#ixzz315jYEZIR>
2. Александров Г.А., Розов Д.В., Скворцова Г.Г. К вопросу о показателях национальной экономической безопасности: исторический и современный аспекты // Экономические отношения. – 2019. – Том 9. – № 4. – с. 2833-2850.
3. Крайнова О.С., Лазутина А.Л. Потенциал современных инструментов логистического управления: Резервы для АПК в рамках импортозамещения. В сборнике: Агротехнологические процессы в рамках импортозамещения. Материалы Международной научно-практической конференции, посвященной 85-летию со дня рождения заслуженного работника высшей школы РФ, доктора с.-х. наук, профессора Ю.Г. Скрипникова. 2016. С. 346-350
4. Лазутина А.Л., Волостнов Н.С., Репина Р.В. Функционирование государственного сектора экономики России в условиях импортозамещения. В сборнике: Индустрия туризма и сервиса:

[состояние, проблемы, эффективность, инновации](#) сборник статей по материалам Международной научно-практической конференции. 2016. С. 43-49

5. Лазутина А.Л., Моророва И.М. [Развитие инновационного потенциала: региональный аспект](#). В сборнике: [Экономика, право, образование: региональный аспект](#) сборник научных трудов XI межвузовской научно-практической конференции. 2017. С. 62-67.

6. Шпилевская е.в. Экономическая безопасность страны: угрозы и пути ее обеспечения. Выпуск: № 5 (47) Часть 1. Страницы: 188-193 .

7. Шпилевская Е.В. Человеческий капитал в системе экономической безопасности региона. Гуманитарные и социально-экономические науки. 2015 №5 (84). С. 118-125.

References

1. Decree of the President of the Russian Federation of May 12, 2009 N 537 «On the National Security Strategy of the Russian Federation until 2020» [electronic resource]. Access Mode: GUARANTOR System: <http://base.garant.ru/195521/#ixzz315jYEZIR>

2. Alexandrov G.A., Rozov D.V., Skvortsova G.G. To the question of indicators of national economic security: historical and modern aspects//Economic relations. — 2019. — Volume 9. — No. 4. — p. 2833-2850.

3. Krainova O.S., Lazutina A.L. Potential of modern logistics management tools: Reserves for agro-industrial complex within import substitution. In the collection: Agrotechnological processes within the framework of import substitution. Materials of the International Scientific and Practical Conference dedicated to the 85th anniversary of the birth of the Honored Worker of the Higher School of the Russian Federation, Doctor of Agricultural Sciences, Professor Yu.G. Skripnikov. 2016. Page 346-350

4. Lazutina A.L., Volostnov N.S., Repina R.V. Functioning of the state sector of the Russian economy in the conditions of import substitution. In the collection: Tourism and Service Industry: State, Problems, Efficiency, Innovations, Collection of Articles on the Materials of the International Scientific and Practical Conference. 2016. Page 43-49

5. Lazutina A.L., Mororova I.M. Development of innovation potential: regional aspect. In the collection: Economics, Law, Education: Regional Aspect a collection of scientific works of the XI Inter-University Scientific and Practical Conference. 2017. Page 62-67.

6. Shpilevskaya e. century. Economic security of the country: threats and ways to ensure it. Issue: No. 5 (47) Part 1. Pages: 188-193.

7. Shpilevskaya E.V. Human capital in the economic security system of the region. Humanities and socio-economic sciences. 2015 №5 (84). Page 118-125.

**Исследование особенностей и разработка алгоритма SMM на производственных
предприятиях**

Study of the features and development of the SMM algorithm in manufacturing enterprises



DOI 10.24411/2413-046X-2020-10479

Кондрат Валерия Сергеевна,

Санкт-Петербургский национальный исследовательский университет информационных технологий, механики и оптики, г. Санкт-Петербург, Россия, e-mail: kondratlera@mail.ru

Тихомирова Ольга Геннадьевна,

доцент (квалификационная категория «ординарный доцент»), Санкт-Петербургский национальный исследовательский университет информационных технологий, механики и оптики, факультет технологического менеджмента и инноваций, г. Санкт-Петербург, Россия, e-mail: olgatihomirov@yandex.ru

Kondrat Valeriia Sergeevna,

ITMO University, Faculty of Technological Management and Innovations, St. Petersburg, Russia, e-mail: kondratlera@mail.ru

Tikhomirova Olga Gennadevna,

Associate Professor (qualification category «ordinary associate professor»), ITMO University, Faculty of Technological Management and Innovations, St. Petersburg, Russia, e-mail: olgatihomirov@yandex.ru

Аннотация. В XXI веке продвижение продукции или услуги невозможно представить без мира диджитал, одним из ответвлений которого является SMM продвижение. Успех данного метода обусловлен постоянным ростом числа пользователей сетью интернет во всём мире.

Автором была поставлена цель разработать алгоритм внедрения SMM на производственные предприятия. Для выполнения поставленной цели автор использовал статистические и сравнительные методы анализа данных из открытых источников.

В результате, автором был разработан алгоритм внедрения SMM на предприятие, учитывающий особенности производственного предприятия.

Summary. In the 21st century, the promotion of products or services cannot be imagined without the digital world, without SMM. The success of this method connected with the constant growth of internet users in the world. The author set a goal to assess how effective the implementation of SMM in manufacturing enterprises.

Algorithm was developed for introducing SMM into the enterprise, considering the characteristics of the manufacturing enterprise.

Ключевые слова: алгоритм, SMM, эффективность, производственное предприятие, менеджмент, инновации.

Keywords: algorithm, SMM, efficiency, production enterprise, management, innovation.

Актуальность исследуемой темы обусловлена постоянным ростом числа пользователей интернет ресурсами в период с 2010 по 2018 гг., а также каналами связи, находящимися в сети Интернет, благодаря которым потребитель получает информацию о товарах и услугах [6].

Цель исследования заключается в разработке алгоритма внедрения SMM на производственном предприятии с целью повышения его узнаваемости за счет особенностей производственного предприятия.

Для выполнения поставленной цели были выполнены следующие задачи: были изучены основные аспекты SMM, а также их функции и задачи для производственных предприятий и выявлены особенности производственных предприятий.

Маркетологи выделяют большое количество методов внедрения SMM на предприятие. Как правило они бывают 3-х видов – белые, серые и черные. К белым относят таргетированную рекламу, SEO-продвижение, взаимодействие с пользователями и ведение корпоративного блога. К серым методам относят массфоллоуинг, проведение конкурсов и рекламу в сообществах (например, у лидеров мнений). К черным методам относят накрутку подписчиков и массовые рассылки.

Однако, ни один из специалистов не вывел четкую градацию внедряемых методов в соответствии с видом деятельности предприятия.

Автором был проведен анализ известных рекламных кампаний, которые осуществлялись на производственных и на инновационных предприятиях, а именно:

- Startup Skolkovo village, где основными методами для продвижения были таргетированная реклама и взаимодействие с пользователями [1];
- Компания «ТНК», которая для привлечения покупателей к новому виду бензина привлекла для его продвижения несколько лидеров мнений;

– Polaris, бренд, который запускал производство электротранспорта и для увеличения уровня продаж провёл на базе своих социальных сетей конкурс и осуществил взаимодействие с лидерами мнений.

Все эти компании ставили во главу своей SMM-стратегии особенности SMM для производственных предприятий, а именно:

1. Учитывался масштаб предприятия (малое, среднее или крупное). От этого зависело, какой бюджет будет выделен на реализацию SMM-кампании, и кто будет её осуществлять.
2. Учитывался вид деятельности предприятия – от этого зависело, на базе какой социальной сети будет проводиться SMM продвижение. Это является одним из самых главных пунктов, так как каждая социальная сеть имеет свою целевую аудиторию и может быть успешно использована для определенного вида деятельности [3].
3. На основе первых двух пунктов выбирались показатели KPI, нормативные показатели которых соответствовали и виду деятельности предприятия, и его масштабу.

На основе изученной информации автором было принято решение выделить методы SMM, которые наиболее эффективно применимы для производственных предприятий. С ними можно ознакомиться в таблице 1:

Таблица 1. Методы SMM для производственных предприятий

Метод продвижения	Особенности
Таргетированная реклама	Эффективна для Facebook, Instagram, Vkontakte. Данный метод позволяет четко сегментировать потенциальную аудиторию.
SEO-продвижение	Один из основных методов продвижения. За счет него увеличивается посещаемость сайта, благодаря его появлению в поисковых запросах пользователя.
Взаимодействие с пользователями	Метод с высокими временными и трудовыми затратами, который подходит для всех видов деятельности и всех социальных сетей. Благодаря ему осуществляется персонализированное общение с каждым потенциальным потребителем.
Конкурсы	Особенность данного метода заключается в слабом удержании потенциальной аудитории. Как только заканчивается конкурс – подписчики отписываются и охваты возвращаются в прежнее русло.
Реклама в сообществах	Данный метод является эффективным при правильном аудите профиля лидера мнений до начала рекламной кампании (т.е. необходимо самостоятельно изучать его целевую аудиторию, вовлеченность и охваты, а не слепо доверять присланному).

Результатом изучения особенностей SMM на производственном предприятии и методов его реализации стал разработанный автором алгоритм. Он включает в себя 8 последовательных к выполнению этапов. Алгоритм представлен на рисунке 1.

На первом этапе необходимо выявить к какому типу относится предприятие – малое, среднее или крупное. Также необходимо четко прописать цели предприятия, например по SMART, т. к. цели предприятия напрямую зависят от целей SMM.

На втором этапе, в зависимости от типа предприятия, определяется кто будет разрабатывать и реализовывать SMM на предприятии.

На третьем этапе необходимо провести анализ спроса на продукцию или услугу. Как правило, процесс автоматизирован и выполняется с помощью статистических данных сервисов Yandex и Google [4]. На четвертом этапе необходимо провести аудит уже имеющегося продвижения. Важно обратить внимание на бизнес-процессы и их состояние, оценить текущие маркетинговые мероприятия и деятельность отдела продаж [5].

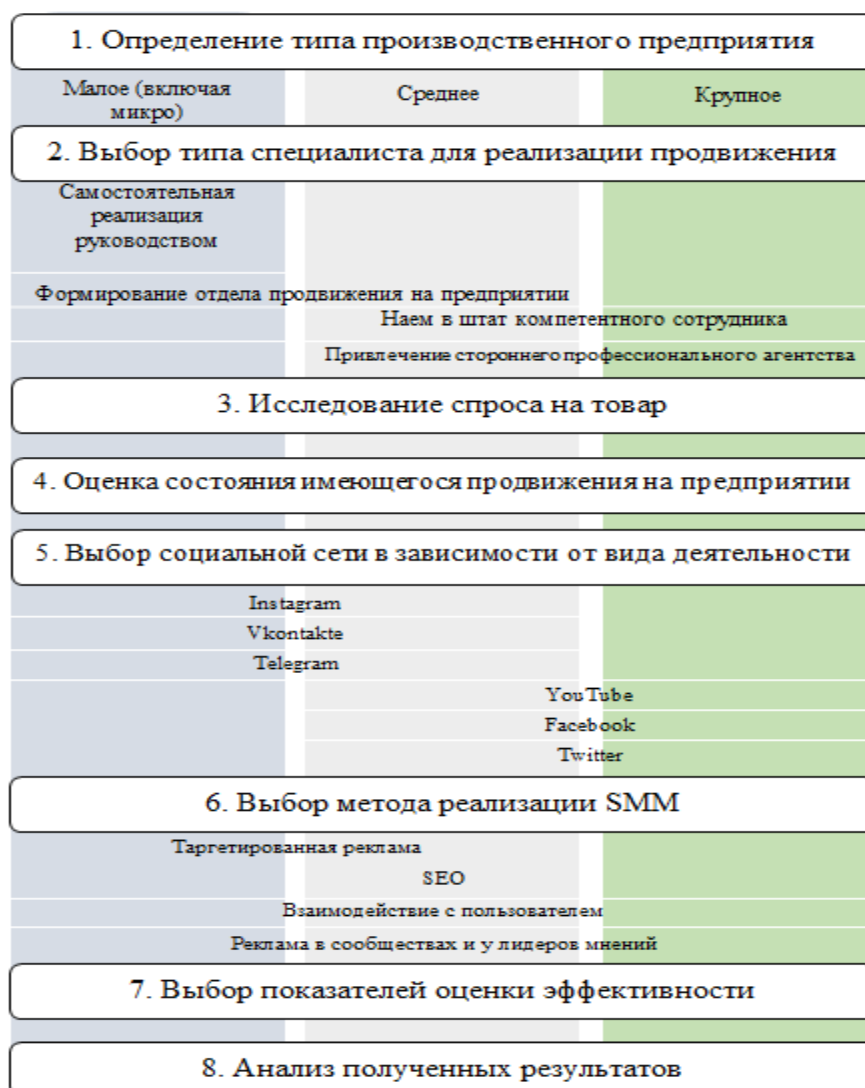


Рисунок 1 – Алгоритм внедрения SMM на производственное предприятие

Реализация *пятого этапа* заключается в выборе социальной сети в зависимости от вида деятельности. Связь вида деятельности предприятия с социальной сетью и его целевой аудиторией представлена в таблице 2:

Таблица 2. Взаимосвязь социальной сети и вида деятельности предприятия

Социальная сеть	Целевая аудитория (возраст)	Вид деятельности предприятия
Facebook	25-50 лет	Финансовая, спортивная, образовательная сферы, крупный ритейл с собственным производством, промышленность.
Vkontakte	12-45 лет	Ритейл, малое производство, сервисные центры.
Instagram	13-55 лет	Ритейл, производство, в том числе инновационное, обучение, творчество.

На *шестом этапе* происходит выбор методов на основе таблицы 1, с помощью которых будет внедряться SMM на предприятие. Они должны учитывать масштаб предприятия согласно рисунку 1.

На *седьмом этапе* важно выделить показатели оценки KPI, не только общепринятые (например, количество подписчиков, темпы роста и прироста, охваты и количество просмотров), но и те, которые применимы для производственных предприятий, а именно: CTR (коэффициент конверсии), CRR (удержание клиента), CAC (стоимость потенциального клиента), LTV (потенциальная прибыльность одного клиента), CPC (стоимость одного лида) и ROI (возвратность вложенных инвестиций) [2]. Также, на рисунке 2 можно ознакомиться с их нормативными показателями, которые применимы для предприятий разного масштаба.



Рисунок 2 – нормативные значения показателей KPI

После определения показателей КPI (и их нормативов для предприятия) и их внедрения на предприятие, наступает *восьмой этап алгоритма* — оценка показателей за отчетный период. Необходимо отметить важность отношения показателей САС к LTA, если у предприятия довольно широкая целевая аудитория.

На основе проведенного анализа можно сделать вывод об эффективности внедрения SMM на предприятие. Важно помнить о том, что все этапы, разработанного автором алгоритма, необходимо выполнять строго последовательно, для получения максимально эффективного результата.

Список литературы

1. SMM для Startup Village и «Открытых инноваций». [Электронный ресурс] — 2019 — URL: <https://tagline.ru/mst/cases/smm-dlya-startup-village-i—otkrytyh-innovaciy/>
2. Иваничев И. KPI в SMM: 30+ метрик эффективности маркетинга в социальных сетях. [Электронный ресурс] — 2018 — URL: <https://texterra.ru/blog/kpi-v-smm-metriki-effektivnosti-marketinga-v-sotsialnykh-setyakh.html> (дата обращения: 01.10.2019).
3. Как выбрать социальную сеть для бизнеса — 2017 — URL: <https://netology.ru/blog/vybor-smm> (дата обращения: 04.04.2020).
4. Как сделать анализ спроса на продукцию в интернете [Электронный ресурс] — 2019 — URL: <https://postium.ru/analiz-sprosa-v-internete/> (дата обращения: 17.01.2020).
5. Мы слушаем сеть [Электронный ресурс] — 2020 — URL: <https://www.kribrum.ru/company/>
6. Сергеева Ю. — Вся статистика интернета на 2020 год — цифры и тренды в мире и в России. [Электронный ресурс] — 2020 — URL: <https://www.web-canape.ru/business/internet-2020-globalnaya-statistika-i-trendy/> (дата обращения 05.03.2020)

Зарубежный опыт развития социального предпринимательства
International experience of social entrepreneurship development



DOI 10.24411/2413-046X-2020-10480

Кадол Наталья Федоровна,

канд. эк. наук, Высшая школа корпоративного управления Российской академии народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации, Москва, Россия, E-mail: NKadol@yandex.ru

Kadol Natalia,

Candidate of Sciences, Graduate School of Corporate Management Russian Presidential Academy of National Economy and Public Administration, Moscow, Russian Federation, E-mail: NKadol@yandex.ru

Аннотация. Данная статья представляет собой обзор опыта зарубежных стран с наиболее успешной практикой применения социального предпринимательства. Несмотря на то, что это явление сравнительно новое, социальное предпринимательство активно развивается в различных регионах мира. Социальное предпринимательство способствует активному взаимодействию всех секторов экономики. Успешное развитие социального предпринимательства предполагает сочетание в себе таких принципов как инновационность, социальная направленность и самокупаемость. Оно является одним из общественных институтов, способных эффективно справиться с решением многих общественных проблем. Деятельность социального предпринимательства привлекает дополнительные финансовые ресурсы в отрасли социальной сферы. Неслучайно, концепция социального предпринимательства получила широкое распространение как в академической среде, так и в среде действующих предпринимателей. Проводятся продуктивные научные исследования и опубликован ряд статей, рассматривающих концептуальные вопросы развития социального предпринимательства. Основные работы посвящены теоретическому анализу этой сферы. Поэтому целью статьи является рассмотрение содержания и тенденций становления и развития социального предпринимательства в зарубежных странах. На основе имеющихся данных автор

выделяет наиболее востребованные его сферы. Социально значимые проблемы с учетом растущих потребностей населения остаются приоритетными для социального предпринимательства.

Summary. This article is a review of the experience of foreign countries with the most successful practice of social entrepreneurship. Despite the fact that this phenomenon is relatively new, social entrepreneurship is actively developing in various regions of the world. Social entrepreneurship contributes to the active interaction of all sectors of the economy. Successful development of social entrepreneurship involves a combination of principles such as innovation, social orientation and self-sufficiency. It is one of the public institutions that effectively copes with the solution of various social problems. Social entrepreneurship activities attract additional financial resources in a social sector. It is no coincidence that the concept of social entrepreneurship has become widespread both in the academic environment and among active entrepreneurs. Currently in Russia there is an increased interest in the study of the social entrepreneurship phenomenon. Productive research is conducted and a number of articles have been published examining the conceptual issues of the social entrepreneurship development. The main works are devoted to theoretical analysis of this area. Therefore, the purpose of the article is to consider the content and trends of the social entrepreneurship formation and development in the Russian Federation. Based on the available data, the author identifies the most popular areas of his work. Socially important problems, given the growing needs of the population, remain a priority for social entrepreneurship.

Ключевые слова: предпринимательство, социальное предпринимательство, социальная ответственность, экономическое развитие, некоммерческие организации.

Keywords: entrepreneurship, social entrepreneurship, social responsibility, economic development, non-profit organizations.

Опыт ведущих стран современного мира показывает, что социальное предпринимательство становится важным и неотъемлемым явлением развития современного общества. Социальное предпринимательство играет большую роль в формировании стабильной рыночной структуры, развитии экономического и социального сектора. Данное явление активно развивается и функционирует во многих общественно-полезных областях и способствует продуктивному взаимодействию различных сфер экономики в решении важнейших социально-значимых проблем.

Поэтому с точки зрения современной практики функционирования социального предпринимательства определенный интерес вызывает анализ становления и развития данного явления в ведущих странах мира.

Однако следует отметить, что в настоящее время существуют определенные трудности, связанные с оценкой характера, результатов и масштабов деятельности социального предпринимательства. Во-первых это связано с ограниченным количеством информации и исследований, по которым можно судить о состоянии социального предпринимательства в экономике и обществе в целом. Во-вторых это связано с законодательным регулированием данной сферы деятельности, а именно с отсутствием юридически закреплённого понятия социального предпринимательства в странах. Оно может функционировать в тех организационно-правовых формах, которые предусмотрены национальным законодательством различных стран. В этой связи в качестве одного из методических подходов анализа данного явления применяется его оценка с позиции третьего сектора.

Исследовательские работы, связанные с процессом становления и развития социального предпринимательства, стали появляться с конца двадцатого века. Одним из первых исследовательских проектов количественной оценки работы третьего сектора стал Сравнительный проект некоммерческого сектора Центра изучения гражданского общества имени Джона Хопкинса [6]. Центр изучения гражданского общества имени Джона Хопкинса является ведущим институтом, осуществляющим исследования в таких сферах как некоммерческий сектор, социальные инвестиции и инструменты государственного управления, который был осуществлен в 1991 году. Данный Центр сотрудничает с международными организациями, правительствами разных стран.

В работе над данным проектом Центра изучения гражданского общества имени Джона Хопкинса были задействованы исследователи из разных стран мира. Данный проект позволил собрать множество сравнительных международных данных и составить систематизированный отчет о деятельности некоммерческих организаций, сферы благотворительности и волонтерства.

Особый интерес представляет работа, проведенная консорциумом «Глобальный мониторинг предпринимательства» (Global Entrepreneurship Monitor – GEM).

В 2009 и 2015 годах был проведен мониторинг развития социального предпринимательства в рамках которого были проанализированы данные о социальной предпринимательской активности в разрезе регионов мира. По результатам исследования, проведенного в 2009 году среднее значение показателя социальной предпринимательской активности по 49 странам составило 1,9%, с предельными значениями в зависимости от страны от 0,2% (минимальное значение) до 4,9% (максимальное значение) [9]. Самый высокий уровень активности социального предпринимательства среди всех регионов

фиксируется в США. Следующими за ним идут страны Карибского бассейна, а за тем Латинской Америки и Африки. Данные страны по уровню активности социальных предпринимателей опережали регионы Западной и Восточной Европы. Наиболее низкие уровни активности социальных предпринимателей прослеживался в странах Ближнего Востока и Северной Африки, а также в Юго-Восточной Азии.

В исследовании, проведенном в 2015 году, среднее значение показателя социальной предпринимательской активности выросло почти в два раза по сравнению с исследованием, проведенным в 2009 году и составил 3,6%. В зависимости от региона мира данный показатель варьируется от 2,6 до 5,2% [4].

США, Австралия и Западная Европа как регионы наиболее высокого среднего уровня экономического благосостояния и институционального развития демонстрируют наибольшую активность социального предпринимательства. Также довольно высокий уровень активности социального предпринимательства наблюдался в странах Африки. Далее следуют регионы Латинской Америки и стран Карибского бассейна, а за тем страны Восточной Европы. Также как и в 2009 г. в регионе Ближнего Востока и Северной Африки, а также в Юго-Восточной Азии наблюдался наиболее низкие уровни активности социальных предпринимателей [4].

В 2016 году Международным агентством новостей **Thomson Reuters Foundation** совместно с Британским агентством и организацией **Global Social Entrepreneurship Network** был проведен первый опрос ведущих мировых экспертов, касающихся условий для развития социального предпринимательства в разных странах мира. На основании данного опроса был составлен рейтинг стран по условиям развития для социального предпринимательства. Первые три места в рейтинге заняли: США, Канада и Великобритания. Основными критериями оценки условий развития социального предпринимательства стали оценка уровня государственной поддержки, возможность привлечения квалифицированного персонала, осведомленность в обществе о деятельности социального предпринимательства, рентабельность деятельности, темпы развития социального предпринимательства в стране, доступ к инвестициям [11].

Согласно данным исследования, проведенного в 2019 году лучшими странами по условиям развития для социального предпринимательства были признаны: Канада, Австралия, Франция, Бельгия, Сингапур, Дания, Нидерланды, Финляндия, Индонезия, Чили. В рейтинге 2019 года США заняли 32 место, уступив по многим критериям составления рейтинга. В 2016 году США занимала лидирующие позиции по всем критериям. Однако в 2019 году в категории «Благоприятные условия для открытия и

развития деятельности для социальных предпринимателей» заняла 22 место, а также с 3 места опустилась на 41 в категории «Доступ к инвестициям» [12]. Данная тенденция связана со значительным сокращением объема государственной поддержки.

В исследовании «Повышении эффективности государственных инвестиций в сектор социально-ориентированных некоммерческих организаций», проведенном в 2016 году Бостонской консалтинговой группой выявлено, что доля вклада некоммерческих организаций в ВВП развитых стран составила 6.5%, а доля социально-ориентированных некоммерческих организаций от общего числа некоммерческого сектора составила порядка 60-70%. В организациях некоммерческого сектора было трудоустроено порядка 7% трудоспособного населения развитых стран [13].

Согласно [отчету](#) Центра изучения гражданского общества имени Джона Хопкинса за [2019 год](#), на долю некоммерческих организаций приходится примерно 10 % рабочих мест, а общее число работников некоммерческого сектора в 2016 году составило 12,3 миллиона человек. В период с 2007 по 2016 год занятость в некоммерческом секторе выросла почти на 17%. Основные рабочие места приходятся на сферу здравоохранения (55%), образования (16%), социальная помощь (12%), общественные, религиозные и организации защиты окружающей среды (7%), сфера искусство и досуг (3%), консалтинговые услуги (3%), прочие (4%) [7].

По данным Национального центра благотворительной статистики вклад некоммерческого сектора в экономику США составил 5,4% ВВП. Ежегодный доход предприятий данного сектора составляет порядка 985,4 млрд долларов [16]. Социальные предприятия предоставляют рабочие места более чем 9,4 млн граждан, фонд заработной платы которых составляет не менее 8,3% общего заработного фонда страны» [2]. В 2017 году общий объем частных пожертвований частных лиц, фондов и предприятий в некоммерческий сектор составил 410,02 млрд. долл [15]. Порядка 35 % социальных предприятий в США являются некоммерческими организациями [1, с. 64].

Неотъемлемым субъектом экономики Великобритании являются социально-ориентированные предприятия. Одним из источников информации о состоянии и направлениях деятельности социального предпринимательства на территории Великобритании являются исследования, которые проводятся Ассоциацией социальных предприятий Великобритании.

Данные этих исследований за разные периоды времени демонстрируют определенную тенденцию развития данного сектора. Так, можно отметить, что основная доля социальных предприятий приходится на стартапы и молодые предприятия, а также

устоявшиеся предприятия, которые работают более 20 лет (см. таблицу 1). Результаты исследования, проведенные в 2019 году показывают, что данная тенденция в целом сохраняется.

Доля молодых предприятий и стартапов остаётся достаточно высокой. Порядка 30 % социальных предприятий, участвующих в исследовании были созданы в течение последних трех лет. В то время как в 2017 году они составляли 25 %. Почти четверть организаций социального предпринимательства существует на протяжении более 21 года [14]. Таким образом можно сделать вывод, что сектор социального предпринимательства является достаточно молодым и предоставляя возможность для инноваций и роста.

Таблица 1 – Период деятельности социальных предприятий Великобритании

Период существования предприятия	Количество социальных предприятий, %			
	2019 г.	2017 г.	2015 г.	2013 г.
0-3 года	30%	25%	35%	29%
4-5 лет	12%	13%	14%	9%
6-10 лет	20%	22%	15%	20%
11-20 лет	14%	17%	15%	28%
Более 20 лет	24%	23%	21%	24%

Источник: составлено автором на основе [5, 8, 10, 14]

Основываясь на данных исследований, выполненных Ассоциацией социального предпринимательства Великобритании можно констатировать, что социальное предпринимательство активно развивается в различных областях. Его деятельность разнообразна, креативна и решает различные проблемы общества. Его направления деятельности представлены в следующей таблице.

Таблица 2 – Социальное предпринимательство и его направления деятельности в Великобритании

Сфера деятельности	Количество социальных предприятий, %			
	2019 г.	2017 г.	2015 г.	2013 г.
Образование	13%	11%	18%	16%
Гостиничный бизнес, туризм	10%	7%		4%
Розничная торговля	9%	16%	12%	11%
Услуг В2В (бизнес поддержка и консультирование)	6%	13%	17%	16%
Творческая сфера, web-дизайн	6%	9%	8%	7%
Финансовые услуги и поддержка	6%	7%	5%	9%
Социальная помощь	4%	8%	10%	-
Культура и досуг	4%	7%	9%	11%
Здравоохранение	4%	8%	9%	8%
Жилой сектор	4%	6%	7%	13%
Коммунальные услуги	4%	-		
Экология и переработка	3%	7%	8%	8%
IT-консалтинг и разработка программного обеспечения	3%	-	-	-
Помощь в сфере организации рабочего пространства, места	2%	3%	3%	8%
Трудоустройство и занятость	2%	8%	14%	14%
Сельское хозяйство, садоводство	2%	2%	2%	-
Услуги в сфере энергетики	2%	-	-	-
Производство	2%	1%	2%	-
Уход за детьми	1%	2%	4%	3%
Транспорт	1%	2%	2%	2%
Прочее	11%	6%	3%	11%

Источник: составлено автором на основе [5, 8, 10, 14]

Приоритетными направлениями развития социального предпринимательства по результатам исследования за 2019 год являются: сфера образования, гостиничный бизнес и туризм, розничная торговля. Доля предприятий занятых в сфере образования составила 13%, что на 2% больше, чем в 2017 году [5, 14]. Также наблюдается рост доли социальных предприятий в сфере гостиничного бизнеса и туризма с 7% в 2017 году до 10% в 2019 году. Что касается сферы розничной торговли то здесь наблюдается противоположная тенденция. Доля предприятий в данной сфере сократилась с 16% до 9% [5, 14].

Если сравнивать данные исследования за 2019 год с предыдущими, которые представлены в следующей таблице, то можно констатировать, что проблемы трудоустройства и оказания услуг в сфере здравоохранения и социальной помощи стали менее актуальными и их доля снизилась в два раза в 2019 году по сравнению с данными

прошлых периодов. Однако следует отметить что в 2019 году отметили новые сферы деятельности социального предпринимательства, которые раньше в отдельную категорию не выделялись. К ним относятся Коммунальные услуги ИТ-консалтинг и разработка программного обеспечения, Услуги в сфере энергетики. Доля социальных предприятий, задействованных в данных сферах составляет 4%, 3% и 2% соответственно. Таким образом можно сделать вывод о том, что происходит смена приоритетов и сфер, в которых предпочитают осуществлять свою деятельность социальные предприниматели.

Социальное предпринимательство активно развивается в различных регионах мира и вносит определенный вклад в развитие экономики. Его значимость связана прежде всего с решение социально-значимых проблем общества, основной из которых является обеспечение занятости местного населения и содействие его самозанятости. Благодаря его развитию происходит социализация социально-уязвимой категории населения и вовлечение ее в экономическую жизнь. Развитие сектора социального предпринимательства содействует устойчивому развитию, повышению эффективности функционирования системы предоставления социальных услуг, повышению его качеств, а также способствует сглаживанию социальной напряженности.

Список литературы

1. Барина В. Зарубежный опыт развития социального предпринимательства и возможность его применения в России / В. Барина – М.: Изд-во Ин-та Гайдара, 2018. – 100 С.
2. Кицай Ю. А. Особенности правового положения социальных корпоративных организаций США и Канады в сравнении с европейским опытом // Молодой ученый [Электронный ресурс]. – 2015. – №19. – С. 496-500. – Режим доступа : <https://moluch.ru/archive/99/22369>. – Дата доступа : 06.01.2020.
3. Опыт развития социального предпринимательства в США [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://www.slideshare.net/Vovainer>. – Дата доступа : 15.01.2020.
4. Bosma, N., T. Schott, S. Terjesen, and P. Kew. 2016. Global Entrepreneurship Monitor 2015 to 2016: Special Topic Report on Social Entrepreneurship [Электронный ресурс]. – Режим доступа : https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=2786949. – Дата доступа : 19.01.2020.
5. Capitalism in Crisis? Transforming our Economy for People and Planet -SOSE 2019 [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <https://www.socialenterprise.org.uk/state-of-social-enterprise-reports>. – Дата доступа : 20.01.2020.

6. Comparative Nonprofit Sector Project (CNP) [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://ccss.jhu.edu/research-projects/comparative-nonprofit-sector-project> . – Дата доступа : 20.01.2020.
7. How many people are employed in the U.S. nonprofit sector? GrantSpace [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <https://grantspace.org/resources/knowledge-base/number-of-people-employed-in-the-nonprofit-sector>. – Дата доступа : 20.01.2020.
8. Leading the world in social enterprise — State of Social Enterprise Survey 2015 [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <https://www.socialenterprise.org.uk/state-of-social-enterprise-reports>. – Дата доступа : 20.01.2020.
9. Lepoutre J., Justo R., Terjesen S., Bosma N. Designing a global standardized methodology for measuring social entrepreneurship activity: the Global Entrepreneurship Monitor social entrepreneurship study // Small Business Economics. 2013. Vol. 40. No. 3. P. 693–714.
10. Social Enterprise UK. The people’s business — State of Social Enterprise Survey 2013 [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <https://www.socialenterprise.org.uk/state-of-social-enterprise-reports>. – Дата доступа : 20.01.2020.
11. The Best Best Country To Be A Social Entrepreneur In 2016 [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <https://poll2016.trust.org>. – Дата доступа : 20.01.2020.
12. The Best Country To Be A Social Entrepreneur In 2019 [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <https://www.forbes.com/sites/khaitran/2019/10/26/the-best-country-to-be-a-social-entrepreneur-in-2019/#59e838b8dd37>. – Дата доступа : 20.01.2020.
13. The Boston Consulting Group [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://www.bcg.ru>. – Дата доступа : 20.01.2020. Дата доступа : 20.01.2020.
14. The Future of Business – State of Social Enterprise Survey 2017 [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <https://www.socialenterprise.org.uk/state-of-social-enterprise-reports>. – Дата доступа : 20.01.2020.
15. The Nonprofit Sector in Brief 2018 National Center for Charitable Statistics National Center for Charitable Statistics [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <https://nccs.urban.org/publication/nonprofit-sector-brief-2018#conclusion>. – Дата доступа : 20.01.2020.

Меры государственной поддержки развития альтернативной энергетики

Measures of state support for alternative energy development



DOI 10.24411/2413-046X-2020-10483

Хармакшанова Екатерина Владимировна,

Финансовый университет при Правительстве РФ, Россия, г. Москва

Harmakshanova Ekaterina,

student of the faculty of Economics and Finance of the fuel and energy complex, Financial University under the Government of the Russian Federation, Russia, Moscow

Аннотация. В данной статье проводится анализ мер государственной поддержки развития альтернативной энергетики. Рассмотрены меры поддержки в нескольких странах, считающимися лидерами в отрасли альтернативной энергетики, проведено сравнение мер поддержки в этих странах с мерами поддержки, применяемыми в России.

На сегодняшний день все большее внимание развитых стран уделяется развитию альтернативной энергетики. В период, когда экономика многих стран строится на сырьевых ресурсах, запасы которых, очевидно, не являются бесконечными, развитие альтернативной энергетики на основе возобновляемых природных ресурсов встает во главу угла при построении стратегии устойчивого развития все в большем числе стран. Осознавая необходимость поддержки новой отрасли энергетики правительства многих стран стараются создавать условия для ускоренного развития альтернативной энергии, поддерживая ее внедрение в мировую энергетическую отрасль. Результаты исследования позволяют сделать вывод о необходимости расширения мер поддержки альтернативной энергетики в России.

Summary. This article analyzes the measures of state support for the development of alternative energy. Support measures in several countries that are considered leaders in the alternative energy industry are reviewed, and support measures in these countries are compared with the support measures applied in Russia.

Today, more and more attention is paid to the development of alternative energy in developed countries. At a time when the economy of many countries is based on raw materials, the reserves

of which are obviously not infinite, the development of alternative energy based on renewable natural resources is at the forefront of building a sustainable development strategy in an increasing number of countries. Aware of the need to support the new energy sector, many governments are trying to create conditions for the accelerated development of alternative energy, supporting its introduction into the world energy industry. The results of the study allow us to conclude that it is necessary to expand measures to support alternative energy in Russia.

Ключевые слова: альтернативная энергетика, государственная поддержка альтернативной энергетики, возобновляемая энергетика.

Keywords: alternative energy, state support for alternative energy, renewable energy.

Процесс перехода с традиционной энергетикой, основанной на потреблении ископаемых ресурсов, на альтернативные источники энергии невозможен без комплексных мер поддержки — как со стороны власти, так и со стороны бизнеса. Часто эти меры объединены между собой — власти стран принимают соответствующие законодательные акты, стимулирующие инвестиционную деятельность бизнеса в сфере возобновляемой энергетикой, а также законодательно поощряют использование энергии, полученной посредством использования альтернативных источников энергии.

На сегодняшний день признанными лидерами в сфере альтернативной энергетикой являются США, Великобритания, Китайская народная республика, Германия, Япония, Индия, Италия и Исландия. Именно эти страны вносят наибольший вклад в развитие альтернативной энергетикой и ежегодно увеличивают ее долю в энергетическом балансе страны.

Первой страной, которая официально начала внедрять меры поддержки альтернативной энергетикой, стали Соединенные штаты Америки. Например, United States Public Utility Regulatory Act, или Закон о политике регулирования коммунальных услуг в США от 1978 года обязывал государственные организации отдавать приоритет в закупках электроэнергии компаниям, производящим энергию за счет альтернативных методов ее добычи [6]. Кроме того, инвесторам, оказывающим поддержку индустрии альтернативной энергетикой, предлагались налоговые льготы в размере 10%. Несмотря на то, что действие данных льгот изначально распространялось только до 1984 года, они продлевались несколько раз.

Затем штаты продолжили развитие данной политики, введя скидку в размере полутора центов на каждый киловатт электроэнергии, выработанной с использованием альтернативных источников энергии. Действие данного закона длилось порядка двадцати лет — принятый в 1992 году акт прекратил свое действие в 2012 году лишь по той

причине, что льготные условия на приобретение возобновляемой электроэнергии были расширены.

Интересна законодательная практика, проводимая в период с 2005 по 2016 год в штате Мэриленд. В результате принятия закона о налоговых льготах при использовании альтернативной энергетики, компании, отдающие приоритет зеленым источникам электроэнергии, получали значительные налоговые льготы. Налоговая экономия таких компаний в результате использования альтернативной энергии составляла до 2,5 миллионов долларов.

Одной из наиболее крупных инициатив в развитии альтернативной энергетики в США стал так называемый Акт американской реконструкции и реинвестирования, принятый в 2008 году. Он предусматривал выделение более полутора миллиардов долларов на развитие в стране альтернативной энергетики. Кроме того, компаниям — производителям энергии из возобновляемых ресурсов предусматривались значительные преференции при кредитовании. Кроме того, не менее значимой инициативой стал Американский план действий по сохранению климата (US Climate Action Plan), принятый в 2013 году, который предусматривал выделение на развитие альтернативной энергетики до двух миллиардов долларов в течение пяти лет, с целью снизить выбросы углекислого газа.

Необходимо также упомянуть об одном из основополагающих документов, принятых в США для регламентирования использования альтернативной энергетики. «Стандарты применения возобновляемой энергетики» (Renewable Portfolio Standards — RPS) регламентируют минимальный процент энергии, полученной из альтернативных источников, обязательный для поставки к определенному установленному времени. На данный момент данные стандарты приняты более чем в 37 штатах.

В целом, политика США заключается в отсутствии непосредственно субсидирования как меры поддержки производителей и потребителей альтернативной энергии. Кроме того, различные штаты могут самостоятельно вводить необходимые меры поддержки. Помимо законодательных актов это также могут быть гранты, которыми поощряются исследования в области альтернативной энергетики.

В настоящее время лидирующим государством по темпам развития и внедрения альтернативной энергетики является Китай. В стране, где решение экологических проблем является одной из важнейших задач государства, а количество ежегодно вводимых в эксплуатацию солнечных и ветряных электростанций значительно опережает другие страны, принят широкий спектр мер поддержки внедрения и эксплуатации альтернативной энергии.

Первым документом, регламентирующим поддержку развития альтернативной энергетики на государственном уровне, стал Десятый пятилетний план экономического и социального развития Китайской Народной Республики, принятый в 2001 году. Данный план содержал в себе основные инструменты регулирования рынка возобновляемых источников энергии, провозглашал основные цели развития и стандарты, применяемые в альтернативной энергетике, а также вводил льготную систему налогообложения для производителей альтернативной энергии. Так, например, для производителей биогаза налог на доходы снижался с 33 до 15 процентов, для ветряных электростанций — до 8,5 процентов. В 2003 году налог на доходы для производителей биогаза был дополнительно снижен еще на два процента.

Далее, в 2006 году был принят Перечень тарифов и субсидий. Он вводил надбавки производителям альтернативной энергии из расчета 0,001 юань за каждый выработанный киловатт электроэнергии. Данные надбавки постоянно росли, и к 2016 году они составили уже 0,019 юаня за каждый киловатт.

Отдельно правительство Китая поддерживает ветряную энергетику. Китайские производители турбин в период с 2007 по 2009 год получали субсидию в размере 600 юаней за каждый киловатт мощности для первых пятидесяти произведенных турбин мощностью не менее 1,5 МВт [4]. Также в 2009 году были введены тарифы субсидирования для поддержки строительства ветряных электростанций. Они разделялись на четыре категории, в зависимости от среднегодовой силы ветра в регионе строительства ветряной электростанции и составляли от 0.052 юаня до 0.062 юаня за каждый выработанный киловатт энергии, поддержка предоставлялась в большем объеме для регионов с меньшей силой ветра и наоборот. Однако в 2017 году эти тарифы были снижены, но введена пятая категория — для ветряных электростанций, находящихся в открытом море. Такие электростанции до сих пор субсидируются из расчета 0,085 юаня за киловатт электричества.

В сфере поддержки солнечной энергетики в Китае в 2009-2011 годах действовала «Программа золотого солнца», в рамках которой устанавливались субсидии для производителей солнечных панелей, которые в зависимости от условий производства составляли до 70% себестоимости.

Помимо указанных мер поддержки правительством Китайской народной республики поддерживается импорт ключевого оборудования для создания ветряных и гидроэлектростанций — полностью отменены НДС и налог на импорт данного

оборудования, кроме того, власти КНР ежегодно увеличивает цели по производству энергии из возобновляемых источников, а также цели по снижению вредных выбросов.

Тем не менее, производители оборудования для альтернативной энергетики считают, что оказываемые государством меры поддержки недостаточны, а инвестиционная привлекательность возобновляемых энергетических ресурсов зависит от наличия конечного спроса на энергию, полученную из альтернативных ресурсов.

Политика Великобритании в области использования альтернативной энергетики сводится к обеспечению этой энергией скорее индивидуальных пользователей, нежели производственный сектор. Несмотря на климатические особенности, такие как сравнительно небольшое количество солнечных дней в году, суммарная мощность солнечных батарей в Великобритании составляет порядка 1000 мегаватт, при том, что средняя мощность солнечных электростанций в Великобритании является относительно небольшой [2].

Согласно стратегии Великобритании, в области развития альтернативной энергетики, доля электроэнергии, получаемая из возобновляемых источников, должна к 2020 году составить порядка 15% от общего объема потребления электроэнергии в королевстве. Основным инструментом достижения этой цели Великобритания выбрала обязательства по использованию энергии, получаемой из возобновляемых источников, что, как видит автор, достаточно схоже с политикой Соединенных штатов Америки, применяемой в этой области.

Соответствующий документ, устанавливающий обязательства по использованию энергии, полученной из альтернативных источников, был принят в 2002 году и продолжал свое действие в течение следующих тринадцати лет. Согласно данному закону, поставщики электроэнергии, осуществляющие свою деятельность на территории Великобритании, обязаны поставлять порядка 30% энергии, созданной с применением альтернативной энергетики. В связи с тем, что подтверждением поставленного объема считался сертификат, которым фирма — поставщик электроэнергии могла торговать с другими поставщиками, данную систему признали неспособной обеспечить необходимую долю поставок энергии из возобновляемых источников, и в 2017 году она прекратила свое существование [3].

Кроме того, как и в рассмотренных государствах, в Великобритании также был принят документ об изменении климата, регламентирующий долгосрочную стратегию по снижению воздействия человека на окружающую среду. Согласно британскому Акту об изменении климата, принятому в 2008 году, выбросы углекислого газа по сравнению с

последним десятилетием двадцатого века должны быть сокращены на 80 процентов уже к 2050 году. Также одним из важнейших пунктов этой стратегии указана всемерная поддержка альтернативной энергетики посредством стимулирования производства оборудования и создания технологий, а также обеспечения их прозрачной конкуренции на рынке.

По состоянию на конец 2019 года Великобритания имеет достаточно сформированную систему производства альтернативной электроэнергии, которая, по различным оценкам будет готова существовать без государственных субсидий наравне с традиционной энергетикой уже к 2025 году.

В России сфера альтернативной энергетики развита крайне слабо. Основная причина этому — экономика, построенная в основном на добыче и продаже полезных ископаемых. В связи с высокой обеспеченностью ископаемыми ресурсами, доля электроэнергии, получаемой из возобновляемых источников, без учета гидроэлектростанций, составляет менее одного процента.

Доля тепловой энергии, полученной из возобновляемых источников, составляет чуть больше — порядка двух процентов, в то время как порядка 90 процентов приходится на полезные ископаемые — нефть, уголь и газ. Таким образом мы можем прийти к выводу, что сфера развития альтернативной энергетики в текущей экономической ситуации является для России скорее нежелательным направлением, так как несет прямую угрозу стабильности ее экономики.

Тем не менее, в нашей стране предпринимаются шаги в направлении увеличения доли альтернативной энергетики в общем объеме потребления. Так, например, в 2013 году Правительством РФ была разработана и внедрена программа по поддержке в том числе альтернативной энергетики — так называемая Декларация о внедрении принципов зеленой экономики в России [5]. Однако формулировки целей данной декларации обозначены недостаточно четко — содержатся общие указания об увеличении инвестиций в природоохранные технологии, совершенствование методов переработки отходов и т.д. Такая размытость формулировок объясняется тем, что Россия сравнительно недавно и с большим отставанием от других стран встала на путь развития таких направлений, как зеленая экономика и альтернативная энергетика.

Важной вехой в истории развития альтернативной энергетики на территории Российской Федерации является Постановление Правительства РФ от 28.05.2013 № 449 (ред. от 10.03.2020) «О механизме стимулирования использования возобновляемых источников энергии на оптовом рынке электрической энергии и мощности» [1].

В нем сформированы:

- методики расчета прогнозируемой прибыли от продажи энергии, полученной из альтернативных источников;
- нормы доходности;
- иные экономические показатели, которые вводят ясность на российский рынок альтернативной энергетики.

Кроме того, в данном постановлении прописаны требования к мощности строящихся объектов производства альтернативной энергии, а также требования к локализации производства оборудования.

Тем не менее, общая неосведомленность потребителей, отсутствие существенных мер поддержки со стороны государства, отсутствие стимулирования инвестиций в альтернативную энергетику а также ориентация на добычу и использование полезных ископаемых позволяет нам сказать, что направление альтернативной энергетики в России находится в стадии зарождения, и для успешного развития отрасли производства энергии из возобновляемых природных ресурсов необходимо совершенствование законодательства, внедрение финансовых механизмов поддержки на государственном и муниципальном уровне, изменение налогового законодательства в сфере энергетики, а главное — понимание основных проблем, к которым ведет дальнейшее использование традиционных способов получения энергии.

Таким образом, для обеспечения ускоренного роста правительства стран формируют различные механизмы поддержки, которые оказывают стимулирующее воздействие на освоение возобновляемых ресурсов. В перспективе акцент на развитие альтернативной энергетики продолжит быть центральным в мировой энергетической политике, способствуя переходу на новые источники энергии.

Список литературы

1. Официальный сайт КонсультантПлюс // Постановление Правительства РФ от 28.05.2013 N 449 (ред. от 10.03.2020) «О механизме стимулирования использования возобновляемых источников энергии на оптовом рынке электрической энергии и мощности» [Электронный ресурс]. — Режим доступа: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_146916/
2. Международное агентство возобновляемой энергии (официальный сайт) // Годовой отчет по возобновляемой энергетике в мире [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <https://www.irena.org/>

[/media/Files/IRENA/Agency/Publication/2019/Jul/IRENA_Renewable_energy_statistics_2019.pdf](#)

3. Маликова О., Златникова М., Государственная политика в области развития возобновляемой энергетики [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/gosudarstvennaya-politika-v-oblasti-razvitiya-vozobnovlyаемoy-energetiki/viewer>
4. Хазова В. Перспективы развития возобновляемой энергетики в Китае [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/perspektivy-razvitiya-vozobnovlyаемoi-energetiki-v-kitae/viewer>
5. Официальный сайт ТАСС // «Зеленый свет» «зеленой» экономике: Россия на пути к устойчивому развитию [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <https://tass.ru/obschestvo/3977766>
6. Онлайн энциклопедия «Википедия» (английская версия) // Закон о политике регулирования коммунальных услуг [Электронный ресурс]. — Режим доступа: https://en.wikipedia.org/wiki/Public_Utility_Regulatory_Policies_Ac

**Влияние умной специализации на формирование конкурентоспособного
регионального кластера**
The impact of smart specialization on the formation of a competitive regional cluster



УДК 332.1

DOI 10.24411/2413-046X-2020-10485

Плохих Екатерина Александровна,

аспирант, доцент Юго-Западный государственный университет, г. Курск, Россия, (e-mail: dokorp46@yandex.ru)

Plokhikh Ekaterina Aleksandrovna,

postgraduate student, associate Professor, southwest state University, Kursk, Russia, (e-mail: dokorp46@yandex.ru)

Аннотация. Статья посвящена анализу стратегии умной специализации, выявлению ее последовательности, принципов, ключевых особенностей. Цель работы – выявление взаимосвязи умной специализации и кластерной политики, выявление компетенций умной специализации, необходимых для управления региональными кластерами. Выводы и рекомендации: чтобы соответствовать современной инновационной повестке кластерной стратегии требуется «перезагрузка». Правила умной специализации могут служить руководством для такого совершенствования, исследования могут быть использованы при формировании методики управления региональным кластером, основой которой станет сформированный набор компетенций. Таким образом, применение умной специализации позволит создавать конкурентоспособные кластеры в условиях неопределенности и нарастающих экономико-технологических преобразований.

Summary. The article analyzes the strategy of smart specialization, identifying its sequence, principles, and key features. The purpose of this work is to identify the relationship between smart specialization and cluster policy, and to identify the competencies of smart specialization necessary for managing regional clusters. Conclusions and recommendations: to meet the modern innovation agenda, cluster policy needs to be «reset». The rules of smart specialization

can serve as a guide for such improvement, research can be used in the formation of a regional cluster management methodology, which will be based on the formed set of competencies. Thus, the use of smart specialization will allow creating competitive clusters in conditions of uncertainty and increasing economic and technological transformations.

Ключевые слова: умная специализация, региональный кластер, кластерная политика, бенчмаркинг, инновации, инвестиционная активность, экономический рост, конкурентоспособность.

Keyword: smart specialization, regional cluster, cluster policy, benchmarking, innovation, investment activity, economic growth, competitiveness.

Влияние умной специализации на реализацию стратегии развития региона, заключается в выявлении особенностей промышленных структур региона. Стратегия «умного роста» базируется на имеющихся активах региона и нацелена на создание фундаментальных условий для расширения диапазона привлекаемых инвестиций [1].

Экономический рост — это важная цель любого региона, предполагающая использование новых знаний и технологий, позволяющих установить определенные системы корреляций в региональных структурах.

Роль территорий с точки зрения конкурентоспособности и инноваций сопровождается развитием феномена кластеров. Данный процесс связан с появлением новых моделей территориального развития, таких как умная специализация, целью которой является повышение эффективности экономической системы, способствующее ее устойчивому развитию.

Глобализация рынков позволяет усилить тенденцию инвестирования ресурсов в регионы. Имея экономический потенциал, привлекательный для промышленности, кластеры становятся одним из важных факторов в экономическом развитии, влияющем на рост и специализацию региона [2].

Умная специализация — это новая стратегия экономических преобразований на местном уровне, направленная на содействие эффективному использованию государственных инвестиций в научные исследования, основанные на стимулировании инноваций на региональном уровне, что должно привести к экономическому росту и процветанию региона.

Разработку стратегии умной специализации рекомендовано осуществлять в последовательности 5 этапов в таблице 1.

По нашему мнению, отсутствует необходимость анализа количественных показателей для оценки специфики региона, но есть необходимость провести аудит

качественных показателей, который предполагает оценку эффективности интеграционных процессов с помощью показателей квалификации кадров, технологии, качества продукции, диверсификации, ассортимента и так далее. Таким образом, оценка эффективности интеграции проводится путем использования индикаторов развития организации.

Таблица 1 – Этапы стратегии умной специализации

№ п/п	Наименование этапа	Характеристика этапа
Этап 1	Определение территории, для которой разрабатывается стратегия	Необходимо четко обозначить территорию для которой разрабатывается стратегия, поскольку для каждого региона будут различаться цели, показатели и механизмы реализации.
Этап 2	Определение контекста	Необходимо проанализировать и описать количественно и качественно предыдущее развитие территории, успехи и неудачи инициатив и проектов, которые уже реализовывались в регионе.
Этап 3	Определение цели	Необходима постановка четких целей стратегии. Цели должны быть амбициозными, но достижимыми. Для каждой цели должны быть определены индикаторы, позволяющие отслеживать продвижение на пути к достижению цели.
Этап 4	Определение активов и барьеров	Стратегия умной специализации строится на основе определения местных ресурсов (активов) и ограничений, препятствующих достижению заявленных целей. Идентификация барьеров особенно важна, поскольку от этого зависит, какие инструменты для реализации стратегии могут быть эффективно использованы.
Этап 5	Выбор правильных инструментов реализации	Выбор инструментов реализации стратегии с учетом выявленных барьеров (ограничений) позволит использовать один инструмент для преодоления двух или более барьеров. Поэтому предлагается политики стратегии нацеливать на преобразования в восьми взаимосвязанных сферах городской жизни: землепользование, создание партнерств, бизнес и предпринимательство, трудовые ресурсы и занятость, здоровье и окружающая среда, транспорт, финансирование инфраструктуры.

Источник: составлено автором на основе [3].

Стратегия умной специализации должна строиться на следующих ключевых принципах, подробно рассмотренных в таблице 2.

Таблица 2 Основные принципы стратегии умной специализации

Принципы стратегии умной специализации:				
ориентируется на поддержку региональной власти инвестиций ключевые региональные проблемы задачи	опирается на сильные стороны региона, конкурентные преимущества и потенциал развития	нацелена на поддержание технологических, а также практических инноваций и стимулирование предпринимательства	на основывается на вовлечении заинтересованных сторон и поощрении инноваций и экспериментов	базируется на фактических данных и включает в себя надежные системы мониторинга и оценки

Источник: составлено автором на основе [4].

Ключевые особенности концепции умной специализации сфокусированы на:

- территориальных особенностях,
- НИОКР и инновациях,
- внутренней конкуренции и открытости для внешнего мира,
- ключевой роли субъектов предпринимательства,
- критической массе и масштабе деятельности профильных компаний [5].

Остановимся подробнее на применении умной специализации для повышения эффективности кластерной политики.

Практика кластерной политики характеризуется неоднородностью подходов и результатов. Для эффективности кластерной политики, необходимо учитывать, что степень ее соответствия конкретному кластеру различается в зависимости от стадии развития кластера (успешно функционирующие и кластеры, находящиеся на стадии формирования). В свою очередь, степень, в которой кластерная политика является подходящей для конкретного региона, зависит от общего уровня региональной конкурентоспособности (развитые и отстающие регионы). Необходимо также учитывать опыт успешно функционирующих кластеров и особенности их кластерной политики, применяя на практике с помощью бенчмаркиговых технологий. Однако следует помнить, что бенчмаркинг не является панацеей, которая может заменить качественный процесс управления кластером.

Концепция умной специализации относится к поиску новых форм устойчивого развития региона, являясь альтернативой поощрению инвестиций по направлениям и секторам и в этой связи можно выделить две модели подхода к конкурентоспособности регионов [5]. (Таблица 3).

Таблица 3 – Модели подхода к конкурентоспособности регионов

Типы подхода к конкурентоспособности	Способы действия	Последствия
Традиционный подход	Идентификация и попытка проникнуть на существующие рынки.	Неспособность достичь совершенной конкуренции
Новейшие методы	Определение приоритетных ценностей, включая базу существующих кластеров. Изучение возможностей смежных отраслей, что приводит к увеличению добавленной стоимости.	Развитие долгосрочной конкурентоспособности как устойчивого преимущества.

Источник: составлено автором на основе [6].

Признаки кластеров в региональной экономике можно наблюдать в таких областях, как: инфраструктура знаний, технопарки, стимулирование экспорта, расширение сетевых связей между региональными органами власти, бизнеса, окружающей среды, университетов [7].

Продвижение кластеров является аргументом в поддержку их взаимосвязи с процессом умной специализации или мотивацией полезности.

В региональном экономическом пространстве кластерный феномен напрямую связан со стратегией развития региона. Рассмотрим взаимосвязь умной специализации и кластерной политики, эти два понятия демонстрируют как родственные черты, так и различия (Таблица № 4).

Умная специализация способствует укреплению традиционных отраслей промышленности с помощью новых технологий, ориентируется на поиск новых рыночных ниш, ведущих к повышению конкурентоспособности, может быть также инструментом преодоления социальных, экологических, климатических, энергетических и др проблем. Подход стратегии умной специализации — это гарантия эффективного использования средств и эффективного управления ими [8].

Эффективная координация между региональной и государственной политикой, способствует повышению конкурентоспособности за счет появляющихся возможностей. Инновации способствуют лучшему развитию кластеров, определяя рост конкурентоспособности, а, следовательно, благосостояния и занятости населения, что позволяет характеризовать влияние кластеров на степень экономического развития территории как благоприятное.

Таблица 4 – Взаимосвязь умной специализации и кластерной политики

Умная специализация	Кластерная политика
<p>Рассмотрение факторов производительности труда и инноваций как основных детерминант конкурентоспособности и устойчивого роста. Кластерная политика и «умная специализация», будучи концепциями, направленными на инновационное экономическое развитие регионов, имеют ряд общих черт. Во-первых, они сфокусированы на производительности и инновациях как ключевых факторах конкурентоспособности. Во-вторых, большое значение уделяется роли регионов в извлечении выгоды из преимуществ, обусловленных связями между ними.</p>	
<p>Поиск уникальной специализации для каждого региона (в том числе выбор «развитие технологий общего пользования VS совершенствование существующих продуктов и технологических процессов»)</p>	<p>Кластеры являются важным элементом стратегии Умной специализации: - на этапе формирования (аналитические возможности кластерного анализа, наличие структурированного профессионального общества в регионе); - на этапе реализации (успешные кластеры – результат эффективной стратегии)</p>
<p>Определение специализации региона происходит «снизу-вверх» в процессе предпринимательского поиска</p>	<p>Сильные кластеры – основа для Умной инновационной стратегии региона. К такого рода продвинутым инновационным стратегиям имеет смысл подступать регионам, в которых уже сформирована сеть кластеров и накоплен опыт взаимодействия с ними.</p>
<p>Широкие рамки: не только столько стимулирование R&D, но и активизация структурных изменений в экономике региона: «Что нужно сделать сегодня с учетом существующих сильных и слабых сторон, чтобы занять достойное место на рынках будущего? В каких направлениях развивать существующие отрасли?»</p>	<p>Применение стратегии умной специализации требует выполнения следующих условий: - учет мировых технологических трендов, поиск уникальной ниши, специализация и позиционирование кластеров; - межкластерное и межрегиональное взаимодействие; - развитие инновационной экосистемы, в которой будут формироваться зачатки будущей специализации и кластеров региона; - управление портфелем кластеров, в частности дифференциация мер поддержки для развитых и развивающихся кластеров.</p>
<p>Акцент на создании условий (государственное регулирование, укрепление финансовой системы, усиление конкуренции), развитии науки и образования, стимулировании спроса (через систему закупок) и пр.</p>	<p>Стратегия Умной специализации является более системным подходом по отношению кластерной политике: стейкхолдеров, разнообразие мер, межведомственной координации</p>
<p>Интенсификация межрегионального взаимодействия (поддержка покупки/продажи технологий, расширения деятельности местных фирм и включения в глобальные сети и цепочки создания стоимости)</p>	<p>Чтобы соответствовать современной инновационной повестке кластерной политике требуется «перезагрузка». Правила умной специализации могут служить руководством для такого совершенствования</p>

Источник: составлено автором на основе [3, 9].

Кластеры входят в комплекс инструментов стратегии умной специализации, но эти понятия не эквивалентны, поскольку последние имеют широкую компетенцию.

Таким образом, влияние умной специализации на формирование конкурентоспособных кластеров позволяет своевременно отреагировать на изменение компетенций, необходимых для управления региональными кластерами и способствует взаимодействию между структурами инновационной системы региона, реагирующими на изменения экономики. Рассмотрим, как эволюционируют компетенций под влиянием умной специализации (Таблица 5).

Таблица 5 – Эволюция компетенций (топ 10), необходимых для управления региональными кластерами

2015	2020
Решение сложных проблем	Решение сложных проблем
Координация в организации	Критическое мышление
Управление персоналом	Творчество
Критическое мышление	Управление персоналом
Переговоры	Координация в организации
Контроль качества	Эмоциональный интеллект
Клиентоориентированность	Разработка оценочных суждений и принятие решения
Разработка оценочных суждений и принятие решения	Клиентоориентированность
Тренинг	Ведение переговоров
Творчество	Когнитивная гибкость

Источник: составлено автором на основе [3, 10].

Остановимся подробнее на компетенциях, необходимых для управления региональными кластерами (Таблица 6).

Таблица 6 – Набор компетенций, необходимых для управления региональными кластерами.

Основные компетенции и навыки, связанные с организацией работы
Творчество Компетенции в решении сложных проблем Компетенции в вынесении оценочных суждений и принятии решений Управление персоналом: мотивация Критическое мышление
Лидерство
Компетентность в разработке и реализации кластерных стратегий Поощрение совместной работы в рамках экосистемы
Интернационализация
Знания о глобальных мегатенденциях и интернационализации Знания о возможностях финансирования Специальные компетенции для совместной работы с мировыми лидерами в секторе
Предпринимательство и инновации
Компетентность в области инновационной политики и инструментов управления инновациями Знания о возможных вариантах финансирования и специализация по частному венчурному капиталу Компетентность в признании возможностей для осуществления проектов в области развития бизнеса
Управление
Знания в области управления производственно-сбытовой цепочкой кластера, а также повышение квалификации в области управления производственно-сбытовой цепочкой анализ и определение роли кластера, например, с помощью рабочих групп или участников кластера Компетентность в командном управлении Критическое мышление
Цифровые компетенции
Компетенции в сфере новых технологий Компетенции разработчиков и управленцев для определения наилучших возможностей бизнеса Возможности адаптации приложений искусственного интеллекта для совершенствования и оптимизации бизнес-процессов
Языковые возможности
Превосходное знание английского языка для повседневной работы и встреч

Источник: составлено автором на основе [10].

Тенденция сочетания кластерной политики со стратегиями умной специализации представляет собой потенциальное преимущество для разработки общих стратегий, ориентированных на предпринимательские открытия, инновации и новые технологии, поиск рыночных возможностей и позволяет сформировать методiku управления региональным кластером, основой которой станет сформированный набор компетенций.

Список литературы

1. How small towns and cities can use local assets to rebuild their economies: lessons from successful places [Электронный ресурс] / Report of the U.S. Environmental Protection

- Agency's (EPA) / URL: https://https://www.epa.gov/sites/production/files/2015-05/documents/competitive_advantage_051215_508_final.pdf
2. Cluster management, abilities, capacities, skills and competences towards a smart industry [Электронный ресурс] / irp-cdn.multiscreensite.com / URL: https://irp-cdn.multiscreensite.com/bcb8bbe3/files/uploaded/doc_740.pdf
3. A Paradigm Shift : Supply Chain Collaboration and Competition in and between Europe's Chemical Clusters [Электронный ресурс] / Results of the EPCA Think Tank Sessions organized and sponsored by EPCA/ URL: https://irp-cdn.multiscreensite.com/bcb8bbe3/files/uploaded/doc_40.pdf
4. Clusters – Balancing Evolutionary and Constructive Forces [Электронный ресурс] / Cluster-research.org / URL: <https://cluster.hse.ru/mirror/pubs/share/212158465>
5. Kutsenko E. (2015) Pilot Innovative Territorial Clusters in Russia: A Sustainable Development Model. ForesightRussia, vol. 9, no 1, pp. 32–55. DOI: 10.17323/1995-459x.2015.1.32.55
6. Cluster: the emergence and future perspectives in the industry [Электронный ресурс] / Восточно Европейский Научный Журнал. Economics. URL: <https://eesa-journal.com/2017/02/27/cluster-the-emergence-and-future-perspectives-in-industry>.
7. Cluster — Smart Specialization Relationship Florian Popa [Электронный ресурс] / Institute of National Economy, Romanian Academy URL: stec.univ-ovidius.ro/html/anale/RO/2016/2016-I-full/Section-II/9.Popa_Florina.pdf
8. «Умная специализация» — новый виток кластерной политики? [Электронный ресурс] / Российский центр компетенций и анализа стандартов ОЭСР/ URL: <https://oecd-russia.org/analytics/umnaya-spetsializatsiya-novuyj-vitok-klasternoj-politiki.html>
9. Разворот к будущему: трансформация кластерной политики на принципах Умной специализации [Электронный ресурс] / Российская кластерная неделя / URL: https://issek.hse.ru/data/2015/06/03/1097466710/Разворот_к_будущему_—_трансформация_клас..a_принципах_Умной_специализации.
10. Cluster management, abilities, capacities, skills and competences towards a smart industry — Spanish Summary [Электронный ресурс] / irp-cdn.multiscreensite.com / URL: https://irp-cdn.multiscreensite.com/bcb8bbe3/files/uploaded/doc_760.pdf

**Сравнительный анализ бизнес-моделей жизненного цикла в отечественной и
зарубежной практиках**

Comparative analysis of business models of the life cycle in domestic and foreign practices



УДК 658.8.027.5

DOI 10.24411/2413-046X-2020-10489

Опрышко Надежда Владимировна,

кандидат экономических наук, доцент, доцент кафедры 505 «Инновационная экономика, финансы и управление проектами», Московский Авиационный Институт (национальный исследовательский университет), г. Москва

Лычагина Дарья Александровна,

Московский Авиационный Институт (национальный исследовательский университет), г. Москва

Opryshko N.V.,

hope_85@mail.ru

Lychagina D.A.,

hope_85@mail.ru

Аннотация. В статье рассмотрено содержание бизнес-модели жизненного цикла, проанализированы теоретические основы концепции performance based logistics и практика применения данной концепции во взаимоотношениях заказчика и исполнителя за рубежом, рассмотрены концепции PBH и GoldCare, а также изучено понятие контракт жизненного цикла, используемое в РФ, как пример бизнес-модели жизненного цикла и практика его применения.

Summary. The article discusses the content of the business model of the life cycle, analyzes the theoretical foundations of the concept of performance based logistics and the practice of applying this concept in the relationship between the customer and the contractor abroad, considers the concepts of PBH and GoldCare, and also explores the concept of the life cycle contract used in the Russian Federation, as an example business models of the life cycle and the practice of its application.

Ключевые слова: бизнес-модель жизненного цикла, контракт жизненного цикла, performance-based logistics, PBL-контракт.

Keywords: life cycle business model, life cycle contract, performance-based logistics, PBL contract.

Содержание бизнес-модели жизненного цикла

В процессе развития высокотехнологичное изделие (ВТИ) проходит определенную последовательность этапов, получившую название жизненный цикл изделия (ЖЦИ) – совокупность процессов, выполняемых от момента выявления потребностей общества в определенной продукции, до момента удовлетворения этих потребностей и утилизации продукции [1].

Одной из важнейших конкурентных характеристик сложной наукоемкой продукции является стоимость ЖЦИ – суммарные затраты, связанные с продукцией за весь ее жизненный цикл [2]. Статьи затрат по основным стадиям ЖЦИ на примере воздушного судна, представлены в таблице 1 [3].

Таблица 1 – Основные статьи затрат по стадиям жизненного цикла ВС

Стадия	Статья затрат
НИОКР	<ul style="list-style-type: none"> • Предпроектные исследования и доработка замысла • Разработка технического задания • Разработка эскизного проекта • Разработка технического проекта • Подготовка конструкторской и рабочей документации на опытный образец или партию • Подготовка рабочей конструкторской и технологической документации для изготовления опытного образца (партии) • Изготовление и испытание опытного образца (партии)
Производство	<ul style="list-style-type: none"> • Подготовка и освоение серийной продукции • Производство • Поддержание технического уровня и качества серийно освоенной продукции
Эксплуатация	<ul style="list-style-type: none"> • Подготовка продукции и кадров к эксплуатации • Текущие эксплуатационные расходы • Ремонт и обслуживание • Поддержание и улучшение эксплуатационных свойств продукции
Утилизация	<ul style="list-style-type: none"> • Исследования • Изготовление средств утилизации • Транспортировка

Для ВТИ затраты на послепродажной стадии, необходимые для поддержания заданных характеристик безопасности, надежности и готовности, могут значительно превышать затраты на ее приобретение.

В 2000 году заместитель министра обороны США Джаскес Гэнслер охарактеризовал ситуацию, сложившуюся в МО США «спиралью смерти» — ситуацией снижения боеготовности при одновременном увеличении затрат на эксплуатацию и обслуживание из-за стареющего оборудования военного назначения [4].

Решением данной проблемы стал переход на концепцию в рамках контракта жизненного цикла, ориентированную на конечный результат, — Performance Based Lifecycle Product Support (PBL) или Performance Based Logistics. Концепция PBL представляет собой интегрированный пакет нормированных показателей, нацеленных на оптимизацию готовности, достижение заданных тактико-технических характеристик системы вооружения военной и специальной техники (ВВСТ) и базирующихся на долгосрочных сервисных соглашениях с четким разделением полномочий и ответственности между сторонами [5].

Предметом PBL-контракта являются нормируемые показатели конечного результата (performance objectives или metrics):

1. коэффициент готовности – доля времени от общего фонда, в течение которой изделие может быть использовано по назначению;
2. надежность изделия – доля удачных миссий (вылетов, пусков и т.п.) от общего числа попыток выполнения миссий;
3. эксплуатационные расходы на единицу использования – суммарный объем эксплуатационных расходов, отнесенный к количеству единиц использования изделия (летных часов, пусков, морских миль и т.п.);
4. степень долевого участия производителя в сопровождении изделия (численность привлекаемого персонала, размеры складских запасов, количество транспортных средств и т.п.);
5. время реакции производителя на запрос эксплуатанта.

В МО Австралии период обзора для большей части ключевых показателей эффективности (КПЭ) равен 3 месяцам [6]. Размер вознаграждения исполнителя определяется достигнутым значением КПЭ. На рисунке 1 представлены диапазоны эффективности: А, В, С, D.



Рисунок 1 – Диапазоны эффективности [6]

Таким образом, в рамках PBL-контракта одновременно достигаются три взаимоисключающих при использовании традиционных подходов результата: повышается боеготовность, сокращаются суммарные затраты эксплуатанта и увеличивается прибыль PBL-контрактора.

Министерство обороны США считает PBL предпочтительным подходом к сервисной поддержке вновь создаваемых и уже эксплуатируемых систем вооружений и военной техники [7]. Расчеты военных аналитиков оборонного ведомства США показывают, что применение концепции PBL способно давать от \$10 до \$20 млрд. экономии бюджетных средств в год [8].

Примерами успешности применения практики PBL могут послужить зарубежные программы: Joint STARS, BTC C-17 Globemaster III, H-60 Forward Looking Infra-Red (FLIR), Air-Force F-117 Nighthawk, Navy Aegis Cruiser, Navy F/18 E/F Super Hornet, Army STRYKER и др.

Согласно отчету Министерства обороны США от 9 сентября 2005 года, основными результатами внедрения PBL являются: рост боеготовности боевых авиационных комплексов ВВС США с 80 до 90%; рост готовности систем целеуказания и наведения самолетов F-14 с 73% до 90%; увеличение наработки на отказ авиадвигателей F-404 на 90% при одновременном сокращении продолжительности ТО в два раза; сокращение средней продолжительности заводского ремонта вертолетов с 261 до 76 дней; сокращение среднего времени ожидания запчастей и материалов для самолета F-18 с 47 до 7 дней; годовая экономия на сокращении стоимости летного часа BTC C-17 Globemaster III составила 9,701 млн.\$ [9].

Примером бизнес-модели жизненного цикла в гражданской авиации является разновидность системы сервисного обслуживания – услуга GoldCare для Boeing 787 – это комплекс продуктов и услуг на весь жизненный цикл самолета, которые позволяют обеспечивать потребности авиакомпаний в области снабжения материалами, инжиниринга и технического обслуживания в рамках прогнозируемой стоимости на основе летных часов. Услуги GoldCare осуществляют при участии многих известных компаний, таких как: GE Aviation, Hamilton Sundstrand, Honeywell, Moog Inc., Panasonic и Rockwell Collins. Вышеперечисленные компании, являясь производителями оригинального оборудования, способны обеспечивать потребности в материалах, техническом обслуживании и ремонте систем, которые они поставляют для Boeing 787.

Также к примерам бизнес-модели жизненного цикла можно отнести услугу Power by the hour (PBH) – это форма операционной аренды, в которой арендодатель сохраняет право собственности на двигатель и предоставляет двигатель арендатору по фиксированной цене – стоимость часа использования, либо стоимость в месяц. В рамках PBH-соглашения провайдер ТОиР услуг берет на себя все расходы по содержанию необходимой инфраструктуры и инвентаря, а перевозчик регулярно платит за летные часы использования агрегатов. Программа покрывает значительное количество запасных частей, требуемых для технического обслуживания и ремонта ВС, что позволяет авиакомпании поддерживать флот в превосходном рабочем состоянии.

Бизнес-модели жизненного цикла в РФ

В России также начинает распространяться практика применения контрактов жизненного цикла. Понятие контрактов жизненного цикла раскрыто в ч. 16 ст. 34 Федерального закона от 05.04.2013 № 44-ФЗ, под контрактом жизненного цикла понимают контракт, который предусматривает не только закупку товара, его дальнейшее обслуживание, ремонт и утилизацию, но и такие виды работ, как проектирование и строительство [10].

Случаи, в которых могут заключаться контракты жизненного цикла (КЖЦ) были определены постановлением Правительства РФ от 28.11.2013 № 1087, в которое более поздними постановлениями, в частности от 29.12.2015 № 1480, были внесены существенные изменения, которые в основном касались расширения перечня случаев, где могут применяться КЖЦ [11], а именно сфера здравоохранения, культуры и спорта.

На данном этапе в РФ концепция КЖЦ основное развитие получила именно транспортная инфраструктура – 80% всех реализуемых в РФ проектов на основе КЖЦ относятся к транспортной отрасли [12].

Один из первых проектов с использованием элементов КЖЦ – это контракт ПАО «Российские железные дороги» на закупку высокоскоростных поездов «Сапсан». Подрядчиком по данному контракту является компания Siemens [13]. Еще одним примером заключения КЖЦ может стать Московский метрополитен, заключивший контракт на закупку подвижного состава. Победителем конкурса объявлен ПАО «Метровагонмаш» в связке с АО «Трансхолдлизинг» [14]. КЖЦ для московского метрополитена предполагает [16]: поставку подвижного состава; предоставление финансирования поставки подвижного состава сроком на 15 лет; сервисное обслуживание поставляемого подвижного состава в течение 30 лет. Согласно условиям контракта, победитель конкурсных процедур получает право поставить новые вагоны для столичного метрополитена, а затем должен обеспечить качественное обслуживание вагонов в течение 30 лет – всего срока эксплуатации. Планируется, что ГУП «Московский метрополитен» получит экономию около 20% от всех эксплуатационных расходов [14]. Существует разработка схемы «долгосрочного контракта на выполнение работ с длительным производственным циклом в отношении автомобильных дорог» в Санкт-Петербурге [15]. Помимо транспортной инфраструктуры, проекты на основе КЖЦ также инициированы в сфере жилищно-коммунального хозяйства (ЖКХ), а именно проектирование и строительство котельных в Верхнекамском и Котельническом районах Кировской области; межмуниципальный полигон для утилизации (захоронения) твердых бытовых отходов в Мурманской области; межмуниципальный проект в сфере водоснабжения и водоотведения в таких городах как Ростов, Рыбинск, Переславль-Залесский и др. (Ярославская область) [16].

В авиационной сфере в России среди первых пилотных проектов планировались фронтальные бомбардировщики Су-34, вертолеты Ка-226, военная техника на шасси «КамАЗа». На данный момент ПАО «ОАК» рассматривает возможность заключения контракта жизненного цикла на самолеты МиГ-29.

Заключение

Бизнес-модель жизненного цикла имеет ряд существенных преимуществ, но вместе с тем накладывает колоссальные риски на исполнителя контракта. Взаимоотношения исполнителя PVL-контракта или КЖЦ со своими заказчиками, поставщиками и подрядчиками требуют кардинального пересмотра и тщательной проработки правовых сторон взаимоотношений.

Список литературы

1. Джинчарадзе А.К. Создание сложных научно-технических систем и изделий с применением комплексов стандартов CALS-технологий и СРПП // Стандарты и качество. 2012. №5, С. 84-91.
2. Сеницын И.Н., Шаламов А.С. Лекции по теории систем интегрированной логистической поддержки. — Москва, 2012.- 624 с.
3. Краюхин Г.А. Управление затратами на предприятии: Учебник для вузов. 5-е изд. — Санкт-Петербург: Питер, 2012.
4. Стрекоз В.Б., Назаренко Ю.А. Послепродажное обеспечение эксплуатации ВВТ: ориентация на конечный результат. — URL: <http://engine.aviaport.ru/issues/85/pics/pg04.pdf> (дата обращения 28.06.2020).
5. Performance Based Logistics: «A Program Manager's Product Support Guide». Fort Belvoir: Defense Acquisition University Press, 2005.
6. ASDEFCON (Support) V4.0 Performance Management Framework. — URL: <https://www.defence.gov.au/casg/Multimedia/ASDEFCONSupportV4.0PMFsummary-9-9501.pdf> (дата обращения 28.06.2020).
7. Yang Y., Hou Y., Wang Y. On the Development of Public-Private Partnerships in Transitional Economies: An Explanatory Framework // Public Administration, Review. 2013. №73(2). С. 301–310.
8. Performance Based Logistics: A Global Trend in the Aerospace & Defence Sector. Frost & Sullivan Market Insight, 2009.
9. Report to the Subcommittee on Readiness and Management Support, Committee on Armed Services, U.S. Senate: Defense Management DOD Needs to Demonstrate That Performance-Based Logistics Contracts Are Achieving Expected Benefits GAO-05-966, 2005.
10. Федеральный закон N 44-ФЗ «О контрактной системе в сфере закупок товаров, работ, услуг для обеспечения государственных и муниципальных нужд» от 05.04.2013, 2013 г.
11. Постановление Правительства РФ N 1087 от 28 ноября 2013 г. «Об определении случаев заключения контракта жизненного цикла», Москва, 2013 г.
12. Литвяков, С.С. Государственно-частное партнерство в финансировании транспортной инфраструктуры в Российской Федерации. — Москва, 2014 г.
13. Ермоленко М. Переход на контракт жизненного цикла позволит построить экономически эффективную модель содержания локомотивов. — URL: <https://www.rzd-partner.ru/zhd-transport/news/perekhod-na-kontrakt-zhiznennogo-tsikla-pozvolit-postroit-ekonomicheskii-effektivnyuyu-model-soderzhanja-lokomotivov/> (дата обращения 28.06.2020).

14. Контракт жизненного цикла в Московском метрополитене: пассажиры получают дополнительные гарантии надежности в московском метро. – URL: <http://mosmetro.ru/press/news/1467/> (дата обращения 28.06.2020).
15. Матевосян А.В. Контракт жизненного цикла как новая форма партнерства государства и бизнеса. – URL: https://www.rsuh.ru/upload/main/vestnik/eup/15_2013.pdf (дата обращения 28.06.2020).
16. Максимов В.В. Опыт и потенциал использования механизмов государственно-частного партнерства на муниципальном уровне. – URL: <http://www.myshared.ru/slide/1013203> (дата обращения 28.06.2020).

Проблемы реализации антикризисного управления в современных условиях

Problems of implementing anti-crisis management in modern conditions



DOI 10.24411/2413-046X-2020-10490

Дорожжина Виктория Геннадьевна,

аспирантка 2 курса; Институт экономики и предпринимательства Национальный Исследовательский Нижегородский Государственный университет им. Н. И. Лобачевского

Dorozhkina Victoria Gennadievna,

2nd year post-graduate student; IEP, Lobachevsky state University

Аннотация. Важнейшей задачей эффективного управления организацией является использование антикризисного управления, а наиболее важным аспектом – проведение процедур превентивного антикризисного управления на каждом этапе жизненного цикла организации.

Summary. The most important task of effective management of an organization is the use of crisis management, and the most important aspect is the implementation of preventive crisis management procedures at each stage of the organization's life cycle.

Ключевые слова: управление, антикризис, условия, кризис.

Keyword: management, anti-crisis, conditions, crisis.

Первой задачей антикризисного управления является предотвращение кризиса, которое предполагает всесторонний системный и стратегический подход к анализу и разрешению возникающих проблем. Второй задачей является преодоление кризиса.

Основные положения антикризисного управления:

- кризисы можно предвидеть, ожидать и вызывать;
- кризисами можно управлять в определенной степени, а именно ускорять и отодвигать;
- к кризисам необходимо готовиться;
- можно смягчать кризисы и их последствия, ускорять процессы выхода из кризисов и минимизировать негативные последствия кризисов;
- управление в условиях кризиса требует особых знаний, умений и подходов.

Для того, чтобы предвидеть кризисы, необходимо понимать на какой стадии находится компания, какие проблемы могут возникнуть на том или ином этапе жизненного цикла компании, оценить возможные последствия кризисных ситуаций, разработать стратегический план реагирования на возникновение кризисной ситуации.

Каждая организация, как и любой живой организм имеет свой жизненный цикл, состоящий в крайней мере из четырех этапов: становление, рост, зрелость и упадок. Наиболее глубоко жизненный цикл организации рассматривает И. Адизес. Согласно его методологии, жизненный цикл предприятия состоит из девяти этапов: выхаживание, младенчество, стадия быстрого роста, юность, расцвет, стабильность, аристократизм, этап ранней бюрократизации, бюрократизация и смерть [1]. Необходимо отметить, что каждая организация, имеющая эффективные стратегию и менеджмент может предотвратить этап упадка и перейти заново на стадию роста, в случае проведения необходимых мероприятий вовремя.

В таблице 1 представлены этапы жизненного цикла компании и потенциальные кризисные ситуации, которые могут возникнуть на каждом из этапов.

Таблица 1. Кризисные точки этапов жизненного цикла компании

	Название жизненного цикла	Характеристика	Угрозы
1	«Выхаживание»	Этап создания организации. Этап энтузиазма и зарождения бизнес-идеи. «Чем выше уровень обязательств, возложенных на себя при рождении, тем реальнее успех дела»	Ослепление заманчивостью идеи, недостаточно изученное реальное положение дел на рынке.
2	«Младенчество»	Борьба организации за выживание, отсутствие четкой структуры. Множество кризисов, каждый преодоленный кризис- как общая победа. Каждое поражение- как стимул.	Внезапная потеря верности своей идее, недостаточное количество финансовых средств.
3	«Этап быстрого роста»	Относительная стабильность и рост продаж.	Излишняя самоуверенность и потеря контроля над ситуацией. Необходимость переходить от интуитивного администрирования к профессиональному.
4	«Юность»	Данный этап-время конфликтов, так как возникает необходимость к делегированию полномочий топ-менеджменту.	Конфликты между сотрудниками, между основателями и менеджерами. Противоречие между потребностями фирмы и потребностями сотрудников.
5	«Расцвет»	Стадия баланса между возможностями и средствами достижения, знаниями и целями, самоконтролем и гибкостью организации. Данный этап может длиться бесконечно, при условии количественного и качественного развития организации.	Угроза наступления стадии «стабилизация». Трудно формализуемое качество самостимуляции руководителей и сотрудников.
6	«Стабилизация»	Ориентир все больше на прошлое организации. Ответственность руководителей- поддержание статуса организации. Ресурсы на исследования урезаются.	Повышенное чувство безопасности, недооцененная важность специалистов маркетинга и разработчиков.
7	«Аристократизм»	Основная часть средств идет не на инновации и разработки, а на контроль, страхование и обустройство. Рискованные варианты больше не рассматриваются. Каждый в компании борется сам за себя.	Катастрофическое положение дел выявляется внезапно.
8	«Этап ранней бюрократизации»	Работа с рынком и потребителями прекращается, начинается этап выяснения отношений и поиска виноватых.	Почти неизбежное наступление смерти организации.
9	«Бюрократизация и смерть»	«Закрытая» организация, в которой каждый сотрудник обладает лишь частью информации, которую клиент вынужден собирать по частям.	Спасти такую организацию может лишь внешняя среда.

Каждый этап жизненного цикла компании сопряжен с целым спектром кризисных ситуаций, которые могут возникнуть.

Существует огромное множество организаций, которые находятся на рынке достаточно долгое время и справились с многочисленными кризисными эпизодами. В основном, такие организации – это зарубежные корпорации и компании. Например, предприятия по производству автомобилей, такие как Ford (1903), Mercedes (1926), Toyota (1937) и т.д. Аналогично, приведем примеры предприятий общественного питания, которые существуют достаточно давно: Dunkin' Donuts (1950), McDonalds (1955), Starbucks (1971) и т.д.

Российские компании в списке старейших предприятий мира найти сложно. Во-первых, это связано с тем, что как таковой бизнес в России появился достаточно недавно, около 30 лет. 26 мая 1988 года был принят закон «О кооперации в СССР», таким образом эту дату можно считать, началом легального предпринимательства в России. Конечно, по сравнению с зарубежными странами, наш опыт ничтожно мал. Во-вторых, российскую экономику можно охарактеризовать с точки зрения низкой стабильности и низкого уровня доверия, как к государству, так и между людьми.

В России, в настоящее время, предприниматели имеют близкие горизонты планирования. Владельцы малого и среднего бизнеса планируют на несколько месяцев вперед, максимум на год-два. Если сравнивать с Европой, то там сроки абсолютно другие, на 5 и более лет вперед. Основной проблемой нашей страны, является отсутствие минимально необходимого уровня стабильности и прогнозируемости для развития бизнеса, большое количество изменений, которое во много раз превышает количество изменений на западном рынке. Отсутствие доверия внутри страны, в общем, и внутри компаний, в частности, ставит задачу стратегического и антикризисного управления организациями – нетривиальной и крайне сложной в исполнении управленческой задачей. Многие российские бизнесмены равняются на успешные зарубежные компании, стараясь перенять их опыт, но необходимо учитывать, что там очень высокая административная функция (высокая системность, отлаженные правила и процедуры). Таким образом, мы пытаемся перенять у них то, на что мы еще не готовы, и то, что нам рано еще внедрять. В основном, ориентиром для российских компаний выступают такие компании за рубежом, которые находятся на стадиях: юности, расцвета и аристократии. В России не так много компаний, находящихся в стадии расцвета, а на начальных стадиях повышение системности, согласно внедрению лучших зарубежных практик, может уничтожить «дух компании», который так необходим на начальных этапах становления организации:

выхаживание, младенчество и стадии быстрого роста. Любые изменения и практики, как в живом организме, так и в организации необходимо вводить соответственно возрасту (стадии развития) конкретного организма.

Основные проблемы функционирования предприятий в России, которые можно выделить:

1. Низкий уровень доверия как внутри страны, так и внутри организаций. Россия очень долго находилась под диктаторским режимом, в связи с чем, люди до сих пор боятся выражать свое мнение, бояться начальства, основным мотивом работы выступает страх. Компании все еще довольно иерархичны. Российский бизнес находится в переходном состоянии между старыми и новыми моделями поведения.

2. «Слепое» копирование западных моделей управления и бизнеса в целом. Необходимо развивать собственную культуру ведения бизнеса, обращая внимания на лучшие практики, но также учитывая реалии российской экономики и общества в целом.

Таким образом, опираясь на теорию жизненных циклов организации, в совокупности с внешними условиями функционирования предприятия можно выстроить план по стратегическому развитию организации, организовать диагностику организации, провести ряд проектов организационных изменений на предприятии, а главное предвидеть угрозы и наметить план по преодолению кризисных ситуаций.

Список литературы

1. И. Адизес. Управление жизненным циклом корпораций // Манн, Иванов, Фербер. 2019. С. 34-191.
2. Базаров Р.Т., Синетова Р.Г., Басырова Э.И., Тишкина Т.В. Влияние антикризисного управления предприятием на экономику РФ в современных условиях // Фундаментальные исследования. (10, часть 2). 2017. С. 301-305.
3. Алферов В.Н., Кован С.Е., Березин К.А., Плаксин С.Ю. Трансформация антикризисного управления в современных экономических условиях. // Инфра-М. 2018.
4. Бурнакин М.Н. Сущность и принципы управленческой культуры менеджера // Обзор педагогических исследований. 2019. Том 1. №1. С. 12 – 18.
5. Казакова Т.В. Жизненные циклы в управлении предприятием // Russian Economic Bulletin. 2019. Том 2. № 6. С. 184 – 190.
6. Сергеева М.Г. К вопросу о формировании управленческой культуры менеджера в сфере образования // Обзор педагогических исследований. 2019. Том 1. №1. С. 26 – 33.
7. Гинис Л.А., Давыденко О.В. Развитие метамоделей информационно-управляющих систем сложных объектов с учетом когнитивного подхода // Russian Economic Bulletin. 2019. Том 2. № 6. С. 166 – 171.

Социальный рекрутмент как эффективный инструмент подбора персонала
Social recruitment as an effective recruitment tool



УДК 331

DOI 10.24411/2413-046X-2020-10492

Агеев Максим Николаевич,

Институт инженерной экономики и гуманитарных наук Московского авиационного института (национального исследовательского университета), г. Москва

Семина Анастасия Павловна,

ассистент кафедры «Управление персоналом», Институт инженерной экономики и гуманитарных наук Московского авиационного института (национального исследовательского университета), г. Москва

Ageev Maxim N.,

Institute Moscow Aviation Institute (National Research University), Moscow

Semina Anastasiya P.,

Assistant Chair 512 «Human resource management» Engineering and Economics Institute Moscow Aviation Institute (National Research University), Moscow

Аннотация. В статье рассмотрена актуальная тема – роль социального рекрутмента для эффективного подбора персонала. Выявлены особенности, преимущества и недостатки данного метода. Также в статье осуществляется анализ и сравнение использования механизмов рекрутмента в различных социальных сетях.

Summary. The article deals with a topical topic-the role of social recruitment for effective recruitment. The features, advantages and disadvantages of this method are revealed. The article also analyzes and compares the use of recruitment mechanisms in various social networks.

Ключевые слова: социальный рекрутмент, подбор персонала, рекрутмент, рекрутер, размещение объявлений, вакансия, SMM, маркетинг в социальных сетях

Keywords: social recruitment, recruitment, recruitment, recruiter, placement of ads, job, SMM, marketing in social networks

Одной из самых сложных задач для руководителя является качественный подбор персонала компании. Социальный рекрутинг – поиск персонала в социальных сетях. В последнее время данный способ занимает больше времени, чем остальные способы подбора. Во-первых, это современно в век цифровизации. Во-вторых, сложно представить человека, который проведен сегодняшний день без использования телефона или онлайн-сервисов. В-третьих, вы можете узнать о кандидате заочно и понять его интересы и увлечения. Это даст вам возможность персонализировать общение, а не отвечать в формате «ваш звонок очень важен для нас». В-четвертых, это максимально удобно, так как вы можете отвечать на заявки, вопросы и просто сообщения в любом месте, где бы вы не находились.

У каждой организации есть своя цель: получение прибыли у коммерческих организаций или удовлетворение нематериальных и духовных потребностей у некоммерческих, но в любом случае результат деятельности зависит только от персонала, который работает в данной организации.

Рекрутмент (подбор и отбор персонала) – совокупность мероприятий для привлечения кандидатов, которые обладают необходимыми качествами, опытом, квалификацией, базой теоретических знаний для достижения поставленных целей организации.

Есть два варианта социального поиска кандидата:

1. Активный – когда вы лично пишете о наличии должности и заинтересованности в кандидате. То есть вы находите вакансии и общаетесь с людьми, чтобы закрыть конкретную позицию.
2. Пассивный – когда размещаете вакансию, а соискатель сам вас находит. Так же пассивный рекрутмент повышает лояльность к HR-бренду и узнаваемость, так как вы не настойчивы и просто «предлагаете себя» на рынке вакансий.

Однако просто размещать вакансию или писать об этом соискателю – недостаточно. Профессиональный рекрутер должен быть и копирайтером и SMM-щиком. Потому что 79% кандидатов ищут работу в социальных сетях. Необходимо изначально определить вашу целевую аудиторию. Целевая аудитория – люди, которые конкретно заинтересованы в информации.

Существует Digital-стратегия, которая позволяет ответить на 5 вопросов для упрощения процедуры определения целевой аудитории:

1. Зачем? Определите цель ваших действий
2. Кто? Определите основную аудиторию, кому это будет интересно
3. Где? Выбрать каналы распространения информации

4. Как? Выбрать формат предоставления информации
5. Что? Сообщение на основе ценностного предложения сотруднику

Какие основные преимущества социального рекрутмента?

1. Удобство – некорректно будет отрицать, что воспользоваться гаджетом, разместить вакансию и далее отвечать на сообщение и всячески контактировать с соискателем в несколько раз проще и удобнее, чем подать заявление в газете, снимать помещение в аренду для собеседования, ехать в другой конец города, чтобы просто узнать черты характера и минимальную информацию о кандидате.
2. Доступность – для подбора персонала и поиска вакансий достаточно иметь смартфон, у которого есть выход в интернет, на сегодняшний день интернет есть у 90% телефонов, представленных на рынке, 85% планшетов и 95% ноутбуков.
3. Мобильность – летите на самолете, отдыхаете на пляже, играете в боулинг или проводите встречу не имеет значения, потому что в любой свободный момент вы можете совершить любое из действий, описанных ранее (1,2 п.)
4. Цена – нельзя однозначно сказать, что это дешевле, так как все зависит от целей, которые вы преследуете и соответственно от масштабности проекта, который хотите запустить. Важно определить роли в процессе и настроить его так, чтобы вы точно понимали, чего вы хотите и как правильно достичь эти цели.
5. Скорость – вы можете даже не размещать вакансию на сайтах по рекрутменту, а просто написать на своей личной странице в Facebook о том, что вам необходим сотрудник и вероятность того, что будет положительный отклик точно есть. Поэтому, как было сказано ранее, рекрутер должен быть отчасти маркетологом и понимать социальные медиа (как они устроены, где эффективнее написать и о какой вакансии)

Недостаточно просто разместить вакансию, следует сначала привести страницу в порядок и создать образ вашей компании. Можно расписать внутренние процессы в компании, как работает кухня изнутри.

SMM (Social Media Marketing) — маркетинг в социальных сетях. SMM — процесс с помощью которого происходит привлечение внимания через социальные сети, веб-сайты и другие онлайн сервисы. В последнее время с помощью маркетинга в социальных сетях возможно создавать гораздо больший трафик потока заявок, резюме и соответственно увеличивать выбор кандидатов, и как следствие увеличить процент сходства вакансии с резюме. SMM – это метрика. Метрика предоставляет возможность в любое время и в любом месте отследить эффективность ваших действий: охват, посещения, количество возвратов на страницу, количество заинтересованных людей, город и проч.

Объявление должно содержать:

1. Краткое описание компании
2. Требования, выдвигаемые к будущему сотруднику
3. Обязанности на конкретной должности
4. Условия работы

В таблице 1 представлены техники собеседования и оценки кандидатов

Таблица 1

Техники собеседования и оценки кандидатов	
Название техники	Краткое описание
Структурированное собеседование	Задаются стандартные вопросы: образование, почему уволились с прошлого места работы и так далее, данная методика служит для получения от кандидата наиболее фундаментальных знаний о нем
Стрессовое интервью	Является одним из самых сложных методов, происходит оценка в условиях напряжения для кандидата, оценивается степень взаимодействия (адекватности) при общении с руководителем
Кейс-интервью, профессиональное испытание	Кандидату необходимо справиться с конкретной поставленной задачей, после выполнения задачи – результат оценивается экспертами (чаще всего это руководитель отдела и специалист по подбору персонала)
Групповое собеседование	Более стрессовая техника, чем структурированная из-за наличия большого количества незнакомых людей, при таком методе определяется поведение кандидата в напряженной обстановке при сравнении с «конкурентами»

Весь процесс закрытия вакансии для рекрутера выглядит следующим образом:

1. Открытие новой вакантной должности (освобождении или появление новой в штатном расписании)
2. Принятие заявки от руководителя отдела, личная беседа с ним и анализ заявки

3. Установление определенного функционала для конкретной должности
4. Поиск сотрудника внутри компании для экономии денежных средств компании и для того, чтобы избежать потерь времени на базовое обучение и введение в курс дела.
5. Если в данной организации отсутствует такой кандидат – осуществлять поиск в институтах, компаниях-конкурентах и конечно, на рынке труда.
6. Использование личных контактов так же не запрещено, и набрать по телефону старому знакомому или бывшему сотруднику – поощряется.
7. Если в резервной базе и среди друзей и знакомых не нашлось необходимого варианта, то в зависимости от эффективности метода и конкретного рабочего места размещается вакансия
8. Размещаются объявления в СМИ, интернете, кадровых агентствах
9. Ведется поиск среди выпускников ВУЗов, студентов старших курсов
10. Проверка наличия у кандидата необходимых документов
11. Телефонное интервью
12. Первичное собеседование с кандидатом
13. Собеседование с руководителем отдела
14. Проверка дополнительных данных о кандидате (предыдущие места работы, социальные сети)
15. Утверждение кандидатуры
16. Оформление документов
17. Закрытие вакансии

После прохождения всей процедуры подбора и отбора персонала возможно три исхода:

1. Кандидат подходит организации – оформление
2. Кандидат не подходит организации – отклонение кандидата
3. Рекрутер не знает подходит кандидат или нет – отправление резюме в резерв

Разберем наиболее популярные социальные сети для подбора персонала.

Facebook — крупнейшая социальная сеть в мире и одноимённая компания, владеющая ею. Была основана 4 февраля 2004 года Марком Цукербергом и его соседями по комнате во время обучения в Гарвардском университете. Является основным колоссально ключевым и важным источником информации в мире, возраст целевой аудитории в данной социальной сети 25-34 и 35-44, то есть специалисты с опытом работы 5-18 лет. Способы продвижения на Facebook совершенно разнятся друг от друга:

- Поиск с помощью личной страницы

- Поиск с помощью с корпоративной страницы компании
- Активный поиск
- Отдельный раздел «Вакансия»
- Профильная группы
- Таргетированная реклама
- Бизнес-страница с дополненными материалам про бренд работодателя

Facebook не любит кликбейтные вакансии и заголовки, ровно как и заимствованный контент. Поэтому социальная сеть сделана точно для людей, но не для брендов, значит придется постараться, чтобы обратить людей и привлечь их внимание именно на вашей странице. Есть вы будете ненавязчиво, но при этом регулярно постить информацию – facebook будет сам продвигать ваши публикации в «интересное» для людей. При этом facebook положительно относится к поиску кандидатов через facebook messenger.

Через Timeline вы можете описать историю вашей компании и через раздел «информация» добавлять важные изменения в развитии вашего бизнеса, например, об открытии нового офиса или смене директора управления персонала. Лучше всего совершать публикации с 12 до 15 в будние дни, так как в данное время аудитория более предрасположена к поиску вакансий. Что в facebook, что в других социальных сетях видео-контент является самым эффективным методом привлечения внимания. Примеры компаний, которые с помощью Facebook принимают на работу большее количество сотрудников: Ростелеком, Loreal, Disney, Chulakov, Леруа Мерлен

У каждой страницы в «Facebook» есть свой ID, который необходим при поиске вашей страницы. С помощью него вы можете находить практически всю информацию, которая вам необходима

Преимущества «Facebook» при поиске работы:

- Ваш личный имидж, получение более полной информации о вашей личности, повышение репутации как о кандидате
- Получение информации о ваших интересах, рабочих результатах и личностных достижениях

Недостатки «Facebook» для соискателя:

- Отказ в случае публикациях на вашей странице неподобающих фотографий и реплик
- У компании отсутствует выход к «Facebook»

Instagram – приложение для обмена фотографиями и видеозаписями с элементами социальной сети, позволяющее снимать фотографии и видео, применять к ним фильтры, а также распространять их через свой сервис и ряд других социальных сетей. Россия

занимает 1 место в Европе по количеству активных и заинтересованных пользователей в Instagram, при 76% аудитории преимущественно женского пола. Каждый день по статистике пользователь проводит регулярно около 30 минут в Instagram. Вам и необходимо воспользоваться этими 30 минутами, чтобы привлечь максимальное количество аудитории. Способы продвижения вакансии через Instagram:

- Публичный профиль компании
- Личная страница
- Бизнес-профиль

Чтобы наиболее эффективно вести профиль в Instagram следует регулярно публиковать новости и информацию о компании и вакансиях. Сервисы данной социальной сети устроены таким образом, что, если человек заинтересован в ваших постах – они будут рекомендоваться его друзьям и ему с наиболее частой скоростью. Это идеальный инструмент, чтобы публиковать фотографии офиса, рабочих будней, команды или персонал, потому что Instagram изначально был построен как медиа-сеть с красивыми изображениями, только потом появились временные истории и видеозаписи. Необходимо также пользоваться продвижением с помощью раздела «Реклама» и покупки (или бартерная реклама) рекламы у других профилей, чтобы захватить наиболее большую сферу людей. Самый эффективный после видео поста способ – фотография + текст с описанием. Не так давно стало популярным оформлять профиль страницы в едином дизайнерском стиле.

Примеры успешных компаний, которые ищут персонал через Instagram: Adidas, Тинькофф, Pepsi Co, Perfetti Van Melle

В Stories можно публиковать информацию с помощью фотографий о новых вакансиях, новостей дня, проведении мастер-классов, коротких интервью и о проведении праздников в компании.

В использовании Instagram для привлечения новых сотрудников конечно есть недостатки, один из наиболее важных – ухудшения вашего имиджа компании, так как 70% заходят в сеть для публикации личных фотографий и просмотров интересного контента, поэтому следует учитывать, что ваши публикации должны быть в первую очередь – ненавязчивыми.

LinkedIn – социальная сеть для поиска и установления деловых контактов. В LinkedIn зарегистрировано более 500 млн пользователей, представляющих 150 отраслей бизнеса из 200 стран. В данном способе вы можете найти конкретного человека через строку «Поиск», ввести его фамилию, имя и отчество и написать ему в личных сообщениях. Для

более обширного поиска – вы можете создать страницу компании, написать в группе или зайти на страницу необходимого ВУЗа. В целом чем прекрасен linkedin – вы можете настраивать огромное количество параметров, вплоть до того, какую школу заканчивал кандидат.

ВКонтакте (VK) — это результативный, профессиональный инструмент. Как показывает практика, эффективнее будет, если рекрутер создаст несколько объявлений для разных аудиторий, с разными связками и подходами.

Положительные стороны использования «ВКонтакте» для подбора и отбора персонала:

- Составление образа и картины о кандидате
- Получение информации о хобби и увлечениях кандидата
- Если умеющий человек будет заниматься настройкой целевой аудитории – минимальные затраты на поиск человека
- Возможность описания вакансии в виде страницы компании, видеоблога
- Огромный охват уникальных пользователей
- Повышение узнаваемости и репутации бренда [8]

Отрицательные стороны использования «ВКонтакте» для подбора и отбора персонала:

- Бесцельная таргетированная реклама — огромные затраты на продвижение
- Сложность поиска некоторых категорий людей из-за отсутствия их на сайте «VK» (лица пожилого возраста, например)
- Появление ненависти и негативных отзывов от конкурентов
- Недоверие от пользователей

Процедуру поиска персонала можно представить на следующем рисунке № 1.

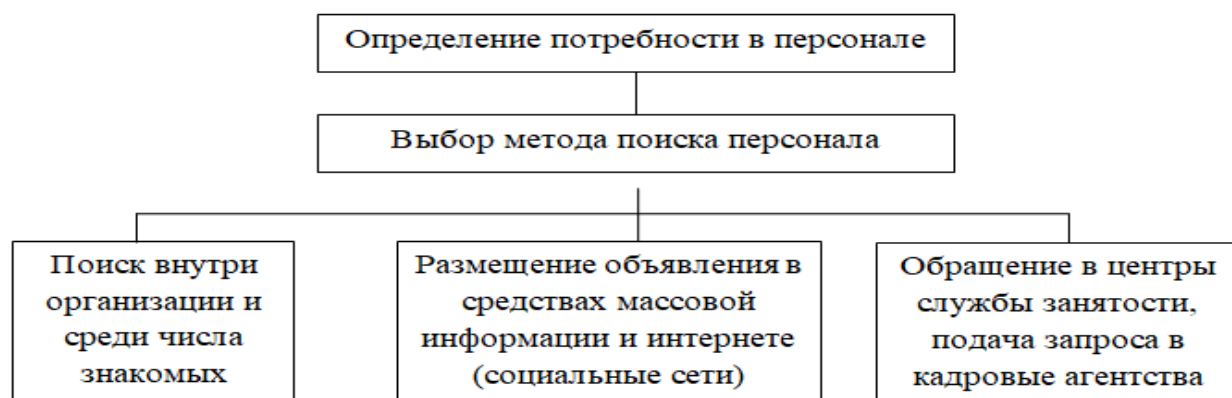


Рисунок 1. Процедура поиска персонала

Подбор и отбор персонала – один из самых важных и самых сложных процессов в организации, от персонала зависит ваша дальнейшая судьба, прибыль и имидж компании.

Как было сказано ранее, на сегодняшний день огромной популярностью пользуется интернет пространство, социальные сети и взаимодействие людей в виртуальном мире. Поэтому постепенно процесс подбора и отбора происходит тоже здесь, тоже по этим правилам. Случаются ситуации, когда вакансии закрываются по Skype или даже по WhatsApp, четкий тому пример – работы, не требующие высшего или специального образования: раздача листовок, уборка территории, доставка и курьерские услуги.

Необходимо постоянно совершенствоваться, развивать свою компанию, себя, свои качества. Развивается интернет – развивайся и ты, зачем лишний раз ехать на собеседование, если понятно по твоим увлечениям, что эта работа не для тебя.

SMM — эти три буквы подразумевают собой маркетинг в социальных сетях (Social Media Marketing). Практически каждый второй человек проводит огромное количество людей проводит в социальной сети и имеет доступ к интернету, так как это очень удобная площадка для донесения информации. Социальные сети предназначены для коммуникации между людьми и организацией их взаимоотношений.

По проведенному исследованию компании «Альфа-Банк» было выявлено, что в социальных сетях имеется следующая аудитория:

- ВКонтакте посещают в основном лица от 18 до 34 лет – 62,7 %, и лица до 18 лет – 17,9%
- Facebook — лица от 25 до 34 лет – 37%, от 35 до 44 – 30,6% и посетители возраста от 45 до 54 лет – 14,9%
- В одноклассниках наиболее активное посещение оказывается от возрастной категории 25 – 34 года – 34,8%, и 18 – 24 – 23,7%.
- Instagram – аудитория слишком размыта

Благодаря социальным сетям обучающие центры могут получить часть информации о школьнике или студенте из его профиля в социальной сети, его интересах и хобби. Профессиональная ориентация содействует рациональному распределению трудовых ресурсов общества в соответствии с интересами, склонностями, возможностями личности и потребностями народного хозяйства в кадрах определенных профессий.

Социальные медиа помогают компаниям:

- находить кандидатов и общаться с ними, чтобы закрывать конкретные позиции, — активный рекрутмент;
- привлекать кандидатов и работать над лояльностью к HR-бренду и узнаваемостью — пассивный рекрутмент;
- работать над внутренним брендом работодателя, повышать вовлеченность команды.

Список литературы

1. Агеев М.Н., Семина А.П. Использование технологии SMM в подборе и отборе персонала // Московский экономический журнал. — 2019. — №1.
2. Тихонов А.И., Федотова М.А., Силантьева Е.А. Основы организации труда на предприятиях аэрокосмической отрасли. Учебное пособие / Москва, 2017. — 120 с.
3. Семина А.П., Федотова М.А., Тихонов А.И. Обучение персонала в современных компаниях: проблемы и новые направления // Московский экономический журнал. 2016. № 3. С. 33.
4. Агеев М.Н., Семина А.П. Использование технологии SMM в профессиональной ориентации // тезисная публикация к АИК // Москва, 2019.
5. Семина А.П., Коновалова В.Г. Организационная культура партнерских организаций // Реформы в России и проблемы управления. — М.: Государственный университет управления, 2018. — С. 213-215.
6. Тихонов, А. И. Современное инженерно-управленческое образование: состояние и перспективы/А. И. Тихонов, В. М. Краев, Д. В. Кайсин//Экономика. Менеджмент. Человек. -2017. -№1. -С. 54-62.
7. Федотова М.А., Тихонов А.И., Новиков С.В. Оценка эффективности управления персоналом на предприятиях авиастроения // СТИН. 2017. № 12. С. 6-8.
8. Тихонов А.И., Федотова М.А., Силантьева Е.А. Основы организации труда на предприятиях аэрокосмической отрасли // Учебное пособие / Москва, 2017.
9. Семина А.П., Федотова М.А., Тихонов А.И. Обучение персонала в современных компаниях: проблемы и новые направления. Московский экономический журнал. 2016. № 3. С. 33

**Основные тенденции и закономерности развития организации производства на
предприятиях отрасли**
**Main tendencies and regulations of development of the organization of production at the
enterprises of the industry**



УДК 338

DOI 10.24411/2413-046X-2020-10494

Романовская Елена Вадимовна,

кандидат экономических наук, доцент, Нижегородский государственный педагогический университет имени Козьмы Минина, г. Нижний Новгород

Козлова Елена Павловна,

кандидат экономических наук, ст. преподаватель, Нижегородский государственный педагогический университет имени Козьмы Минина, г. Нижний Новгород

Бакулина Наталья Александровна,

Нижегородский государственный педагогический университет имени Козьмы Минина, г. Нижний Новгород

Гнездин Андрей Владимирович,

Нижегородский государственный педагогический университет имени Козьмы Минина, г. Нижний Новгород

Romanovskaya E.V.,

romanovskaya_ev@mininuniver.ru

Kozlova E.P.,

elka-a89@mail.ru

Bakulina N.A.,

bakulinana@st.mininuniver.ru

Gnezdin A.V.,

kerz131313@gmail.com

Аннотация. Всестороннее развитие РФ, а именно эволюционные преобразования в экономической и социальной сфере, предполагает рост народного хозяйства и выбор

принципиально свежего научно-технического и организационно-экономического уровня, перевод его на путь интенсивного развития. Основой интенсификации производства наряду, с научно-техническим прогрессом, активным внедрением наиболее эффективных форм и методов управления, является развитие и усовершенствование организации производства. Именно это позволит всецело использовать существующий потенциал производства, а также в огромной мере будет содействовать динамизации на предприятиях отрасли.

Summary. The comprehensive development of the Russian Federation, namely evolutionary transformations in the economic and social sphere, presupposes the growth of the national economy and the selection of a fundamentally fresh scientific, technical and organizational-economic level, its transfer to the path of intensive development. The basis for the intensification of production along with scientific and technological progress, the active introduction of the most effective forms and methods of management, is the development and improvement of the organization of production. It is this that will make it possible to fully utilize the existing production potential, and will also greatly contribute to dynamization at the enterprises of the industry.

Ключевые слова: предприятие, закономерности производства, тенденции развития.

Keywords: enterprise, patterns of production, development trends.

Актуальность данной темы заключается в том, что в настоящее время Россия находится на пути активного усовершенствования организации производства.

Целью данной статьи является всецелое рассмотрение тенденций и закономерностей развития организации производства. Чтобы достичь поставленной цели необходимо выполнить следующие задачи: изучить сущность организации производства; проследить тенденции развития организации производства; выделить законы и закономерности развития организации производства; сделать выводы о различных видах движения предметов труда и определить предпочтительный вид.

Объектом статьи является организация производства.

Предметом выступает процесс изучения развития организации производства с помощью выделения тенденций и закономерностей его развития.

Все компании являются в какой-то части такой системой, которая включает в себя множество элементов, которые нужны для достижения общих целей: вещественных, кадровых, информационных, финансовых, энергетических и других ресурсов, обеспечивающих выпуск соответствующей продукции или реализацию услуг. Существуют такие системы за счет наличия спроса на товар или услугу компании.

Основой являются сами производственные процессы, для которых нужны орудия труда, наемная сила и т.д.

Организация производства – определенным образом скоординированная и упорядоченная в пространственно – временном аспекте система коммуникации ключевых элементов процесса производства, а именно, предметов труда и людей. Она затрагивает абсолютно все части производства: от рабочего места, участка, цеха до группы предприятий существующих отраслей производственной сферы, которых в настоящее время огромное количество. Современность определяется потребностями человека в качественных продуктах и услугах в условиях современного общества.

Во времена глобальных экономических преобразований возникает необходимость в значимых коррективах организации производства. Это должно прослеживаться во всей целостной системе процесса производства, затрагивая абсолютно каждую его составляющую. Прогрессивные изменения, несомненно, в ближайшее время приносят плоды, и для предприятий открываются возможности дальнейших улучшений. Значительным важным составляющим данного процесса является актуализация основных тенденций во всей совокупности функционирования производства. Налаживание процесса положительных изменений позволит предприятиям выходить на более масштабный уровень производства, а также занимать высочайшее положение в современных условиях экономики [8].

Взаимосвязь основных тенденций развития организации производства приведет предприятия к нужным результатам.

В настоящее время можно выделить следующие тенденции организации производства: наращивание стремительных темпов развития производства; обеспечение гибкости производства; непрерывность производства; налаживание процесса автоматизации; использование новшеств и передовых технологий; обеспечение конкурентоспособности на современном экономическом рынке; рациональное использование материалов производственного процесса на всех стадиях создания продукта; создание бережливого производства; попытки внедрения новых продуктов; дисциплина, инициативность и активность персонала. На основе анализа современных информационных источников можно выделить следующие направления развития организации производства (рисунок 1).

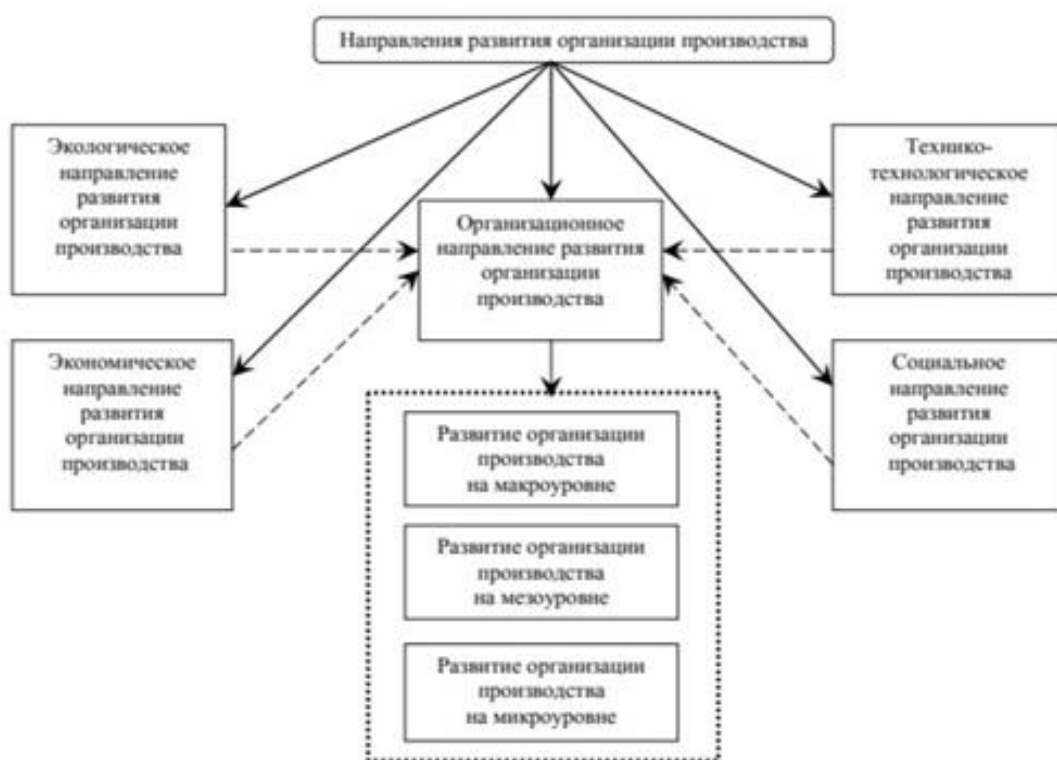


Рисунок 1 – Направлений развития организации производства

По каждому из направлений развития организации производства, присущих современному этапу технико-экономического развития, следует определить ряд тенденций, характерных для предприятий России и других стран.

Таким образом, анализ информационных источников на предмет выявления современных тенденций развития организации производства следует проводить по следующей схеме (рисунок 1).

В современных условиях существования предприятий необходимо придерживаться актуальной формулы организации производства (рисунок 2). Каждая её составляющая используется в комплексе, вовсе невозможно устранение хотя бы одной составляющей. Данная концепция позволяет организациям встать на передовой уровень организации производства.

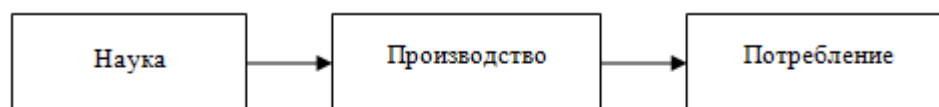


Рисунок 2 – Формула организации производства

Комплексное использование данных тенденций, а также их непрерывное продвижение по пути прогресса можно считать современными задачами налаживания организации производственного процесса. Данная направленность позволит предприятиям различных

видов отраслей занять своё действующее положение в рамках современного общества. Приоритетом должно выступать непрерывное развитие организации производства и обеспечение его эффективности [5].

Закономерности организации производства можно выделить следующие:

1. Продуманное целеполагание и гармоничное производство в соответствии с ними.
2. Гармоничность в использовании методов и форм организации производства в соответствии с его материально – технической составляющей.
3. Целесообразность организации производственного процесса существующим условиям на производстве и др.

Во времена развитой экономики требования к организации производства с каждым днем претерпевают обновления.

Организация производства должна придерживаться определенному перечню показателей: эластичность; гибкость; минимальность затрат; ориентир на потребителя; использование всех видов ресурсов предприятия; повышенное качество продукции.

Данные показатели могут использоваться в совокупности. Это приведет к эффективной организации производства.

На современном предприятии, в условиях комплексной механизации и автоматизации технические средства производства и производственные процессы все больше интегрируются. Создаются системы, автоматически выполняющие не только основные технологические, но и транспортные, складские, контрольные операции. На основе внедрения систем автоматизированного проектирования и автоматизации управления появляются единые системы подготовки производства и изготовления продукции. Интегрируются основные производственные процессы, процессы технического обслуживания и материального обеспечения. Все эти изменения обуславливают комплексный характер проблем организации производства. Основу автоматизации производства и управления составляет их достоверное и актуальное информационное обеспечение, которое также должно удовлетворять условиям комплексной организации и использования информации о производственных процессах [9].

Использование вышеназванных тенденций, законов и закономерностей организации процессов производства дает возможность планировать и поддерживать ритмичную работу всех производственных подразделений предприятия, т.е. работу в форме рациональной организации производственных процессов, при которой процессы изготовления отдельных деталей, комплектов деталей и выполнения отдельных заказов программы сочетаются по заранее определенному плану. Это сочетание и обеспечивает

ритмичную работу как непрерывное возобновление всего производственного процесса одновременно (параллельно) во всех производственных подразделениях и на каждом рабочем месте в строгом соответствии с плановой пропорциональностью, технологической прямооточностью и экономически обоснованной надежностью выпуска изделий в установленные сроки и надлежащего качества [4].

Организация и поддержание ритмичной работы каждого предприятия и его производственных подразделений позволяет устранить потери ресурсов, рабочего времени персонала, увеличению производительности труда. Организация и поддержание бесперебойной работы каждого предприятия обеспечивает ему конкурентные преимущества: преимущество по минимальности затрат, гарантированное время доставки заказов, индивидуализацию изделий по требованиям заказчиков, гибкое регулирование объема производства, расширение сервисных услуг и ряд других преимуществ.

Список литературы

1. Kuznetsova S.N., Garina E.P., Kuznetsov V.P., Romanovskaya E.V., Andryashina N.S. Industrial parks formation as a tool for development of long-range manufacturing sectors. *Journal of Applied Economic Sciences*. 2017. Т. 12. № 2 (48).С. 391-401.
2. Агарков, А.П. Теория организации. Организация производства: Интегрированное: Учебное пособие для бакалавров / А.П. Агарков, Р.С. Голов, А.М. Голиков. – М.: Дашков и К, 2015. — 272 с.
3. Андрияшина Н.С., Кузнецов В.П. Особенности создания нового продукта на предприятиях машиностроения: монография / ФГБОУ ВПО «КубГТУ»-Краснодар: Изд-во: ФГБОУ ВПО «КубГТУ», 2016 , с.134.
4. Белова, Т.А. Технология и организация производства продукции и услуг / Т.А. Белова, В.Н. Данилин. — М.: КноРус, 2013. – 238 с.
5. Бухалков, М.И. Организация производства и управление предприятием: Учебник / М.И. Бухалков. — М.: ИНФРА-М, 2013. — 506 с.
6. Герасина, О.Н. Организация производства и менеджмент / О.Н. Герасина, Т.В. Дедешко, В.А. Зайцев и др. — М.: МГИУ, 2010. — 204 с.
7. Горюшкин, А.А. Организация производства: Учебное пособие / Н.И. Новицкий, А.А. Горюшкин; Под ред. Н.И. Новицкий. — М.: КноРус, 2013. — 350 с.
8. Радиевский, М.В. Организация производства: инновационная стратегия устойчивого развития предприятия: Учебник / М.В. Радиевский. – М.: ИНФРА-М, 2013. — 377 с.

9. Смирнова Ж.В., Кочнова К.А. Обучение сотрудников сервисных предприятий с использованием информационных технологий // Вестник Мининского университета. 2019. Т. 7. № 1 (26). С. 5.
10. Чурбанова Е.С. Особенности формирования стратегии развития промышленных предприятий [Текст]: монография / Е.С. Чурбанова, В.П. Кузнецов; Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Нижегородский государственный педагогический университет им. Козьмы Минина». — Нижний Новгород: Якушов Ю. И., 2017. – 111 с.

Цифровая трансформация управленческих задач по решению ресурсных проблем
Digital transformation of management tasks to solve resource problems



УДК 338.001.36

DOI 10.24411/2413-046X-2020-10495

Суходоева Людмила Федоровна,

кандидат экономических наук, доцент, Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского, г. Нижний Новгород

Немова Ольга Алексеевна,

кандидат социологических наук, доцент, Нижегородский государственный педагогический университет имени Козьмы Минина, г. Нижний Новгород

Сидоров Андрей Николаевич,

Нижегородский государственный педагогический университет имени Козьмы Минина, г. Нижний Новгород

Sukhodoeva L.F.,

kommercia@bk.ru

Nemova, O.A.,

nhl_@list.ru

Sidorov A.N.,

sidorovan@std.mininuniver.ru

Аннотация. Актуальность выбранной темы научной статьи обусловлена недостаточным уровнем исследования качественных и количественных характеристик использования ресурсного потенциала регионами. В научной статье рассмотрены вопросы, касающиеся оптимизации ресурсного потенциала региона, функций региональных менеджеров по управлению ресурсами в Администрации регионов, факторы оптимального использования ресурсов.

Цель работы — разработать оптимальные коэффициенты для проведения анализа использования ресурсов согласно плану, ритмичности и сезонности поставок ресурсов, себестоимости использования ресурсов предприятиями региона.

Summary. The relevance of the chosen topic of the scientific article is due to the insufficient level of research on the qualitative and quantitative characteristics of the use of resource potential by regions. The scientific article deals with issues related to optimizing the resource potential of the region, the functions of regional resource managers in the regional Administration, and factors for optimal use of resources.

The purpose of the work is to develop optimal coefficients for analyzing resource use according to the plan, the rhythm and seasonality of resource supplies, and the cost of resource use by enterprises in the region.

Ключевые слова: ресурсный потенциал, региональный менеджер, взаимодействия бизнес-субъектов и региональных менеджеров, факторы использования ресурсов, цифровизация экономики.

Keywords: resource potential, regional Manager, interaction of business entities and regional managers, factors of resource use, digitalization of the economy.

Ресурсный потенциал региона – это кругооборот ресурсов по структуре отраслей экономики, назначение которых определяется доходностью от продажи произведенных товаров и услуг. Производство продукции предусматривает создание промышленной и непромышленной продукции. Альтернатива предоставляемых услуг региона развивалась в таких сферах как туризм, общественное питание и социальный сервис. Что касается других сфер, таких как физкультура и спорт, развитие осуществлялось на основе строительства физкультурно-оздоровительных комплексов и новых спортивных площадок.

Цифровизация экономики преследует цель обеспечения ресурсной независимости территорий и отдельных предприятий [10]. Кроме этого предусматривается ускорение технологического развития отраслей и обеспечение конкурентоспособности создаваемого ими товара. Все это требует квалификации и профессионализма работы региональных менеджеров по управлению ресурсным потенциалом [3]. Возникает необходимость в оптимизации использования ресурсов, своеобразности их применения, нахождения источников формирования ресурсного потенциала и использовании цифровых технологий в управлении ресурсами, что определяет актуальность данного исследования. Ответственность региональных менеджеров возрастает в связи с необходимостью ускорения реализации федеральных и региональных программ развития. Чаще всего региональные менеджеры становятся советниками губернатора при решении ресурсных проблем региона. На практике они играют роль не только советника, но и ответственного исполнителя по реализации принятых решений. Здесь основным становится учет расхода

ресурсов, их распределения и оптимизация использования при выполнении задач, прописанных в различных видах программных документах.

Материалы и методы

Знание методов решения ресурсных проблем, основанных на комплексном использовании теории и практики анализа и синтеза процессов использования ресурсного потенциала, логического мышления, интуиции, математических методов и цифровых технологий, позволяет руководителю полнее, быстрее и объективнее оценивать проблемную ситуацию, формировать допустимые размеры ресурсов и определять возможные последствия их реализации. Вероятность увеличения риска от неправильного использования ресурсов при этом существенно уменьшается. При цифровой трансформации процессов использования ресурсов особое место отводится коммерческим потерям. В идеальном случае коммерческие потери, должны быть равны нулю. Однако, в реальных условиях использования ресурсов, их отпуск и технические потери определяются с некоторыми погрешностями. Разности этих погрешностей фактически и являются структурными составляющими коммерческих потерь и создают проблемы по нехватке ресурсов. Они должны быть по возможности сведены к минимуму за счет выполнения соответствующих мероприятий [8].

Исключить нежелательные ресурсные проблемы можно только используя цифровые технологии и опираясь на оценку эффективности использования конкретного вида ресурса. Необходимы специальные программные продукты, позволяющие на основе оценки уровня возможного использования ресурсов для желающих начать бизнес, определять необходимые направления оптимизации потребления ресурсов (наработка компетенций в той или иной области предпринимательской деятельности) и внедрение специальных ресурсосберегающих технологий. Достаточно объемный перечень нормативно-правовых актов отражает направленные действия государственной поддержки развития бизнеса, в рамках национальных и федеральных проектов, однако в рамках закона не указываются специальные требования к использованию различных видов ресурсов, особенно это касается наноресурсов[1].

Вопросы качества решений по трансформации управленческих задач по решению ресурсных проблем рассматриваются с позиций соответствия определенным научным требованиям к нормам и правилам использования ресурсов малыми предприятиями в сравнении с крупными предприятиями и организациями. Проведена сравнительная характеристика качества таких управленческих решений за 2017-2018 гг.

Оценка эффективности управленческих решений может рассматриваться по результатам деятельности организаций. Анализ статистических данных показал, что вклад индивидуальных предпринимателей и малых предприятий в формирование валового регионального продукта не велика, что можно объяснить низким уровнем качества принимаемых решений по использованию ресурсов [11].

Приведена сравнительная характеристика управленческого ресурсного потенциала по группам: предпринимателей (что соответствует категории начинающих менеджеров), специалистов и руководителей. Выявлено, что начинающие менеджеры принимают лишь 49,4% эффективных решений по использованию ресурсов и обеспечивающих получение результатов деятельности, дипломированные специалисты – 53,0%, действующие руководители – 62,4%. Результаты исследования могут использоваться в оценке вклада в валовой региональный продукт [9].

Результаты и обсуждения

Факторы, влияющие на деятельность региональных менеджеров по ресурсам, различны и зависят от территориальных особенностей развития. К ним относятся такие факторы, как: внутренняя ресурсная среда, возобновляемость ресурсов, технологический и кадровый потенциал предприятий, конкурентоспособность территории, цифровая среда бизнеса. Структуризация задач, стоящих перед региональным менеджером по ресурсам, производится с учетом рассмотренных факторов и включает: исследование резервного состава региона [6], определение источников необходимых ресурсов, целевое распределение ресурсов, логистическая цифровизация ресурсных потоков, ресурсообеспечение программ развития территории и коммерциализация инновационных ресурсов. Целесообразно использовать традиционные структуры ресурсов, по которым осуществляется учет ресурсной базы.

Для цифровой экономики обязательными являются взаимовыгодная торговля, без задержки движение капитала, уменьшение налоговой базы, свобода совместного развития промышленных предприятий между государствами с целью снижения издержек на труд и природные ресурсы.

Рассмотренная в работе концепция функциональных обязанностей регионального менеджера по управлению ресурсами позволяет определить основные приоритетные задачи, которые он может выполнять. На практике структура этих задач всегда детализируется, т.к. кроме основных задач присущих субъектам региона, необходимо учитывать инновационность и качество ресурсов потребляемых организациями. Возникают специфические задачи, которые необходимо решать не только в рамках

ресурсопотребления отдельного региона, но и отдельного предприятия. Особенно это касается инвестирования инновационных программ развития на различных этапах их реализации. Это касается не только материальных ресурсов, но особенно в современных условиях — технологических по созданию новых видов ресурсов.

Цифровое управление резервным потенциалом региона является долгосрочной и перспективной работой региональных менеджеров. При этом реализация каждого вида ресурса должна производиться с минимальным риском их потерь и оптимальным объемом использования. Здесь важную роль играют цифровые платформы финансирования, использование независимой инвестиционной нагрузки, выбор способов использования цифровых технологий, установление реальных запасов ресурсов территории [13].

Потенциал ресурсов региона складывается из всех видов ресурсов и использования сырья, материалов из недр региона, предусмотренных для реализации бюджетных направлений развития региона. Они имеют свои оценочные показатели. Создание ресурсного потенциала территории региональными менеджерами происходит за счет внутренних резервов, инвестиций, ресурсного рынка и средств из федерального центра. Направления реализации резервов зависят от целевых программ развития территории. Как целевые критерии, так и территориальные индикаторы. Это в совокупности определяет, как экономическую, так и социальную систему взаимодействия бизнес-субъектов и региональных менеджеров.

Развитие цифровой экономики должно предусматривать не только её экономический рост, но и социальное развитие территории. Инфраструктур рыночной экономике представляет собой специфическую подсистему взаимосвязанных институтов, целевой функцией которой является создание общих условий для функционирования экономических субъектов на различных рынках, в том числе рынках цифровых ресурсов [14].

Необходимость существенных изменений в планировании развития региона продиктована также сменой парадигмы государственного регулирования экономики и социальной сферы, которая в настоящее время происходит на федеральном уровне, а именно переходом на поддержку «точек роста», дающих мощный мультипликативный эффект для развития (переход на программный бюджет, грантовую поддержку и так далее) [12].

Заключение

Для стабилизации работы организаций и снижения нестабильности сезонного спроса на ресурсы целесообразно использовать следующие направления деятельности:

- создание гибкости бюджетной стоимости услуг государственных учреждений;
- использование системы скидок на товары коммерческими предприятиями в соответствии с графиком оплаты за ресурсы;
- разработка ассортиментной политики путем диверсификации использования неоднородных ресурсов;
- организация мер, стимулирующих спрос на малоиспользуемые резервы;
- инвестиционные вложения в поиск инновационных ресурсов.

Критерии оптимизации размера ресурсного потенциала региона могут носить двоякий характер. С одной стороны, ресурсообеспечение региона проявляется в гарантии роста объема потребляемых резервов, а другой стороны – в повышении доли инновационных ресурсов и рациональности их потребления организациями региона. Одним из критериев оптимизации объема ресурсного потенциала в регионе является себестоимость потребления каждой единицы инновационных ресурсов организациями. Она выражается в денежной форме затрат на деятельность организаций по добыче, поставке и потреблению ресурсов, для текущей работы в процессе производства, продажи или оказания услуг, а также для проведения операций с денежным капиталом.

Список литературы

1. Концепция долгосрочного социально-экономического развития Российской Федерации на период до 2020 года, утв. Распоряжением Правительства РФ № 1662 р от 17.11.2018 г.
2. Дунаева Н.И., Серебровская Н.Е., Егорова П.А. Проблема сопротивляемости личности трудовым жизненным ситуациям в условиях образовательной среды в российских и зарубежных исследованиях // Вестник Мининского университета. 2019. Том 7 №1 (26).
3. Жильцова Ю.В., Суходоева Л.Ф. Формирование системы оценки инвестиционной и трудовой привлекательности регионов.// [Сегодня и завтра Российской экономики](#). 2011. [№ 46](#). С. 183-185.
4. Ретивина В.В. Трансляция трудовых ценностей и установок в современной семье // Вестник Майкопского государственного технологического университета. 2019. № 1. С. 171-179.
5. Свадьбина Т.В., Ретивина В.В. Профессиональный выбор школьников (по материалам социологического исследования) // Азимут научных исследований: педагогика и психология. 2019. Т. 8. № 2 (27). С. 215-217.

6. Смирнова Ж.В., Кочнова К.А. Обучение сотрудников сервисных предприятий с использованием информационных технологий // Вестник Мининского университета. 2019. Том 7 №1.
7. Суходоев Д.В., Свадьбина Т.В., Суходоева Л.Ф. Современный трудовой ресурсный потенциал//В сборнике: [Промышленное развитие России: проблемы, перспективы](#) сборник статей по материалам XV Международной научно-практической конференции преподавателей, ученых, специалистов, аспирантов, студентов. Нижегородский государственный педагогический университет имени Козьмы Минина. 2017. С. 222-224.
8. Суходоева Л.Ф. Кадровый потенциал предприятия//[Вестник Нижегородского университета им. Н. И. Лобачевского. Серия: Экономика и финансы](#). 2015. № 3. С. 73.
9. Суходоева Л.Ф. Формирование организационного потенциала промышленных предприятий мегаполиса.//Монография / Нижний Новгород, 2012. 491с.
10. Суходоева Л.Ф., Рачинский А.В., Суходоев Д.В. Инвестирование ресурсов в конкурентной среде // [Конкурентоспособность в глобальном мире: экономика, наука, технологии](#). 2017. № 8-1 (55). С. 117-121.
11. Суходоев Д. В., Суходоев Н. Д. Реструктурирование предприятий и развитие бизнеса // [Экономика и предпринимательство](#). 2014. № 6 (47). С. 812-816.
12. Суходоев Д.В., Суходоев Н.Д. Инновационное развитие региона на основе его ресурсного потенциала // В сборнике: Актуальные проблемы современной науки. Сборник статей Международной научно-практической конференции: в 4 частях. Ответственный редактор А. А. Сукиасян. 2013. С. 241-245.
13. Суходоева Л.Ф., Суходоев Д.В. Особенности формирования предпринимательских структур // [Российское предпринимательство](#). 2014. № 14 (260). С. 97-106.
14. Суходоева Л.Ф. Формирование организационного потенциала промышленных предприятий мегаполиса // Монография / Нижний Новгород, 2012.
15. Суходоева Л.Ф. Организационная привлекательность предприятия и ее оценка// Вестник [Ижевского государственного технического университета](#). 2011. № 3. С. 70-73.

Сущность и виды инвестирования

Essence and types of investment



УДК 330.322.01

DOI 10.24411/2413-046X-2020-10496

Смирнова Жанна Венедиктовна,

кандидат педагогических наук, доцент, Нижегородский государственный педагогический университет имени Козьмы Минина, г. Нижний Новгород

Романовская Елена Вадимовна,

кандидат экономических наук, доцент, Нижегородский государственный педагогический университет имени Козьмы Минина, г. Нижний Новгород

Закунова Екатерина Дмитриевна,

Нижегородский государственный педагогический университет имени Козьмы Минина, г. Нижний Новгород

Гнездин Андрей Владимирович,

Нижегородский государственный педагогический университет имени Козьмы Минина, г. Нижний Новгород

Smirnova Zh.V.,

z.v.smirnova@mininuniver.ru

Romanovskaya E.V.,

romanovskaya_ev@mininuniver.ru

Zakunova E.D.,

zakunovaed@st.mininuniver.ru

Gnezdin A.V.,

kerz131313@gmail.com

Аннотация. В статье рассматривается одна из актуальных проблем – эффективное применение инструментов процесса инвестирования. Высокие темпы устойчивого экономического роста, обеспечивающих расширение не только производственной программы, но и финансовых возможностей возможны только при активном и умелом

использовании финансов. Финансы в данном случае выступают инструментом воздействия как на результаты функционирования предприятия, так и на социально-экономические, экологические, демографические, политические и пр. процессы развития общества. В статье приведены конкретные примеры реализации таких мер. Рассмотрены проблемы, которые требуют незамедлительного решения. Обусловлены пути решения поставленных проблем.

Summary. The article deals with one of the most pressing problems – the effective use of investment process tools. High rates of sustainable economic growth that ensure the expansion of not only the production program, but also financial opportunities are possible only with the active and skillful use of Finance. Finance in this case is a tool for influencing both the results of the enterprise's functioning and the socio-economic, environmental, demographic, political, and other processes of society's development. The article provides specific examples of implementation of such measures. Problems that require immediate solutions are considered. The ways to solve the problems are determined.

Ключевые слова: инструменты, регулирование, виды, инвестиции.

Keywords: instruments, regulation, types, investments.

Инвестиции – важнейшая экономическая категория, в общем виде под инвестированием понимается вложение капитала с целью его приращения в будущем. Увеличение капитала, как результат инвестиций, должно быть достаточным, чтобы отказ от потребления вкладываемых в данный период средств был возмещен, риск был покрыт и потери от инфляции будущих периодов были компенсированы. В данном случае такие понятия как «инвестиции» и «вложение капитала» являются тождественными друг другу [1].

Однако существовала другая точка зрения, которая предлагала различать данные категории. Особенностью инвестиций является их производительный характер, то есть под инвестициями подразумевается покупка средств производства. А именно: расходы на строительство производственных объектов, покупку оборудования, включаемого в основной капитал или же расходы на прирост материальных ценностей на предприятии, которые способствуют росту капитала. Вложение капитала же является как покупка средств производства, так и приобретение финансовых активов. Акцент на производительном характере инвестиций является вполне оправданным, поскольку устойчивый экономический рост зависит в первую очередь от размера инвестиций, которые направлены на развитие производства предприятия, модернизацию

производственного процесса и, безусловно, на научно-технические и опытно-конструкторские разработки [2, 7].

Американский экономист Уильям Ф. Шарп еще в середине XX века определяет реальные инвестиции, как инвестиции в какую-либо форму материально осязаемых объектов: оборудование, заводы, земля. А финансовые инвестиции, как контракты, записанные на бумаге, такие как обыкновенные акции и облигации [2].

Действующее законодательство Российской Федерации вносит ясность в понимании инвестирования и определяет инвестиции, как денежные средства, ценные бумаги, иное имущество, вкладываемые в объекты предпринимательской и (или) иной деятельности в целях получения прибыли и (или) достижения иного полезного эффекта [3].

Однако подход, предлагающий различать инвестиции и вложение капитала, является основой главной классификации современной категории «инвестиции», которая подразумевает их деление на реальное и финансовое инвестирование. Реальное инвестирование предполагает вложения в основной капитал предприятия.

Финансовое инвестирование представляет собой покупку некоторой части капитала путем приобретения финансовых активов. Основными финансовыми инструментами, прежде всего, являются ценные бумаги. Инвестор увеличивает свой капитал за счет получения дивидендов, купонных выплат, процентных выплат и иных видов доходов по ценным бумагам. Деятельность в области данного вида инвестирования регулируется Федеральным законом «О рынке ценных бумаг» от 22.04.1996 №39-ФЗ. Также финансовое инвестирование включает вложения в приобретение иностранной валюты, драгоценных металлов, ценных бумаг.

В современных экономических условиях оба вида инвестирования имеют высокую степень распространенности и использования. Развитие финансового инвестирования оказывает положительное влияние на рост реальных инвестиций. В большинстве случаев данные формы являются взаимодополняющими.

Инвестирование (прежде всего капитальные вложения) на макроуровне – основа для роста и развития национальной экономики, увеличения эффективности общественного производства в результате:

- периодического обновления основных фондов предприятий;
- ускорения научно-технического прогресса;
- развития различных отраслей национальной экономики, наращивания экономического потенциала страны [4, 6].

На микроуровне инвестиции для обеспечения финансовой устойчивости предприятия и стабильного получения максимальной прибыли также решают определенные задачи:

- обеспечивают процесс воспроизводства оборотного и основного капитала;
- повышают технологический уровень производственного процесса, в результате внедрения
- новейшей техники и применения более совершенных технологий;
- способствуют росту конкурентоспособности предприятия;
- обеспечивают усовершенствование безопасности производства и качество;
- природоохранных мероприятий;
- позволяют произвести диверсификацию производства [7].

Существуют классификации инвестиций. По характеру участия инвестора в процессе инвестирования различают прямые и непрямые инвестиции. При прямом инвестировании инвестор принимает непосредственное участие в выборе объектов вложения средств. В таком случае инвестор должен обладать точной и достоверной информацией о данных объектах, а также иметь определенную базу знаний в области финансов и инвестирования. При непрямом инвестировании процесс проходит опосредованно, под контролем других лиц, уполномоченных вести инвестиционную деятельность. К данной категории относятся акционерные и паевые инвестиционные фонды, финансовые посредники [5].

По отношению к объекту инвестирования различают внутренние и внешние инвестиции. Внутренние предполагают вложения капитала инвестором в собственные активы, внешние – в активы иных хозяйствующих субъектов.

С точки зрения рассмотрения жизненного цикла предприятия выделяют начальные и экстенсивные инвестиции, а также реинвестиции. Начальные инвестиции связаны непосредственно с созданием предприятия. Экстенсивные используются для расширения деятельности, а реинвестирование направлено на воспроизводство основных фондов предприятия.

По периоду вложения средств выделяют краткосрочное и долгосрочное инвестирование.

По форме собственности инвестиции подразделяются на государственные, частные, иностранные и смешанные.

По принадлежности к отрасли инвестиции классифицируют в аспекте видов экономической деятельности. Это может быть инвестирование в добычу полезных ископаемых, в обрабатывающие производства, сельское хозяйство, строительство, образование, транспорт и др. [3].

В условиях рыночной экономики государство возлагает на себя функцию создания благоприятных условий для ведения инвестиционной деятельности и защиты интересов инвесторов. Фундаментальное значение для регулирования инвестиционного процесса в Российской Федерации имеет законодательная база, которая в данной области представлена, прежде всего, следующими нормативно-правовыми актами:

1. Гражданский кодекс Российской Федерации. Устанавливает перечень юридических лиц, основы их устройства и функционирования, регулирует вопросы строительного подряда, общие положения о ценных бумагах и др.
2. Налоговый кодекс Российской Федерации. Государственные органы влияют на инвестиционную деятельность с помощью дифференцирования налоговых ставок и предоставления налоговых льгот. В качестве примера может служить инвестиционный налоговый кредит, который предоставляется организациям в определенных законом случаях, одним из них является проведение предприятием научно-исследовательских и опытно-конструкторских или технического перевооружения производства. Налоговый кодекс также устанавливает часть основных мероприятий, в отношении которых осуществляются инвестиции (техническое перевооружение, реконструкция и др.). Помимо этого, при инвестировании определяющее влияние на эффективность инвестиционных проектов, а следовательно и на выбор инвестора оказывает система налогообложения и уровень налоговой нагрузки проекта [2].
3. Федеральный закон «Об инвестиционной деятельности в Российской Федерации, осуществляемой в форме капитальных вложений». Регулирует отношения между субъектами инвестиционной деятельности.
4. Федеральный закон «Об иностранных инвестициях в Российской Федерации». Регулирует отношения, связанные с государственными гарантиями прав иностранных инвесторов при осуществлении ими инвестиций на территории Российской Федерации.
5. Федеральный закон «О рынке ценных бумаг».
6. Федеральный закон «Об инвестиционных фондах».

Таким образом, государственное регулирование имеет две формы – прямое и косвенное.

Прямое регулирование подразумевает непосредственное участие государства в инвестиционной деятельности (финансирование инвестиционных проектов).

Косвенное – направлено на создание благоприятных условий для осуществления инвестиционной деятельности: преобразование налоговой системы, защита интересов инвесторов, развитие информационно-аналитических центров,

осуществляющих составление и публикацию рейтингов субъектов инвестирования, установление различных механизмов начисления амортизации.

Список литературы

1. Garina E.P., Kuznetsova S.N., Garin A.P., Romanovskaya E.V., Andryashina N.S., Suchodoeva L.F. Increasing productivity of complex product of mechanic engineering using modern quality management methods // Academy of Strategic Management Journal. 2017. Т. 16. № 4.
2. Kuznetsova S.N., Romanovskaya E.V., Artemyeva M.V., Andryashina N.S., Egorova A.O. Advantages of residents of industrial parks (by the example of AVTOVAZ) //Advances in Intelligent Systems and Computing. 2018. Т. 622. С. 502-509.
3. Груздева М.Л., Смирнова Ж.В., Туkenова Н.И. Применение сервисов сети интернет при обучении технологии // Вестник Мининского университета. 2018. Т. 6. № 1 (22). С. 8.
4. Груздева М.Л., Туkenова Н.И. Анализ современного состояния исследований и разработок в области построения информационно-образовательных сред высших учебных заведений // Вестник Мининского университета. 2019. Т. 7. № 2 (27). С. 1.
5. Кузнецов В.П., Романовская Е.В. Анализ методов реструктуризации промышленного предприятия в современных условиях // Вестник Череповецкого государственного университета. 2011. № 2-1 (29). С. 59-62.
6. Романовская Е.В., Семахин Е.А., Захарова А.В., Закунова Е.Д. Анализ факторов, влияющих на прибыль предприятия // Московский экономический журнал. 2020. № 5. С. 69.
7. Румянцева Н.А., Романовская Е.В. Инвестиционная политика как фактор повышения конкурентоспособности страховых компаний // В сборнике: Экономическое развитие России: тенденции, перспективы сборник статей по материалам I Международной научно-практической студенческой конференции в 4-х томах. 2015. С. 103-107.

Формирование инвестиционной стратегии предприятия

Formation of the company's investment strategy



УДК 330.322

DOI 10.24411/2413-046X-2020-10497

Андряшина Наталия Сергеевна,

кандидат экономических наук, доцент, Нижегородский государственный педагогический университет имени Козьмы Минина, г. Нижний Новгород

Романовская Елена Вадимовна,

кандидат экономических наук, доцент, Нижегородский государственный педагогический университет имени Козьмы Минина, г. Нижний Новгород

Бакулина Наталья Александровна,

Нижегородский государственный педагогический университет имени Козьмы Минина, г. Нижний Новгород

Гнездин Андрей Владимирович,

Нижегородский государственный педагогический университет имени Козьмы Минина, г. Нижний Новгород

Andryashina N.S.,

natali_andr@bk.ru

Romanovskaya E.V.,

romanovskaya_ev@mininuniver.ru

Bakulina N.A.,

bakulinana@st.mininuniver.ru

Gnezdin A.V.,

kerz131313@gmail.com

Аннотация. Денежные средства в рамках российской экономики являются ограниченным и достаточно дорогим ресурсом, поэтому управление денежными потоками играет значимую роль в деятельности компании. При этом необходимо помнить тот факт, что частные финансы, как и все остальные, подчиняются законам рыночной экономики. От

компетентного управления инвестиционной деятельностью зависит эффективность, результат работы и возможность дальнейшего экономического роста и развития предприятия. В связи с этим, возникает необходимость углубленного изучения основных аспектов инвестирования и оценки инвестиционных проектов.

Summary. Cash in the Russian economy is a limited and rather expensive resource, so cash flow management plays a significant role in the company's operations. At the same time, it is necessary to remember the fact that private Finance, like all others, is subject to the laws of the market economy. Competent management of investment activity determines the efficiency, results of work and the possibility of further economic growth and development of the enterprise. In this regard, there is a need for in-depth study of the main aspects of investment and evaluation of investment projects.

Ключевые слова: стратегия, формирование, инструменты, регулирование, предприятие.

Keywords: strategy, formation, tools, regulation, enterprise.

Инвестиционная стратегия предприятия разрабатывается на основе методологических подходов стратегического планирования. К долгосрочной стратегии относятся цели, горизонт планирования которых более пяти лет. Процесс формирования любой стратегии включает в себя оценку текущего положения, разработку системы целей (желаемого состояния), а также разработку механизма достижения главной цели. Таким образом, стратегия инвестиционного развития принимает за основу:

- идентификацию настоящего состояния инвестиционной сферы и потенциала в области инвестиционного развития;
- детально проработанный план реализации поставленных целей, с учетом факторов внешней и внутренней среды, а также возможностью его корректирования в случае изменения указанных факторов;
- объективную необходимость в достижении поставленных целей в области инвестирования;
- длительный срок реализации инвестиционного плана;
- наличие и возможность задействовать организационные, ресурсные и инновационные факторы, которые обеспечат выполнение плана в установленные сроки [2];

В соответствии с данными принципами инвестиционную стратегию необходимо понимать как систему долгосрочных целей инвестиционной деятельности предприятия, определяемых общими задачами его развития и инвестиционной идеологией с выбором наиболее эффективных способов их достижения [6].

Инвестиционная стратегия является соподчиненной другим элементам стратегической структуры предприятия (рисунок 1) [1].



Рисунок 1 – Система взаимосвязи инвестиционной стратегии

Инвестиционная стратегия находится в подчинении общей стратегии предприятия, а следовательно, и цель инвестиционной деятельности должна соответствовать и способствовать эффективному достижению главной цели. Общую стратегию предприятия классифицируют, в большинстве случаев, на три вида: стратегия дифференциации, лидерства по цене и стратегию фокусирования. Выбор одной из них обусловлен, прежде всего, возможностями инвестирования [1, 2].

Наибольшие вложения необходимы при выборе стратегии дифференциации, поскольку в данном случае необходимы инвестиции в исследования и разработки, области маркетинга и производства. Стратегия лидерства по цене является менее затратной и предполагает вложения в основные фонды компании. Стратегия фокусирования основана на работе предприятия в узком рыночном сегменте и требует наименьшего размера вложений [7].

Выбирая инвестиционную стратегию, руководству предприятия необходимо учитывать конкурентоспособность компании, а также жизненный цикл отрасли. Позицию на конкурентном рынке можно определить по рыночной доле предприятия, чем она больше, тем выше возможность получить доход от вложенных средств. Важным в оценке конкурентоспособности также является компетентность компании в сферах своей деятельности: производственной, маркетинговой, исследовательской, управленческой. Компании с низкой долей рынка чаще всего имеют слабую конкурентную позицию, а следовательно и низкую инвестиционную привлекательность.

Каждую стадию жизненного цикла отрасли можно охарактеризовать определенными внешними условиями, которые предполагают возможности и угрозы. Инвестиционная деятельность по этой причине имеет свою специфику на каждой стадии.

Для стадии рождения характерны разработка принципиально нового товара, внедрение его на рынок, следовательно, большой объем исследований и разработок, строительство предприятий, которые в дальнейшем будут составлять новую отрасль. На данной стадии необходим большой объем инвестиций в создание производственных мощностей, сбытовых сетей и прочие области затрат, при этом инвесторы не рассчитывают на высокий уровень прибыли в ближайшее время [4].

Стадия роста подразумевает увеличение производства и продаж товара, рост спроса на него. На рынке появляются новые компании с модифицированными версиями продукта, и возникает необходимость поддерживать свою конкурентоспособность, улучшать качество и технологию производства. Инвестиционная активность, таким образом, также становится выше.

На стадии отсева спрос сокращается, а конкуренция увеличивается. Компании с сильной конкурентной позиции для расширения рыночной доли и вытеснения слабых конкурентов нуждаются в инвестировании.

Стадия зрелости предполагает стабилизацию рынка и сохранение конкурентных позиций участников. Инвестиции используются для повышения эффективности производства. На данной стадии при низком уровне конкуренции повышается отдача от предыдущих инвестиций в виде распределения большей части прибыли на выплату дивидендов. Основная часть текущих инвестиций направляется на техническое перевооружение и реконструкцию.

Стадию упадка характеризует снижение спроса на продукцию, сокращение и ликвидация производственных мощностей. Инвестиции в данном случае сокращаются, инвесторы стремятся получить максимально возможную отдачу. Возможны варианты диверсификации производства с привлечением больших объемов инвестиций.

Таким образом, формирование инвестиционной стратегии имеет важное значение в эффективности роста и развития предприятия.

Инвестиционную стратегию правильно будет охарактеризовать как генеральный план действий в области инвестиционной деятельности предприятия, который определяет приоритетные направления её развития.

Генеральный план включает в себя:

- приоритетные направления вложения капитала;
- формы инвестиционной деятельности;
- наличие собственных источников финансирования инвестиционного процесса;
- использование заемных источников финансирования с учетом сохранения финансовой устойчивости предприятия;
- структура этапов реализации инвестиционных целей;
- механизмы реализации инновационной стратегии;
- критерии оценки эффективности деятельности в рамках стратегии [5].

При формировании инвестиционной стратегии стратегические инвестиционные решения принимаются на основе следующих принципов:

- 1) принцип инвайронментализма. Предприятие осуществляет свою деятельность как открытую систему, способную к самоорганизации, которая готова активно взаимодействовать с внешней инвестиционной средой;
- 2) принцип соответствия. Инвестиционная стратегия является частью общей стратегии, и её цели должны соответствовать генеральной цели предприятия;
- 3) принцип сочетания. Обеспечение сочетания стратегического, текущего и оперативного управления инвестиционной деятельностью (инвестиционная стратегия является этапом стратегического управления и рассматривается как фундамент тактического (текущего) управления).

Тактическое управление инвестиционной деятельностью является среднесрочным и осуществляет формирование инвестиционной программы предприятия. Оперативное управление включает в себя непосредственно реализацию конкретных инвестиционных проектов).

- 4) принцип преимущественной ориентации на предпринимательский стиль управления. Существует два стиля инновационного поведения предприятия: консервативный и предпринимательский.

Предпринимательский предполагает активный поиск и реализацию инвестиционных решений по различным направлениям, ориентированный на ускоренный рост;

- 5) инновационный принцип;
- 6) принцип минимизации инвестиционного риска на этапе формирования инновационной стратегии;
- 7) принцип компетентности.

В процесс формирования инвестиционной стратегии входит разработка инвестиционной политики предприятия. Инвестиционная политика – это форма

реализации инвестиционной идеологии и инвестиционной стратегии компании в области наиболее важных аспектов инвестиционной деятельности на различных этапах её осуществления. Инвестиционная политика разрабатывается по определенным направлениям инвестиционной деятельности предприятия, которые требуют наиболее эффективного управления, а именно:

1. политика управления реальными инвестициями;
2. политика управления финансовыми инвестициями;
3. политика формирования ресурсов для инвестирования;
4. политика управления рисками, возникающими при ведении инвестиционной деятельности [4].

Предприятия, которые осуществляют производственную деятельность, первоочередной формой инвестирования являются инвестиции в основной капитал.

Политика реального инвестирования имеет некоторые особенности:

- инвестирование в основной капитал – главный аспект реализации стратегии экономического развития предприятия. Процесс развития состоит из совокупности реализуемых на предприятии инвестиционных проектов;
- основной капитал наименее ликвиден, а также имеет свойство морально устаревать;
- находится в тесной взаимосвязи с текущей деятельностью компании;
- обеспечивает предприятию устойчивый чистый денежный поток;
- как результат – более высокий показатель рентабельности.

Политика управления реальным инвестированием является частью инвестиционной стратегии и обеспечивает подготовку, оценку и реализацию самых эффективных инвестиционных проектов.

Список литературы

1. Kuznetsov V.P., Garina E.P., Romanovskaya E.V., Kuznetsova S.N., Andryashina N.S. Organizational design and rationalization of production systems of a machine-building enterprise (by the example of the contract assembly workshop) // *Espacios*. 2018. Т. 39. № 1. С. 25.
2. Андряшина Н.С., Козлова Е.П. Рационализация производства как путь к устойчивому развитию предприятия // *Научное обозрение*. 2016. № 21. С. 173-176.
3. Андряшина Н.С., Романовская Е.В., Севрюкова А.А. Методическое обеспечение процесса создания нового продукта на предприятиях машиностроения // *Международный журнал прикладных и фундаментальных исследований*. 2017. № 4-2. С. 396-400.
4. Лешукова А.А., Режун О.В., Романовская Е.В. [Инвестиции будущего](#) // В сборнике: *Промышленное развитие России: проблемы, перспективы* Сборник статей по

- материалам XVII Международной научно-практической конференции преподавателей, ученых, специалистов, аспирантов, студентов. Мининский университет. 2019. С. 159-161.
5. Романовская Е.В., Кузнецов В.П., Агафонов В.П., Андрияшина Н.С., Артемьева М.В. Проектирование и реинжиниринг бизнес-процессов: учебное пособие / Мининский университет. Нижний Новгород, 2018. 200 с.
6. Румянцева Н.А., Романовская Е.В. Инвестиционная политика как фактор повышения конкурентоспособности страховых компаний // В сборнике: Экономическое развитие России: тенденции, перспективы сборник статей по материалам I Международной научно-практической студенческой конференции в 4-х томах. 2015. С. 103-107.
7. Семахин Е.А., Романовская Е.В., Попова А.В., Бакулина Н.А. Стимулирование продаж // [Russian Economic Bulletin](#). 2019. Т. 2. № 5. С. 123-126.

**Проблемы применения программно-целевого метода в управлении
демографическими процессами**

**Problems of application of the program-target method in the management of demographic
processes**



DOI 10.24411/2413-046X-2020-10499

Ноженко Дарья Витальевна,

НИУ «Высшая школа экономики» (НИУ ВШЭ 101000, г. Москва, ул. Мясницкая, д. 20)

Nozhenko Daria Vitalevna,

kapralnozhenkod@gmail.com

Аннотация. В статье организация системы социальной защиты населения в РФ рассматривается как одно из главных факторов, влияющих на устройство общества. Проанализирована практика использования программно-целевого управления демографическими процессами. Дана характеристика демографического развития региона. Выявлены проблемы применения программно-целевого метода в управлении демографическими процессами на региональном уровне. Как руководство, так и рядовые граждане должны иметь представление о том, что именно понятие качества жизни наиболее ярко характеризует то, как живет рядовой член общества. Именно на состояние — как материальное, так и моральное — каждого члена общества стоит обращать внимание при исследовании уровня его жизни, и именно такие изыскания дают наиболее справедливую оценку. Во многих развитых странах пришли к пониманию, что развитие государства должно быть направлено не только на экономическую, военную и политическую мощь, влияние государства, но и на уровень жизни рядовых граждан.

Summary. In the article, the organization of the system of social protection of the population in the Russian Federation is considered as one of the main factors affecting the structure of society. The practice of using program-targeted management of demographic processes is analyzed. The characteristic of the demographic development of the region is given. The problems of the application of the program-target method in the management of demographic processes at the regional level are identified. Both management and ordinary citizens should have an idea that it

is the concept of quality of life that most vividly characterizes how an ordinary member of society lives. It is the state — both material and moral — of each member of society that should be paid attention to when studying the standard of living, and it is precisely such research that gives the most fair assessment. Many developed countries have come to understand that the development of the state should be directed not only at economic, military and political power, the influence of the state, but also at the standard of living of ordinary citizens.

Ключевые слова: Демография, социальное развитие, управление, программно-целевой комплекс, государственная политика.

Keywords: Demography, social development, management, program-target complex, public policy.

Основным механизмом социально-ориентированного государства является его социальная политика, которая должна быть направлена на достижение целей и результатов, связанных с улучшением материального благосостояния, повышение качества жизни населения и достижение общественно-политической стабильности.[1].

Социальная защита-это система принимаемых мер государством для обеспечения и улучшения жизни населения и общества в целом. Защита населения является первоочередной задачей для многих стран мира. В мировой практике насчитывается большое количество моделей социальной защиты, которые отличаются друг от друга источниками финансирования, способами поддержки и защиты населения, масштабами и способами применения.

Основными целями социальной защиты населения являются:

- 1.Избавление от абсолютной нищеты (что на данном этапе развития общества невозможно);
- 2.Оказание материальной помощи населению в экстремальных условиях;
- 3.Содействие адаптации социально уязвимых групп населения к условиям рыночной экономики.

Вследствие реализации социальной защиты населения были выявлены следующие проблемы:

1. Противоречие между необходимостью совершенствования системы социальной защиты населения в регионах и недостаточной разработанностью практических рекомендаций по достижении целей.
2. Реформирования пенсионной системы.

Жизненный уровень значительного числа российских граждан настолько низок (почти 30 % их имеет доходы ниже прожиточного минимума), что всё большая часть населения

России нуждается в социальной поддержке и защите. Представляется схема целевых групп воздействия, согласно социально-демографическим изменениям (рис.1).



Рисунок 1. Целевые группы воздействия

В связи с этим совершенствование форм и методов предоставления услуг по социальной защите малообеспеченных слоев населения, повышение их качества. Преодоление негативных демографических тенденций, является одной из ключевых задач для современной России, без решения которой потенциал экономического развития страны может быть сильно ограничен. Особую актуальность имеет решение демографических проблем на региональном уровне, поскольку демографическое состояние в отдельных регионах страны очень сильно различается, а потребности в демографических ресурсах принципиально различны. Так, например, регионы Северного Кавказа, характеризуются избыточностью трудовых и демографических ресурсов, а на Дальнем Востоке и в Сибири для социально-экономического развития, необходим прирост населения.

Развитие человеческого капитала и формирование условий его воспроизводства в настоящих условиях выступает одним из приоритетных направлений в региональной политике. Поэтому с полным основанием можно утверждать, что протекающие на региональном уровне демографические процессы служат одним из индикаторов социального благополучия / неблагополучия территории. Они также позволяют говорить о том, смогли ли региональные органы власти переломить отрицательные тенденции в области воспроизводства населения, или им это не удалось.

Действия, предпринятые государственными органами для того, чтобы улучшить демографическую ситуацию, принесли некоторые результаты. Так, показатель общей смертности населения остался практически на одном уровне: в 2017 г. он составляет 13,5 человек, по сравнению с прошлыми годами – 2016 г. (13,9) и 2015 г. (13,9). Сократился показатель, характеризующий число умерших детей до 1 года на 1000 родившихся живыми в регионе, – в 2017 г. он составляет 5,0 человек, тогда как в 2015-2016 гг. данный коэффициент достигал 6,2. Сократился коэффициент материнской смертности на 100 тыс. родивших в области: с 12,1 человек в 2010 г. до 10,47 в 2017 г. Увеличилась ожидаемая продолжительность жизни при рождении населения, и в 2017 г. составляет 72,65 лет, в том числе женщин – 74,89 лет и мужчин – 66,17 лет. Но в регионе до сих пор сохраняется тенденция значительного повышения естественной убыли сельского населения над естественной убылью городского населения области. Если в 2013 г. данный показатель составлял 2,2 человека на 1000 населения региона, то в 2016 г. и 2017 г. – 2,8 и 3,8 соответственно.

Коэффициент общей рождаемости в регионе (на примере Белгородской области) на протяжении семи лет сохранялся практически на одном уровне, однако в 2017 г. произошло резкое сокращение рождаемости (9,7 на 1000 населения) по сравнению с 2016 г. и 2015 г. Самые высокие показатели рождаемости за 2017 г. наблюдаются в Краснояружском районе (12,8 на 1000 населения). В Белгородском, Алексеевском и Прохоровском районах коэффициент составил 12,6. Третье место занял Яковлевский район – 12,4. Аутсайдерами по рождаемости стали Красненский (7,9), Красногвардейский (8,0) и Грайворонский (9,1) районы. [2]

Произведенный анализ коэффициента общей смертности городского и сельского населения свидетельствует о том, что существует большая разница между данными показателями. Так, в 2017 г. число умерших на 1000 городских жителей составляет 11,8 человек, тогда как среди сельских жителей – 16,9. Разница в значениях показателей смертности городского и сельского населения традиционно обуславливается наиболее низким уровнем медицинского обслуживания, наименее развитой инфраструктурой, а также преобладанием в возрастной структуре сельского населения в сравнении с городскими пожилыми людьми.

При этом следует отметить, что руководство региона предпринимает достаточно активные усилия по изменению сложившейся демографической ситуации. В частности, разработаны и утверждены нормативные правовые акты, влияющие на демографические процессы региона, такие как:

В рамках вышеприведенной государственной программы ведется активная работа по восстановлению социальной ценности семьи и брака, популяризации многодетности. Так, в регионе ведут свою деятельность комиссии по предупреждению распада семьи, сформирована система социального контракта, в муниципальных образованиях области внедрен партийный проект «Единой России» – «Крепкая семья», главная цель которого «помочь белгородским семьям реализовать своё право на получение государственной поддержки, инициированной Президентом В.В. Путиным». [3]

Но реализация программы не решает ряд имеющихся демографических проблем. Это, в первую очередь, связано с низким качеством формирования государственных программ демографического развития в области, обусловленным отсутствием разработки краткосрочных, среднесрочных и перспективных прогнозов развития демографической ситуации на стадии создания программы; отсутствием проведения демографической экспертизы как на стадии создания программ, так и при их внедрении в виде инструмента оценки их качества и результативности; недостаточной теоретической подготовкой и низким уровнем демографической грамотности их разработчиков.

Но реализация программы не решает ряд имеющихся демографических проблем. Это связано с низким качеством формирования государственных программ демографического развития в области, обусловленным отсутствием разработки краткосрочных, среднесрочных и перспективных прогнозов развития демографической ситуации на стадии создания программы; отсутствием проведения демографической экспертизы как на стадии создания программ, так и при их внедрении в виде инструмента оценки их качества и результативности; недостаточной теоретической подготовкой и низким уровнем демографической грамотности их разработчиков.

Для того, чтобы повысить качество подготовки и совершенствования системы аудита успешности государственных программ демографического развития предлагается: регламентировать порядок проведения прогноза демографического развития региона;

– создать эффективный механизм реализации демографической экспертизы с целью проверки соответствия региональных концептуальных и законодательных документов, стратегий и программ демографическим целям развития региона;

– скорректировать систему оценки эффективности реализации государственных программ демографического развития;

– организовать образовательный курс по повышению демографической грамотности чиновников.

Таким образом, совершенствование программно-целевого управления демографическими процессами в регионе возможно с помощью развития методологического подхода к созданию государственных программ. Этот подход позволит упростить процесс разработки программ демографического развития и анализ полученных результатов и сделает расходование бюджетных средств более прозрачным и эффективным.

Самая важная и основная задача государства — это деятельность по социальной защите населения общества. Система социальной защиты населения Российской Федерации постоянно находится в процессе трансформации, которая связана с поисками наиболее оптимальных способов и методов защиты населения от социальных рисков в связи с изменением системы общественно-экономических отношений. В основу модернизации системы социальной защиты граждан должны быть положены следующие принципы:

1. Принцип государственной ответственности – постоянный не прерывный процесс государства по созданию условий для надежной социальной защиты населения в соответствии с происходящими в обществе изменениями;
2. Принцип равенства граждан — государство одинаково обеспечивает всё нуждающееся население независимо от пола, расы, национальности и т.д.

Мы наблюдаем, что реформы по обеспечению защиты населения в стране привели к тому, что в плане социальной защищенности состояние нашего общества, к сожалению, перешло от высшего к более низшему уровню. [4].

Таким образом, мы можем сделать следующие выводы:

Во-первых, социальную защиту населения можно рассматривать как систему, призванную обеспечивать определенным уровнем доступа к жизненно необходимым благам, а также определенным уровнем благосостояния и личностного развития граждан, которые в силу текущих обстоятельств не могут обеспечивать себя доходами путем участия в достойно оплачиваемом труде.

Во-вторых, система социальной защиты — одно из основных институтов человеческой цивилизации. В современном обществе он выполняет такие важные функции, как перераспределение средств и ресурсов в пользу социально слабозащищенных граждан, путем стабилизации различных слоев населения.

Список литературы

1. Воропаева А.К. Социальные проблемы России и альтернативные пути их решения [Текст] / А.К. Воропаева // Вопросы экономики. – 2017. – № 7.

2. Гахова А.В. Социальная безопасность — основа социальной политики [Текст] / А.В. Гахова // Социологические исследования. — 2015. — № 2.
3. Жеребин В. М., Ермакова М. А. Межгрупповые сопоставления уровня жизни населения // Вопросы статистики. — 2018. — № 6.
4. Снатенков А.А., Тимофеева Т.В. Статистическое исследование факторов формирования просроченной задолженности по кредитам российского банковского сектора // Конкурентоспособность в глобальном мире: экономика, наука, технологии. — 2017. — № 7–1.

References

1. Voropaeva A. K. Social problems of Russia and alternative ways to solve them [Text] / A. K. Voropaeva // Economic issue. — 2017. — № 7.
2. gakhova A.V. Social security-the basis of social policy [Text] / A.V. gakhova // Sociological research. — 2015. — № 2.
3. Zherebin V. M., Ermakova M. A. Intergroup comparisons of the population's standard of living // Statistics questions. — 2018. — № 6.
4. Snatenkov A. A., Timofeeva T. V. statistical research of factors of formation of overdue debt on loans of the Russian banking sector / / Competitiveness in the global world: economy, science, technology. — 2017. — № 7–1.

Компоненты цифровой платформы поддержки инновационной деятельности

Components of the digital innovation support platform



УДК 33824:630228

DOI 10.24411/2413-046X-2020-10500

Куприянов Кирилл Валерьевич,

соискатель, генеральный директор Закрытого акционерного общества «Научно-исследовательский институт «Центрпрограммсистем» (ЗАО НИИ ЦПС), г.Тверь, Kkv@an-net.ru

Семенов Сергей Владимирович,

кандидат технических наук, старший научный сотрудник отдела цифровых платформ ЗАО НИИ ЦПС, г.Тверь, Semenov@cps.tver.ru

Kupriyanov Kirill Valerievich,

the applicant, General Director of the Closed joint-stock company «Scientific research Institute «Centerprogramsystem», Tver, Kkv@an-net.ru

Semenov Sergey Vladimirovich,

candidate of technical Sciences, senior researcher of digital platforms Department, Tver, Semenov@cps.tver.ru

Аннотация. В статье говорится, что поддержку инновационной деятельности целесообразно реализовывать в виде сервисов цифровой платформы. Сервисы для участников инновационной деятельности и других заинтересованных сторон позволят формировать инновационные проекты на новом качественном уровне. Облачная платформа поддержки инновационной деятельности включает подсистемы: упаковки инновационных проектов, база информации и знаний, интеллектуальной удаленной помощи и средства коммуникаций заинтересованных в проекте сторон. Цифровая платформа поддержки инновационной деятельности позволит значительно увеличить поток обоснованных перспективных проектов, значительно ускорить реализацию поддержанных проектов при существенном сокращении их стоимости.

Summary. The article States that it is advisable to implement support for innovation activities in the form of digital platform services. Services for innovation participants and other interested parties will allow creating innovative projects at a new quality level. The cloud platform for innovation support includes subsystems: packaging of innovative projects, a database of information and knowledge, intelligent remote assistance, and communication tools for project stakeholders. The digital platform for supporting innovation will significantly increase the flow of sound promising projects, significantly accelerate the implementation of supported projects while significantly reducing their cost.

Ключевые слова: инновационный проект, инновационная деятельность, информационные технологии, облачная платформа, сервисы.

Key words: innovative project, innovative activity, information technologies, digital platform, services.

Инновационная экономика [1] и цифровая модель экономики [2] требует новых подходов и инструментов к широкому созданию конкурентоспособных и эффективных товаров, услуг и технологий [3].

Успешность инновационной деятельности определяется возможностью реализации нарастающего потока инновационных проектов [4]. Наиболее рациональным способом решения этих задач представляется реализация поддержки инновационной деятельности (ИД) в виде цифровой платформы (ЦП). Это позволит решать задачи инновационной деятельности на новом качественном уровне [5, 6].

Основными целями создания ЦП ИД являются рост числа качественно проработанных инновационных проектов, поддержка их реализации, снижение стоимости и сокращение сроков жизненного цикла проектов [7].

Инновационные проекты, начинаются с инициатив специалистов, реализуются через инновационную деятельность.

Существенной особенностью инновационной деятельности является повышенная мотивация специалистов и высокая производительность труда. Но при этом возникает ряд серьёзных проблем [8], которые не удаётся решить обычными организационными мерами. Однако именно инициативная (инновационная) деятельность позволит создавать существенные конкурентные преимущества и повысить показатели эффективности новой продукции (технологии, услуги).

Инновационная деятельность требует работы с большими объемами многоаспектной информации; различными видами оценки результатов [9]; взаимодействия с Центрами компетенций; решения вопросов мотивации и стимулирования субъектов, предложения

организационных форм поддержки ИД и т.п. Одной из целей ИД является сокращение длительности жизненного цикла (ЖЦ) инновационных изделий, поэтому поддержка ИД должна реализовываться на основе современных информационных технологий (ИТ). ЦП представляются наилучшим решением задач поддержки ИД [1, 2].

Инновационная деятельность может быть не только инициативной. Управляемая ИД (например, в корпоративных интересах) заключается в задании направлений поиска инновационных решений и создании условий для успешной реализации ожидаемых инновационных проектов [10]. Управляемая ИД реализуется успешно в условиях ЦП.

Для поддержки успешного формирования инновационных проектов необходимо предоставлять разнообразные сервисы и информационную базу пользователям ЦП [8]:

- Поддерживать обоснование инновационных решений;
- Выполнять расчеты (экономические, инвестиционные, оценочные и т.п.);
- Поддерживать создание презентаций;
- Поддерживать взаимодействие с заинтересованными сторонами и т.п.

ЦП решает задачи по автоматизированной поддержке инновационной деятельности (в виде сервисов) в виде предоставления следующих видов обеспечения ИД.

Информационная поддержка пользователя заключается в предоставлении:

- База данных (БД) инновационных идей (без развития их автором);
- БД результатов интеллектуальной деятельности (РИД);
- БД публикаций (статей, докладов, диссертаций и т.п.);
- Материалы справочного и энциклопедического характера;
- Реестры партнеров, инвесторов, потребителей инноваций и других заинтересованных сторон;
- Информация, получаемая из источников, на основе партнерских договоров по обмену информацией (в том числе и с центрами обработки больших данных).

Методическая поддержка пользователей ЦП:

- стимулирование творческого мышления;
- поиск аналогов РИД;
- оформление результатов этапа ЖЦ (схема размытия прав, лицензионные договора и т.п.);
- упаковка инновационных проектов и разработка презентаций;
- переговоры с субъектами ИД: с партнерами, инвесторами, потребителями инноваций;
- формирование и закрепление прав на интеллектуальную собственность (ИС);

- рекомендации и схемы по избеганию конфликтов между субъектами ИД и т.п.

Поддержка поисковых работ:

- патентный поиск (объекты патентного права, объекты авторского права, РИД) в открытых источниках;
- поиск нормативных документов в сфере ИД;
- поиск партнеров по реализации инновационного проекта;
- поиск инвесторов (институциональных, частных, госпрограмм, ведомственные программ и т.п.);
- поиск потенциальных потребителей инновационной продукции.

Программная поддержка работ в рамках ЦП:

- поддержка разработки и предоставления сервисов других видов обеспечения (методической, поисковой, информационной и т.п.)
- реализация интеграционных задач платформы;
- поддержка коммуникаций заинтересованных сторон в проекте в открытом и закрытом сегменте сети передачи данных.

Организационная поддержка:

- выбор и предложение наиболее подходящей организационной формы ИД под конкретный инновационный проект;
- формирование пакета типовых документов под выбранную форму организации ИД;
- формирование виртуальной инновационной системы:
- виртуальное инвестиционное агентство;
- соглашения с реальными инфраструктурными организациями (инвесторами, институтами развития, фондами, ведомствами и т.п.);
- разработка правил ведения ИД в условиях ЦП;
- поддержка виртуальных организационных форм реализации инновационных проектов;
- формирование и поддержка виртуального сообщества экспертов инновационных проектов;
- формирование Центров компетенций.

Коммуникационная поддержка субъектов ИД:

- поддержка открытых способов информационного взаимодействия между заинтересованными сторонами;
- поддержка закрытых форм общения при работе с конфиденциальной информацией;
- обеспечение защиты информации и каналов связи;

- возможность подключения и взаимодействия с другими цифровыми платформам.

Поддержка различных расчетов:

- количественной и качественной оценки результатов ИД;
- стоимостной оценки результатов ИД;
- сметы затрат на этап проекта и другие расчеты.

Поддержка научной составляющей проектов:

- поддержка связей с научными коллективами, желающих участвовать в инновационном проекте;
- распределенное удаленное взаимодействие инноватора с научными коллективами;
- разработка правил взаимодействия субъектов ИД в условиях цифровой платформы и др.

Поддержка проектной, конструкторской технологической и производственной проработки проектов:

- поддержка связей с проектными (конструкторскими) организациями, желающих участвовать в конкретном проекте;
- распределенное удаленное взаимодействие проектных (конструкторских) организаций с инноваторами;
- поддержка связей с опытными и промышленными предприятиями, желающих участвовать в реализации проектов;

Поддержка типизации (стандартизации) инновационной деятельности в условиях цифровой экономики и цифровых платформ:

- накопление и анализ опыта использования ЦП в поддержке инновационной деятельности;
- разработка типовых схем ИД, типовых документов, нормативных актов и т.п.
- совершенствование ЦП и технологии работы в условиях цифровой экономики и т.п.

Поддержка маркетинговой деятельности в ИД:

- разработка типовых бизнес-моделей ИД в условиях использования ЦП и рекомендации к их применению;
- разработка типового комплекса мероприятий по формированию спроса на инновации;
- формирование спроса на инновационную продукцию для конечного потребителя;
- типовые решения вопросов по правам на РИД и схем вознаграждений.

Цифровая платформа поддержки инициативной деятельности и инновационных проектов позволяет значительно увеличить поток хорошо обоснованных перспективных

проектов, значительно ускорить реализацию поддержанных проектов при существенном сокращении их стоимости, за счет снижения издержек на взаимодействие субъектов ИД и оптимизации процессов. Кроме этого, прозрачность инициатив и хода реализации проектов позволяет организовать процессы управления и мониторинга на разных уровнях.

ЦП поддержки ИД является, по сути, реализацией виртуальной инновационной системы, интегрирующей разные уровни управления. От формирования ИД внутри отдельного предприятия, к интеграции группы предприятий, заинтересованных в общей ИД. При этом производится вписывание в существующую национальную инновационную систему. Теоретически, такая инновационная система должна быть частью государственной инновационной системы. Но рассчитывать на то, что такая система будет реализована в ближайшие годы, пока не приходится.

Представляется, что предлагаемый подход на сегодня является наиболее рациональным в сфере поддержки инновационной деятельности.

Во-первых, зарубежные технологии поддержки ИД в российской экономике практически не применимы. Так как в России до сих пор не создана ни целостная государственная, ни частная инновационная система.

Во-вторых, существующие институциональные и частные инфраструктурные элементы инновационной экономики России, носят фрагментарный, иногда бессистемный характер. Общеизвестно, что в настоящее время ИД может быть полноценно реализована только в рамках крупных корпоративных структур, имеющих собственные исследовательские и проектные институты, большие финансовые ресурсы, производственные мощности и налаженную логистику сбыта, и это при условии хорошей методической проработке вопросов ИД в рамках ведомства (корпорации).

В-третьих, эффективную ведомственную инновационную систему целесообразно формировать сразу на новых принципах: на основе современных ИТ, на основе последних инициатив Правительства РФ, на основе передовых технологий по организации создания инновационной продукции.

Само предложение о поддержке инициативной (инновационной) деятельности в виде цифровой платформы является по сути инновационным проектом. В связи с этим прямых аналогов в зарубежной и отечественной практике не может быть по определению. К косвенным аналогам можно отнести научные идеи самоорганизующихся сред, порталных и облачных решений различного назначения.

В основе инновационной идеи ЦП лежат следующие положения, определяющие его новизну.

Во-первых, инициативная (инновационная) деятельность является высокотворческой и требует особого механизма поддержки. Причем доступного в любое время, в любом месте, для любого заинтересованного лица. Рутинные операции, по возможности, должны быть максимально автоматизированы. Для этого в ЦП используются знания в виде облачных сервисов с использованием методов искусственного интеллекта.

Во-вторых, информационная поддержка заинтересованных сторон в ИД обеспечивается за счет использования и обработки больших объемов разнородной и разноаспектной информации. Алгоритмы и способы обработки этой информации также являются инновационными решениями платформы.

В-третьих, организация взаимодействия между заинтересованными сторонами в условиях использования как открытой сети, так и в условиях защищенных сегментов сети, с защитой от вирусов, несанкционированного доступа и пр.

В-четвертых, организация виртуальных Центров компетенций по поддержке формирования инновационных проектов при создании высокотехнологичной продукции, включая поддержку работы удаленных экспертов.

В-пятых, технология интеграции данных, информации и знаний, на основе технологии открытых систем, международных стандартов в сфере обработки информации.

В-шестых, оригинальные алгоритмы и методики (в виде сервисов) количественной оценки информации, имеющей качественный характер в сфере оценки результатов ИД на всех этапах ЖЦ, алгоритмы подготовки решений для лиц, принимающих решения.

В-седьмых, оригинальные алгоритмы выбора, оценки и предложения организационных форм реализации поддержанных проектов.

В-восьмых, оригинальные методики управления инициативной деятельностью и инновационными проектами, реализованные средствами ЦП и ориентированные на высокотехнологичную продукцию.

Управление инициативной и инновационной деятельностью через использование ЦП обеспечивает [8]: «Повышение качества и обоснованности инновационных проектов. Сокращение сроков каждого этапа ЖЦ и всего ЖЦ изделий. Сокращение затрат на проектирование и внедрение инновационных изделий. Снижение рисков и повышение объективности оценок инновационных проектов».

Управления ИД через Цифровую платформу решает следующие принципиальные задачи:

- Создание механизма появления, продвижения и реализации инициатив и инновационных проектов, с решением организационных задач ИД.
- Поддержка творческих процессов в ИД, в результате которых появляются качественные инновационные проекты. При этом осуществляется поддержка работы с интеллектуальной собственностью.
- Поиск инвесторов для инновационного проекта.
- Поиск партнеров по проектированию, производству и сбыту инновационного изделия.
- «Упаковка» идеи, проекта. То есть, сведение воедино все ранее решенные задачи в хорошо оформленный и обоснованный проект, чтобы он был прозрачен по эффективности и по ценности для всех заинтересованных сторон.
- Обеспечение роста производительности труда и повышение качества проводимых работ, за счет безусловной более высокой мотивированности и заинтересованности в конечном результате всех участников ИД.

Основными пользователями цифровой платформы поддержки инновационной деятельности (не зависимо от уровня управления) являются.

- Ведомственные организации и подразделения, занимающиеся управлением инновационной деятельностью.
- Различные фонды поддержки научных, перспективных, поисковых исследований; венчурные и стартап фонды и т.п.
- Органы государственной власти (федеральные и региональные), отвечающие за экономическое и промышленное развитие регионов.
- Эксперты и оценщики инвестиционных и инновационных проектов.
- Институты развития.
- Государственные управляющие структуры, отвечающие за управление и модернизацию отрасли, в рамках государственных инициатив (инновационная экономика, цифровая экономика), принимающие решения о выделении средств на направления работ по крупным проектам.
- Коммерческие предприятия, нуждающиеся в изменениях продукции, технологий, услуг.
- Организации, которые нуждаются в каких-либо изменениях (организационных, новых услугах, технологиях), но не имеют возможности их реализовать самостоятельно (НИИ, КБ, бюджетные организации, МИПы, ВУЗы и т.п.).

- Отдельные коллективы, которые в процессе своей работы приходят к инновационным решениям и проектам.
- Отдельные специалисты, являющиеся авторами инновационных идей.

Список литературы

1. Стратегия инновационного развития Российской Федерации на период до 2020 г. Утверждена распоряжением Правительства Российской Федерации от 08 декабря 2011 г. № 2227-р.
2. Программа «Цифровая экономика Российской Федерации». Утверждена распоряжением Правительства Российской Федерации от 28 июля 2017 г. № 1632-р.
3. Семенов С.В. Инновации. Инновационная деятельность // Software Journal: Theory and Applications: Международный научно-практический электронный журнал. – 2014. — № 2.URL: <http://swsys-web.ru/innovative-activities.html>
4. Семенов С.В. Инновации. Системные основы // Software Journal: Theory and Applications: Международный научно-практический электронный журнал. – 2014. № 1.URL: <http://swsys-web.ru/innovation-system-basics.html>
5. Цифровая платформа. Видение ПАО «Ростелеком». Региональный семинар МСЭ. 18, 19 сентября 2017 / Узбекистан, Ташкент.
6. Цифровые платформы. [Электронный ресурс]. URL: <https://ru.wikipedia.org/wiki>
7. Куприянов К.В. Концепция средств автоматизации поддержки инновационной деятельности // Наука и инновации в XXI веке: актуальные вопросы, открытия и достижения: сб. статей XVII Международной научно-практической конференции. – Пенза, 2020. – С. 116-122.
8. Семенов С.В. [Инновации. Интеграция научных знаний в производственную деятельность](#). [Евразийское Научное Объединение](#). 2018. [№ 6-1 \(40\)](#). С. 43-45.
9. Куприянов К.В., Нестеров В.В. Принцип изменений в инновационной деятельности // Наука и инновации в XXI веке: актуальные вопросы, открытия и достижения: сб. статей XVII Международной научно-практической конференции. – Пенза, 2020. – С. 110-115.
10. Семенов С.В. Инновации. Понятие и определения. URL: <http://swsys-web.ru/innovation-concept-and-definition.html>.

**Методологические подходы к исследованию внутреннего содержания организации
закупочной деятельности**

**Methodological approaches to research of the internal content of the organization of
purchasing activities**



УДК 332.122

DOI 10.24411/2413-046X-2020-10502

Винокурцева Елена Александровна,

аспирант, ФГБОУ ВО «Забайкальский государственный университет»,

Vinokurtseva Elena Aleksandrovna,

post-graduate student, FGBOU VO «Transbaikal State University», vinokurceva.elena@mail.ru

Аннотация. Исследование методологической основы в организации закупочной деятельности подразумевает рассмотрение научных подходов, применяемых в данной области исследования.

В данной статье поставлена задача, провести исследование основных методологических подходов, применяемых в осуществлении закупочной деятельности.

Выявлено, что основные методологические подходы, используемые в экономической науке применимы к исследованию процессов закупочной деятельности.

Данное исследование позволит не только научным работникам, но и государственным и муниципальным заказчикам применять методологические основы внутреннего содержания организации процедур закупок в практической деятельности.

В исследованиях на перспективу целесообразно проводить параллель методологии закупок в зарубежных странах с анализом отечественной системы закупок для государственных и муниципальных нужд.

Summary. The study of the methodological basis in the organization of procurement involves the consideration of scientific approaches used in this field of research.

This article sets the task of conducting a study of the main methodological approaches used in the implementation of procurement activities.

It is revealed that the main methodological approaches used in economic science are applicable to the study of procurement processes.

This study will allow not only scientists, but also state and municipal customers to apply the methodological foundations of the internal content of the organization of procurement procedures in practice.

In prospective studies, it is advisable to draw a parallel to the procurement methodology in foreign countries with an analysis of the domestic procurement system for state and municipal needs.

Ключевые слова: закупки, методология, методологические подходы, объект и предмет исследования, закупочная деятельность, научное исследование, внутреннее содержание, характеристика, сущность, особенности закупочной деятельности

Keywords: procurement, methodology, methodological approaches object and subject of research, procurement activities, scientific research, internal content, characteristics, essence, features of procurement activities

Введение. Методологический подход – это совокупность, имеющихся знаний, навыков, понятийного аппарата, которым располагает исследователь, чтобы рассмотреть проблему с конкретной точки зрения [1].

Объект исследования – контрактная система в сфере закупок товаров, работ, услуг.

Предмет исследования – методологические подходы в исследовании организации закупочной деятельности.

Задачами данного исследования являются:

- характеристика основных методологических подходов научного исследования;
- исследование применения основных методологических подходов в процессе осуществления закупочной деятельности при проведении государственных и муниципальных закупок.

Методы исследования. В данном исследовании автор использует методы дедукции, индукции, синтеза.

Результаты исследования

При проведении экономических исследований могут быть использованы следующие методологические подходы:

- системный подход;
- концептуальный подход;
- эмпирический подход;

- деятельностный подход;
- институциональный подход.

Внутреннее содержание организации закупочной деятельности и методологические подходы, используемые при рассмотрении данной научной проблемы представлены в табл.

Таблица

Наименование методологического подхода	Характеристика методологического подхода	Характеристика методологического подхода применительно в организации закупочной деятельности
1. Системный подход	Реализуется при рассмотрении каждого изучаемого объекта. Опирается на принцип системности.	Применение системного подхода в исследованиях организации закупочной деятельности подразумевает рассмотрение процессов проводимых закупок как системы отношений между поставщиками, заказчиками, исполнителями. Система организации закупочной деятельности представляется в виде взаимодействия различных сторон в данной деятельности, таких как финансовые службы, технические службы и организации, контролирующие процедуры проведения закупок как на федеральном, региональном так и муниципальном уровне закупок. Все указанные субъекты закупочной деятельности представляют собой систему. Обеспечение и проведение процедур закупочной деятельности допустимо при взаимодействии субъектов закупочной деятельности.
2. Концептуальный подход	Предусматривает разработку концепции в процессе проведения исследования.	Концептуальные основы в исследовании процедур закупочной деятельности определены в концептуальном рассмотрении рыночных отношений связь между взаимодействием контрактных (договорных) отношений.
3. Эмпирический подход	Проводимое исследование опирается на имеющийся опыт, ранее реализованную деятельность.	Эмпирическое исследование в рамках проведения процедур закупочной деятельности предполагает проведение анализа в динамике объема проводимых закупок с разбивкой по процедурам отбора поставщиков конкурентными и неконкурентными способами (электронный аукцион, запрос котировок, запрос предложений, закрытый /открытый конкурс, закупка у единственного поставщика), номенклатуре товаров и услуг, группам заказчиков по территориальному и ведомственному признаку. Эмпирическое исследование проводится на данных официальных источников федерального статистического наблюдения и данных, размещенных в Единой информационной системе в сфере закупок (ЕИС).
4. Деятельностный подход	Базируется на рассмотрении деятельности стороны, исследуемого объекта или процесса. Деятельность выступает необходимым условием развития и реализации объекта во всех направлениях и областях.	Деятельностный подход в исследовании сущности закупочной деятельности подразумевает рассмотрение механизмов проведения закупок (формирование и исполнение бюджета затрат, направленных на финансирование поставки товаров, либо оказания услуг; составление плана-графика закупок; составление проекта государственного/муниципального контракта, составление технического задания на поставку товаров, работ, услуг.
5. Институциональный подход	Базируется на рассмотрении институциональных процессов в процессе проводимого исследования.	Институциональный подход в исследовании сущности закупочной деятельности подразумевает рассмотрение институциональных основ, таких как институты как формальные и неформальные элементы закупочной деятельности; контрольные органы по проверке правильности формирования и исполнения процедур закупок; структурные элементы закупочной деятельности: заказчики товаров, работ, услуг; поставщики товаров, работ, услуг; неформальные элементы закупочной деятельности; формальные элементы закупочной деятельности; уполномоченные учреждения по проведению и набору поставщиков товаров, работ, услуг; контролирующие и координирующие органы в сфере закупок.

По данным структурированным в таблице можно сформулировать следующие выводы:

- приведена характеристика основных методологических подходов, применяемых в экономике;
- рассмотрено внутреннее содержание организации закупочной деятельности;
- приведены методологические подходы, которые допустимо применять при исследовании процессов закупочной деятельности.

Методологической основой проведенного исследования является системно-функциональный подход, позволивший раскрыть связь, существующую между процессами и явлениями, возникающими в ходе осуществления государственных и муниципальных закупок, выявив причинно-следственные связи, обобщив собранные теоретические сведения.

Теоретико-аналитические основы функционирования системы государственных и муниципальных закупок представлены в научных работах И.И. Смотрицкой, С.И. Черных, С.С. Шувалова.

Общие и частные вопросы методологии развития институтов и механизмов государственных закупок, повышения эффективности организации и управления государственными закупками отражены научных в работах таких авторов как М.В.Афанасьев, Н.В. Афанасьева, В.В.Бланк, О.С. Белокрылова, В.П.Заварухин, Н.В. Нестерович, М.Н. Козин, И.В Кузнецова, В.А.Кныш, А.П. Патрон, В.И. Смирнов, В.И. Степанов, В.А.Федорович, А.В. Шаронов и др.

Некоторые из существующих методологических подходов и принципов имеют преимущественно теоретический характер, поскольку в них не учитывается реальная возможность государственных органов и органов местного самоуправления получить исходную информацию для расчета основных оценочных индикаторов.

Исходные теоретико-методологические подходы к анализу экономических отношений в сфере государственных закупок заложены в трудах классиков экономической теории, в том числе, в концептуальном рассмотрении рыночных отношений сквозь призму взаимовыгодных контрактных (договорных) отношений.

Эффективное функционирование системы закупок закладывает основу социально-экономического развития за счет стимулирования российских производителей и поддержания необходимого соответствия между общественными потребностями и необходимыми финансовыми ресурсами для их удовлетворения.

Рассмотрение базовых концепций и основополагающих принципов осуществления государственных закупок, методических вопросов осуществления государственных закупок, организационно-правовых и экономических аспектов функционирования контрактной системы является актуальными на протяжении многих периодов времени.

Система государственных закупок играет очень важную роль в развитии экономики государства в целом. От того с какой эффективностью государство производит закупку товаров, работ и услуг для своих нужд, зависят многие показатели, в том числе и эффективность расходований бюджета государства.

Заключение

Рассмотрены основные методологические подходы, применяемые в экономической науке, выявлено применение данных подходов к исследованиям сущности и внутреннего содержания закупочной деятельности сферы услуг.

Теоретическая значимость исследования заключается в определении позиций методологических подходов к сфере закупочной деятельности, выявлено внутреннее содержание данной области научной проблемы.

Список литературы

1. Шмелева М.В. Теоретико-методологические основы государственных (муниципальных) закупок: монография. – Москва: Издательство «Юрлитинформ». 2018. 224 с.
2. Андреев Н.Ю. Методология управления процессами формирования и размещения заказов в системе электронных торгов / дисс..... на соискание ученой степени доктора экономических наук. Москва. 2016. – 303 с.
3. Анчишкина О.В. Контрактная система Российской Федерации: основные экономические параметры и ведущие тенденции сферы государственных и муниципальных закупок, закупок отдельных видов юридических лиц // ЭТАП: экономическая теория, анализ, практика. 2017. № 3. с.52-75.
4. Иванов А.А. Совершенствование организационно-экономического механизма государственной контрактной системы // Ростовский научный журнал.2017.№ 3.с. 203-228.
5. Хворова Е.Е. Анализ эффективности закупок товаров, работ, услуг для обеспечения государственных нужд в Свердловской области // Аллея науки. 2018. Т.1. № 1 (17). с. 155-159.
6. Cassady R.J. Auctions and Auctioneering. – Berkeley and Los Angeles: University of California Press, 1967.

References

1. Shmeleva M.V. Theoretical and methodological foundations of state (municipal) procurement: a monograph. — Moscow: Publishing House «Yurlitinform». 2018. 224 p.
2. Andreev N. Yu. Methodology of managing the processes of formation and placement of orders in the electronic bidding / diss ... system ... for the degree of Doctor of Economics. Moscow. 2016 . 303 p.
3. Anchishkina O.V. The contract system of the Russian Federation: the main economic parameters and leading trends in the sphere of state and municipal procurement, procurement of certain types of legal entities // ЕТАР: economic theory, analysis, practice. 2017. No 3. p. 52-75.
4. Ivanov A. A. Improving the organizational and economic mechanism of the state contract system // Rostov Scientific Journal 2017. № 3.p. 203-228.
5. Hvorova E.E. Analysis of the effectiveness of the procurement of goods, works, services to meet state needs in the Sverdlovsk region // Science Alley. 2018.V.1. No. 1 (17). p. 155-159.
6. Cassady R.J. Auctions and Auctioneering. – Berkeley and Los Angeles: University of California Press

**Стратегии управления лояльностью и прибыльностью клиентов региональной
коммерческой организации**

**Loyalty and profitability management strategies for regional commercial organization
clients**



УДК 339.138

DOI 10.24411/2413-046X-2020-10504

Скуба Роман Васильевич,

кандидат экономических наук, доцент, доцент кафедры «Стратегическое планирование и управление жилищно-коммунальным комплексом», ФГБОУ ВО «Владимирский государственный университет имени Александра Григорьевича и Николая Григорьевича Столетовых», г. Владимир

Scuba Roman Vasilievich,

PhD in Economics, Associate Professor, Associate Professor of the Department «Strategic Planning and Management of the Housing and Communal Complex», FSBEI of HE «Vladimir State University, named after Alexander Grigoryevich and Nikolay Grigoryevich Stoletovs», Vladimir

Аннотация. В статье представлены основные стратегии управления лояльностью и прибыльностью клиентов региональной коммерческой организации и факторы их определяющие, а также выделены основные факторы, определяющие их эффективность. Показано, как расчёт индекса лояльности потребителей определяет маркетинговые результаты организации. Дана классификация клиентуры компании в аспектах лояльности и прибыльности, представлена характеристика основных группы покупателей. Определены различия в условиях относительно управления лояльностью потребителей. Выявлены главные факторы, формирующие степень ориентированности компании на рынок.

Summary. The article presents the main strategies for managing the loyalty and profitability of customers of a regional commercial organization and their determining factors, as well as the main factors determining their effectiveness. It is shown how the calculation of the consumer

loyalty index determines the marketing results of the organization. The classification of the clientele of the company in the aspects of loyalty and profitability is given, a characteristic of the main group of customers is presented. Differences in conditions regarding consumer loyalty management are identified. The main factors that shape the degree of market orientation of the company are identified.

Ключевые слова: Маркетинг взаимоотношений, лояльность потребителей, маркетинговая стратегия, сфокусированность на клиентах, региональная коммерческая организация.

Keywords. Relationship marketing, customer loyalty, marketing strategy, customer focus, regional commercial organization.

Сфокусированные на потребителях компании способны достигать более высоких уровней как удовлетворенности, так и прибыльности клиентов. Степень сфокусированности компании на клиентах напрямую связана с её способностью разрабатывать рыночные стратегии, ведущие к высокому уровню удовлетворённости потребителей. Фирмы, добившиеся более высокого уровня потребительской удовлетворённости, получают большую прибыль. Они способны сохранить значительную долю клиентов, меньше занимаются корректировками товарной политики и тратят меньше времени и денег на привлечение новых клиентов взамен потерянных.

В данной статье мы рассмотрим основные стратегии управления лояльностью и прибыльностью клиентов региональной коммерческой организации и условия их определяющие, а также выделим основные факторы, влияющие на их эффективность.

По мнению экспертов, выявленного в ходе проведённого социологического опроса, удовлетворенность, сохранение и рекомендации клиентов являются главными элементами потребительской приверженности к определенной компании или товарной марке. Эти факторы можно объединить вместе для получения индекса лояльности потребителей (ИЛП) [1]:

$$ИЛП = \text{Удовлетворенность потребителей} \times \text{Сохранение клиентов} \times \text{Рекомендация клиентов}$$

Существует множество способов оценки потребительской удовлетворенности. Наиболее распространенным является индекс потребительской удовлетворенности (ИПУ) или customer satisfaction index (CSI). Индекс рассчитывается на основании оценок общей удовлетворенности потребителей по шестизначной шкале, начиная с крайне недовольных и заканчивая крайне довольными потребителями. По каждому уровню

потребительской удовлетворенности присваивается рейтинг от 0 (для крайне недовольных) до 100 (для крайне довольных клиентов)

Сохранение клиентов напрямую связано с продолжительностью их обслуживания и вероятностью совершения повторных покупок, измеряемых в годовом исчислении, и определяется через коэффициент сохранения клиентов (КСК):

$$КСК = (1 - 1 / \text{Продолжительность обслуживания}) \times \text{Вероятность совершения повторных покупок}$$

Хотя удовлетворенность и сохранение клиентов являются важными показателями эффективности маркетинга, для лояльности потребителей необходим другой уровень психологической приверженности. Существует много способов оценки психологической привязанности клиента к определенному бренду или компании, но среди всех остальных наиболее высокой формой эмоционального одобрения является рекомендация, представляющая собой в целом ответ на вопрос «Какова вероятность того, что вы порекомендуете этот бренд или компанию другим покупателям»? Когда клиенты положительно отзываются о каком-то продукте или услуге, это означает, что у них есть твердая уверенность в ценности продукта или услуги, предлагаемой рекомендованной ими компанией или товарной маркой [2].

На примере одной региональной компании рассмотрим общий ИПЛ для заданной выборки потребителей (см табл. 1). Из таблицы 1 видно, что лояльность покупателей между категориями существенно различается и имеет почти двукратную разницу, а общий (средний) показатель лояльности имеет крайне низкий уровень. Данная оценка позволяет контролировать дальнейшие во времени действия компании, направленные на стимулирование продаж и повышение степени удовлетворенности потребителей.

Таблица 1

Распределение показателя лояльности по категориям потребителей

Категория потребителей	Удельный вес потребителей, %	ИПУ	КСК	Вероятность рекомендации	ИПЛ
Крайне довольные	22	100	0,85	0,94	79,9
Умеренно довольные	28	80	0,74	0,7	41,4
Отчасти удовлетворённые	18	60	0,56	0,62	20,8
Отчасти неудовлетворённые	16	40	0,17	0,15	1,0
Умеренно недовольные	11	20	0,14	0	0
Крайне недовольные	5	0	0	0	0
ИТОГО	100	63,8	0,54	0,54	18,6

Удовлетворенность и сохранение потребителей оказывают положительное влияние на рентабельность, однако у фирмы могут быть такие клиенты, которых хочется удержать, и

такие, от которых хотелось бы отказаться. Для эффективного управления взаимоотношениями с клиентами с точки зрения их удержания полезно произвести их классификацию по показателям лояльности и прибыльности. Не все клиенты одинаковы. Одни могут быть лояльными и прибыльными, другие прибыльными, но нелояльными, некоторые лояльными, но неприбыльными, а остальные – ни прибыльными, ни лояльными. Одна из целей маркетинга взаимоотношений с потребителями заключается в урегулировании этих различий с целью достижения высокого уровня и прибыльности. На рис. 1. представлены упомянутые четыре типа клиентов [3].

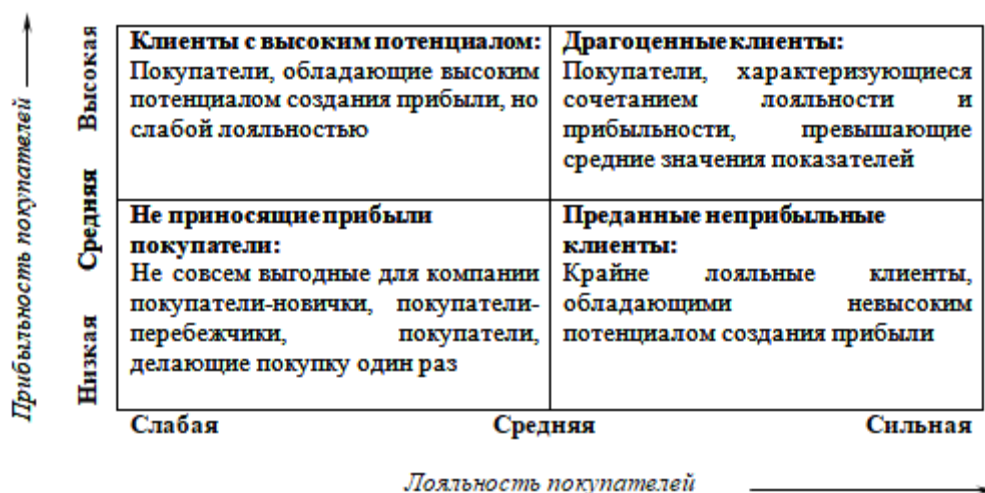


Рис. 1. Классификация клиентуры компании в аспектах лояльности и прибыльности

Рассмотрим и охарактеризуем каждую группу покупателей и маркетинговые стратегии взаимоотношения более подробно:

1. Драгоценные клиенты: покупатели, характеризующиеся сочетанием лояльности и прибыльности, превышающие средние значения показателей. Основной стратегией маркетинга взаимоотношений с ними будет являться инвестирование в специальные программы развития устойчивых, долгосрочных отношений с индивидуальным подходом, позволяющих достичь максимальной удовлетворённости.
2. Клиенты с высоким потенциалом: покупатели, обладающие высоким потенциалом создания прибыли, но слабой лояльностью. Основной стратегией маркетинга взаимоотношений с этой группой должны стать инвестирование в программы формирования преданности на основе специальных предложений, усиливающих потребительскую удовлетворённость и желание остаться с компанией.
3. Преданные неприбыльные клиенты: крайне лояльные клиенты, обладающие невысоким потенциалом создания прибыли. Подходящей стратегией маркетинга

взаимоотношений с такими клиентами будет инвестирование в специальные программы, предоставляющие им больше возможностей для покупок в новом формате на льготных условиях.

4. Не приносящие прибыли покупатели: не совсем выгодные для компании покупатели-новички, покупатели-перебежчики, покупатели, делающие покупку один раз. Основная стратегия маркетинга взаимоотношений с такой разношёрстной публикой должна быть связана с разделением потенциально прибыльных новичков от не приносящих прибыли за счёт обеспечения более высокого уровня сервиса и удовлетворённости. Также в данном вопросе важно не допустить бесконтрольность формирования базы клиентов, которые ни лояльны, ни прибыльны [4].

Маркетинг взаимоотношений является важным аспектом управления удержанием и прибыльностью клиентов. Его успешная реализация предполагает управлять отношениями со всеми потребителями в зависимости от уровня лояльности и потенциала для получения прибыли. Продуманное управление взаимоотношениями с клиентами начинается с определения потребителей, которых необходимо привлечь и сохранить, а также включает умение обращаться с новыми и отказываться от невыгодных покупателей. Каждое отдельное взаимоотношение с клиентом влияет на общий уровень удержания и прибыльности всей клиентской базы.

По мнению экспертов, выявленного в ходе проведённого социологического опроса, сфокусированность на клиентах и маркетинг взаимоотношений, а также конкурентную ориентированность и решительный командный подход в создании решений для потребителей являются основными факторами, определяющие рыночную направленность компании. Организации, обладающие преимуществами во всех трёх областях, являются более прибыльными [1, 5].

Устойчивая сфокусированность на клиентах позволяет фирме внимательно следить за ними и разрабатывать стратегии маркетинга на основании их потребностей и других источников их удовлетворённости. Степень ориентации на рынок также зависит от того, насколько хорошо компания понимает основных конкурентов и источники их конкурентных преимуществ. Такое понимание позволяет фирме контролировать свою относительную конкурентоспособность в областях ценовой политики, качества и доступности товара, качества обслуживания и удовлетворенности потребителей. Компания с сильной рыночной ориентацией отлично выполняет различные функциональные задачи, совершенствуя тем самым свои межфункциональные и деловые навыки, влияющие на реакцию и удовлетворенность потребителей.

Реальное преимущество сильной рыночной направленности фирмы заключается в более высоком уровне удовлетворенности и удержания клиентов. Сохранение желательных потребителей должно быть первоочередным приоритетом у руководителей. Фирма, серьезно ориентированная на рынок, имеет более выгодную позицию для разработки и внедрения стратегий, повышающих уровень удовлетворенности и степень сохранения клиентов. В свою очередь эти факторы влияют на средний доход от потребителя и маркетинговые затраты. В конечном счете именно эти факторы являются ключевыми силами, создающими прибыль компании [6].

Как же сформировать сильную рыночную направленность организации? Почему у одних компаний она есть, в то время как другие, кажется, не в состоянии её разработать? По мнению экспертов, выявленного в ходе проведенного социологического опроса, существует три основные причины, формирующих степень ориентированности компании на рынок:

– Знание маркетинга. Уровень образования и подготовки менеджеров и сотрудников в области маркетинга прямо влияет на рыночную ориентированность компании.

Знание маркетинга и ориентированные рынок отношения прочно связаны с обучением маркетингу, опытом и участием в образовательных программах. Для достижения мастерства в маркетинге одних слов мало. Фирмам, стремящимся создать сильную направленность, необходимо инвестировать в формирование собственных маркетинговых знаний.

Хотя формальное обучение и тренинги по маркетингу абсолютно необходимы в первую очередь сотрудникам, непосредственно отвечающим за маркетинг и занимающим высокие руководящие должности, индивидуальная ориентированность на рынок, обучение внимательному отношению к посетителям имеет существенное значение для каждого работника организации, особенно для сотрудников вспомогательных служб.

– Маркетинговое лидерство. Ориентация фирмы на рынок начинается на самом верху. Если у высшего руководства компании и ведущих менеджеров по маркетингу нет серьезной ориентированности на рынок, фирме сложно достичь какого-либо превосходства в маркетинге. Действия и распоряжения высших и средних руководителей, их последовательность задают тон и формируют характер ориентированности компании на рынок. Вектор направления деятельности руководства играет существенную роль в построении рыночной культуры компании.

– Удовлетворенность работников. Если сотрудники недовольны своей работой и не осведомлены о том, какое влияние их работа оказывает на клиентов, то, несмотря на

выступления высшего руководства и рыночные формулировки миссии и философии, ориентированность фирмы на рынок никогда не станет даже минимально эффективной [6].

Удовлетворенность персонала – ключевой фактор удовлетворённости потребителей. Удовлетворенность работников влияет на обслуживание клиентов, что, в свою очередь, повышает их приверженность к компании и, следовательно, приводит к более высокому уровню прибыльности. Таким образом, для создания стабильной ориентированности на рынок необходима здоровая деловая среда, благодаря которой персонал получает удовольствие от работы [7].

Подводя определённый итог исследования, можно отметить следующее:

Нелояльные потребители, которых не удалось удержать, в итоге покинут компанию и перейдут к конкуренту. Чтобы контролировать свою прибыль, фирма должна заниматься маркетингом взаимоотношений с клиентами и исследовать разные комбинации лояльности и прибыльности потребителей. Не все новые клиенты, которых компания сохранила или потеряла, одинаковы по показателям своей прибыльности и лояльности. Чтобы достичь высокого уровня сохранения и прибыльности клиентов, необходимо эффективно использовать различия между покупателями. Фирма будет способна сформировать потребительскую лояльность и прибыльность в той мере, в какой она способна управлять взаимоотношениями с клиентами.

В конечном счете фирма, ориентированная на рынок, должна добавить к своей сфокусированности на потребителях уверенную ориентированность на конкурентов и командный подход к созданию и предоставлению решений для клиентов. При этом что знание маркетинга – основа для убеждённой ориентированности на рынок и сфокусированности на потребителях. Не менее важное значение имеет управление маркетингом. В искусстве маркетинга высшее руководство и менеджеры по маркетингу играют ключевые роли. Их знания и ориентированные на рынок отношения формируют твердую сфокусированность на потребителях. Очень важна и удовлетворенность персонала. Компания с недовольными работниками просто не сможет получить требуемый уровень удовлетворенности потребителей, с которым можно достичь высокого уровня прибыльности.

Список литературы

1. Бест, Р. Маркетинг от потребителя [Текст] / Р. Бест – М.: Манн, Иванов, Фербер, 2008. – 760 с.

2. Матанцев, А.Н. Искусство завоевать рынок [Текст] / А.Н. Матанцев — М.: Экономист, 2006. — 512 с.
3. О ‘Шонесси, Дж. Конкурентный маркетинг: стратегический подход [Текст] / Дж. О ‘Шонесси – СПб.: Питер, 2001. — 309 с.
4. Иган, Д. Маркетинг взаимоотношений: анализ маркетинговых стратегий на основе взаимоотношений [Текст] / Д. Иган – Москва : Юнити, 2015. – 375 с.
5. Лапыгин, Ю.Н. Продвижение на локальные рынки [Текст] / Ю.Н. Лапыгин, С.Ю. Редькин, Р.В. Скуба . – Владимир.: Изд.-во Владим. гос. ун-та, 2008. – 166 с.
6. Котлер, Ф. Десять смертных грехов маркетинга [Текст] / Ф. Котлер – СПб.: Издат. дом «Нева», 2004. — 160 с.
7. Скуба Р.В. Покупательское поведение в процессе принятия решения о покупке [Текст] // Стратегическое развитие социально-экономических систем в регионе: инновационный подход. Материалы III международной научно-практической конференции 20 ноября 2017 г.: сборник статей и тезисов / под общ. ред.: Скубы Р.В. О.Л., Барина М.А., Захарова С.С. – Владимир: Транзит-ИКС – с. 130- 132 с.

**Потребительская удовлетворённость – основной показатель эффективности
маркетинга региональной коммерческой организации**

**Consumer satisfaction – the basic indicator of marketing efficiency of the regional
commercial organization**



УДК 339.138

DOI 10.24411/2413-046X-2020-10505

Скуба Роман Васильевич,

кандидат экономических наук, доцент, доцент кафедры «Стратегическое планирование и управление жилищно-коммунальным комплексом», ФГБОУ ВО «Владимирский государственный университет имени Александра Григорьевича и Николая Григорьевича Столетовых», г. Владимир,

Scuba Roman Vasilievich,

PhD in Economics, Associate Professor, Associate Professor of the Department «Strategic Planning and Management of the Housing and Communal Complex», FSBEI of HE «Vladimir State University named after Alexander Grigoryevich and Nikolay Grigoryevich Stoletovs», Vladimir

Аннотация. В статье представлен обзор основных моментов определения и оценки лояльности потребителей с учётом специфики региональной коммерческой организации. Показано, как сфокусированность на клиентах и уровень потребительской удовлетворенности влияет на коммерческие результаты организации. Установлена взаимосвязь между удовлетворенностью потребителей и удержанием клиентов. Выделены основные особенности и различия в конкурентных условиях относительно управления удовлетворенностью потребителей. Выявлены главные причины, разрушающие рыночную позицию компании и усложняющие процесс привлечения новых потребителей.

Summary. The article provides an overview of the main points in determining and evaluating customer loyalty, taking into account the specifics of a regional commercial organization. It is shown how customer focus and customer satisfaction affect the organization's business results. A relationship has been established between customer satisfaction and customer retention. The

main features and differences in competitive conditions regarding the management of customer satisfaction are highlighted. The main reasons that destroy the company's market position and complicate the process of attracting new consumers are identified.

Ключевые слова: Лояльность потребителей, удовлетворенность потребителей, сфокусированность на клиентах, региональная коммерческая организация.

Keywords. Customer loyalty, customer satisfaction, customer focus, regional commercial organization.

В современном конкурентном мире потребители менее преданы брендам и, обладая возможностью выбора, ожидают большего от производителей товаров. Многим из них пришлось перестроить свою организационную структуру, чтобы отреагировать на изменения потребностей клиентов и появление конкурентов.

Выживать и расти будут те компании, которые понимают суть перемен и находятся в авангарде, зачастую иницируя эти перемены. Кто-то, чуть медленнее воспринимающий суть, формирует ответные стратегии, а остальные исчезнут, даже не осознав изменений.

Перемены – единственное, что постоянно. По данным исследователей они проявляются через изменение:

- поведения потребителей, их образа жизни и потребностей, а также демографических факторов.
- действий конкурентов, связанных с появлением новых технологий и упразднением многих препятствий для конкуренции.
- среды, в которой функционируют фирмы, в связи с изменением экономических, политических, социальных и технологических факторов [1].

Фирмы, способные оказаться там, где открываются новые возможности, серьезно ориентированы на рынок. Они постоянно приспосабливаются к потребностям клиентов, стратегиям конкурентов, изменяющимся окружающим условиям и новым технологиям. Они ищут пути, чтобы непрерывно совершенствовать решения, предлагаемые целевым потребителям. Этот процесс дает им возможность идти в ногу с прогрессом, а часто и возглавлять перемены.

Организации с низкой сфокусированностью на клиентах обладают поверхностным либо недостаточным пониманием потребностей клиентов и конкуренции. Это в свою очередь приводит к размытому предложению с минимальной потребительской удовлетворенностью. Следствием этого становится низкий уровень лояльности потребителей, так как они становятся легкой добычей конкурентов. Маркетинговые мероприятия, предпринимаемые для удержания клиентов от перехода к конкурентам,

достаточно дороги. Также дорого обходится и приобретение новых клиентов взамен потерянных. Низкий уровень лояльности и более высокие доходы на маркетинг приводят к неутешительным итогам с точки зрения прибыльности. Необходимость быстрого улучшения финансовых результатов приводит к использованию тактики лихорадочных продаж и различным бухгалтерским маневрам [2].

В противоположность представленной выше логике развития событий фирма с сильной сфокусированностью на клиентах поддерживает с ними тесное общение, стараясь добиться высокого уровня удовлетворенности и сформировать их лояльность. Стратегии маркетинга в таких компаниях строятся вокруг потребностей клиентов и других источников их удовлетворенности. Степень сфокусированности на клиентах также зависит от того, насколько хорошо организация понимает основных конкурентов и развитие конкуренции. Этот аспект позволяет компании проследить свою сравнительную конкурентоспособность [3].

Чем выше степень сфокусированности на клиентах и уровень потребительской удовлетворенности, тем выше лояльность потребителей. Удержание и сохранение хороших клиентов должно быть первоочередной задачей руководителей, строящих деятельность на основе требований рынка. Компании, сфокусированные на клиентах, занимают самое выгодное положение для разработки и внедрения стратегий, направленных на рост потребительской удовлетворенности и лояльности. Эти стратегии, в свою очередь, способствуют повышению прибыльности клиента [4].

Хотя фирма, работающая в условиях рынка, обычно использует целый набор показателей для контроля эффективности маркетинговой деятельности, важнейшим показателем эффективности является степень удовлетворенности клиентов. Для привлечения покупателей можно разработать множество стратегий, однако следующий этап – удовлетворения и удержания клиентов – будет зависеть исключительно от деятельности самой фирмы, а именно воздействие на «крайне довольных» клиентов и проактивное управление недовольными. Существует множество способов оценки потребительской удовлетворенности. Наиболее распространенным является индекс потребительской удовлетворенности (ИПУ) или customer satisfaction index (CSI). Индекс рассчитывается на основании оценок общей удовлетворенности потребителей по шестиразрядной шкале, начиная с крайне недовольных и заканчивая крайне довольными потребителями. По каждому уровню потребительской удовлетворенности присваивается рейтинг от 0 (для крайне недовольных) до 100 (для крайне довольных клиентов) (рис. 1) [1].

Крайне недовольные клиенты	Умеренно недовольные клиенты	Отчасти неудовлетворённые клиенты	Отчасти удовлетворённые клиенты	Умеренно довольные клиенты	Крайне довольные клиенты
0	20	40	60	80	100

Рис. 1. Шкала индекса потребительской удовлетворённости

Чтобы получить общий ИПУ для заданной выборки потребителей, рассчитываются средние показатели их удовлетворенности. Само по себе абсолютное значение уровня потребительской удовлетворенности значит немного. Более значимым данный показатель становится при рассмотрении его в динамике и в сравнении с ведущими конкурентами. Если взглянуть на проблему шире и определить процентное соотношение для каждой категории на шкале удовлетворенности клиентов, перед нами предстанет достоверная картина по данным одной региональной компании (см. таблицу 1).

Таблица 1

Распределение показателей удовлетворённости и прибыльности по категориям потребителей

Категория потребителей	Удельный вес потребителей, %	ИПУ	Годовой объём продаж с клиента, тыс. руб.	Годовая прибыль с клиента, тыс. руб.
Крайне довольные	22	100	38,5	14,7
Умеренно довольные	28	80	20,7	6,2
Отчасти удовлетворённые	18	60	15,6	4,8
Отчасти неудовлетворённые	16	40	9,4	2,9
Умеренно недовольные	11	20	6,2	2,1
Крайне недовольные	5	0	4,3	1,2
ИТОГО	100	63,8	19,5	6,6

Как видно из таблицы 1 средний ИПУ, равный 63,8 получен на основании того, что 68% потребителей сообщили о разной степени удовлетворенности и 32% – о разной степени неудовлетворенности, 18% отчасти удовлетворенных, несомненно, уязвимы для конкурентов, 11% попавших в категорию недовольных являются серьезными кандидатами на уход. Таким образом, неотложной заботой должны стать неудовлетворённые клиенты.

Более развёрнутую информацию даёт оценка прибыльности клиента. Как представлено в таблице 1 средняя годовая выручка на одного клиента составляет 19500 рублей. Однако крайне довольные клиенты тратят в среднем 38500 рублей в год, что превышает среднее значение приблизительно в 2 раза. Ещё большую роль эта категория потребителей играет в получении прибыли.

Таким образом, сравнивая показатели удовлетворённости и прибыльности, становится ясно, что источником получения прибыли являются крайне довольные клиенты. Неудовлетворённые покупатели покупают меньше, стараясь приобретать товары с низкой доходностью или со скидкой [5].

Довольно часто неудовлетворенные клиенты не предъявляют напрямую своих претензий организации, но высказывают свое недовольство окружающим людям. Исследования показали, что из 100 недовольных покупателей только 4 пожалуются в соответствующие инстанции компании. Тот, кто уходит, не только разрушает рыночную позицию компании, но и усложняет процесс привлечения новых потребителей, так как расскажет о причинах своего недовольства порядка 8 потенциальным покупателям [6].

Поэтому одна из задач управления, определяемого рынком, заключается не только в наблюдении за удовлетворенностью потребителей, но и в побуждении их открыто выражать свое недовольство и жаловаться. Только обладая информацией о специфике жалобы клиента и источнике недовольства, фирма может исправить ситуацию [7].

Многие компании, занимаются профилактикой возможной потребительской неудовлетворенности, размещая рекламные объявления с номерами телефонов для бесплатных звонков и побуждая клиентов тем самым выражать свое недовольство. Их упреждающие маркетинговые мероприятия приводят к двум важным результатам. Во-первых, они реагируют на проблемы по мере их возникновения, значительно уменьшая вероятность неудовлетворенности и ухода клиентов. Во-вторых, сообщения о профилактических действиях повышают уровень доверия, свидетельствуя о том, что компания прилагает серьезные усилия по обеспечению удовлетворения клиентов.

Удержание недовольных клиентов – дорогостоящее занятие, потому что в попытках сохранить их компания вынуждена тратить дополнительные ресурсы. А это означает дополнительную работу для продавцов, уступки в цене, специальные условия по складским запасам или расчетам и больший объем сервиса.

Новые потребители тоже менее выгодны. Формирование покупательских привычек и стимулирование покупки продукции через продажу опытных образцов (так называемые пробные предложения) требуют затрат на рекламу и продвижение товара. Это увеличивает общий объем маркетинговых затрат, связанных с привлечением, подготовкой и обслуживанием новых клиентов. Эта группа клиентов обычно покупает меньше, так как пребывает на стадии оценки и пока еще не полностью привязана к фирме и её продукции. Это снижает годовой доход.

Если фирма сможет каждый год сохранять более высокий процент своих клиентов, она уменьшит затраты, связанные с неудовлетворенностью и уходом потребителей, и ей не придется тратить много денег на маркетинговые усилия по привлечению новых покупателей. При этом, так как годовая прибыль на клиента у сохраненных потребителей выше, чем у потерянных и новых покупателей, валовая прибыль компании должна вырасти [8].

Итак, чуть выше была обозначена взаимосвязь между удовлетворенностью потребителей и удержанием клиентов. Однако различия в конкурентных условиях вносят в нее свои поправки. На менее конкурентных рынках потребителей удержать легче даже при низком уровне их удовлетворенности. Там либо немного конкурентов, либо затраты на переход к обслуживанию другой компанией слишком высоки. На рынках, где относительно немного вариантов выбора (например, коммунальные услуги) клиенты останутся, даже будучи недовольными. На таких рынках можно достичь сравнительно высокого уровня удержания клиентов при их относительно низкой удовлетворенности.

На рынках с сильной конкуренцией, где существует большой выбор, а затраты на переход низкие, даже относительно высокий уровень удовлетворенности не может гарантировать преданности клиентов. Если потребители банковских услуг не вполне удовлетворены, они могут поменять свои предпочтения. Покупатели товаров, сроки покупок которых могут быть продолжительными (например, бытовая электротехника), в случае даже частичного недовольства могут достаточно легко переключиться на другой бренд. На таких рынках сохранить клиентов намного сложнее. Удержать их с момента одной покупки до совершения следующей способен лишь наиболее высокий уровень потребительской удовлетворенности.

Подводя определённый итог исследования, можно резюмировать следующее: степень сфокусированности компании на клиентах напрямую связана с её способностью разрабатывать рыночные стратегии, ведущие к высокому уровню удовлетворенности потребителей. На протяжении продолжительного времени эксперты могли считать это приятной научной доктриной, мало связанной с получением компанией прибыли. Однако сегодня существует заслуживающее внимание подтверждение того, что фирмы, добившиеся более высокого уровня потребительской удовлетворенности, получают большую прибыль. Они способны сохранить значительную долю клиентов, меньше занимаются корректировками, вызванными низким качеством продукта или услуги, и тратят меньше времени и денег на привлечение новых клиентов взамен потерянных.

Таким образом, стабильно сфокусированные на потребителях компании способны достигать более высоких уровней как удовлетворенности, так и прибыльности клиентов.

Список литературы

1. Бест, Р. Маркетинг от потребителя [Текст] / Р. Бест – М.: Манн, Иванов, Фербер, 2008. – 760 с.
2. Котлер, Ф. Основы маркетинга [Текст] / Ф. Котлер, Г. Армстронг, Д. Сондерс, В. Вонг – Киев; М.; СПб.: Издат. дом «Вильямс», 1998. — 1152 с.
3. Лапыгин, Ю.Н. Стратегический маркетинг в конкурентной борьбе. [Текст] / Ю.Н. Лапыгин, Р.В. Скуба – Владимир: ВлГУ, 2003. – 98 с.
4. Матанцев, А.Н. Искусство завоевать рынок [Текст] / А.Н. Матанцев — М.: Экономист, 2006. — 512 с.
5. Лапыгин, Ю.Н. Продвижение на локальные рынки [Текст] / Ю.Н. Лапыгин, С.Ю. Редькин, Р.В. Скуба . – Владимир.: Изд.-во Владим. гос. ун-та, 2008. – 166 с.
6. Скуба Р.В. Покупательское поведение как фактор выбора целевых сегментов рынка [Текст] // Экономика и предпринимательство. – 2018 — №9 – С. 1180-1185.
7. Управление розничным маркетингом [Текст] / Под ред. Д. Гилберта – М.: ИНФРА-М, 2005. – 571 с.
8. Прыкин, Ф. В. Проблемы качества обслуживания [Текст] / Ф. В. Прыкин. – М. : Омега –Л, 2011. – 177 с.

Базовые характеристики рынка и их влияние на формирование маркетинговой стратегии региональной коммерческой организации
Basic characteristics of the market and their influence on the formation of the marketing strategy of the regional commercial organization



УДК 339.138

DOI 10.24411/2413-046X-2020-10506

Скуба Роман Васильевич,

кандидат экономических наук, доцент, доцент кафедры «Стратегическое планирование и управление жилищно-коммунальным комплексом», ФГБОУ ВО «Владимирский государственный университет имени Александра Григорьевича и Николая Григорьевича Столетовых», г. Владимир,

Scuba Roman Vasilievich,

PhD in Economics, Associate Professor, Associate Professor of the Department «Strategic Planning and Management of the Housing and Communal Complex», FSBEI of HE «Vladimir State University named after Alexander Grigoryevich and Nikolay Grigoryevich Stoletovs», Vladimir

Аннотация. В статье представлены основные характеристики рыночного спроса и условия их определяющие в аспекте формирования маркетинговой стратегии региональной коммерческой организации. Показаны основные преимущества, которые даёт компании развёрнутое стратегическое определение рынка. Рассмотрены составляющие рыночного потенциала компании и конъюнктура неосвоенного рынка. Выявлены сдерживающие факторы, ограничивающие рыночный спрос компании. Дана классификация факторов потребительского восприятия и принятия продукции, представлена характеристика скорости проникновения организации на новый рынок.

Summary. The article presents the main characteristics of market demand and their conditions determining the aspect of the formation of the marketing strategy of a regional commercial organization. The main advantages that the company provides a detailed strategic definition of the market are shown. The components of the company's market potential and the undeveloped

market conditions are considered. Constraining factors limiting the market demand of the company are revealed. The classification of factors of consumer perception and acceptance of products is given, a characteristic of the organization's penetration rate into a new market is presented.

Ключевые слова: Рыночный спрос, рыночный потенциал, конъюнктура рынка, маркетинговая стратегия, региональная коммерческая организация.

Keywords. Market demand, market potential, market conditions, marketing strategy, regional commercial organization.

При формировании маркетинговой стратегии компании первоочередным моментом на начальной стадии является определение размера рынка. Одной из самых больших угроз для выживания бизнеса и основной причиной упущенных рыночных возможностей является слишком сильная концентрация внимания компаний на существующих товарных рынках. Таким опасностям подвергаются фирмы, не способные разглядеть весь спектр потребителей и понять, какие факторы формируют рыночный спрос, особенно ту его часть, которая пока еще никем не обслуживается.

Концепция Теодора Левитта о маркетинговой близорукости актуальна и по сей день и объясняет вышесказанное, как и пятьдесят с лишним лет назад, когда он в своей работе впервые затронул эту тему: «Близорукость компаний в отношении потенциальных рынков сводится к сфокусированности на какой-то конкретной продукции» [1].

Поэтому процесс планирования маркетинговой деятельности компании необходимо начать с разработки более объёмного, стратегического представления о рынке, которое включает в себя более широкий диапазон товаров-заменителей. С таким подходом фирма обнаружит больше рынков, чем у неё имеется, в том числе и смежных, которые могут представлять новые возможности для роста. В данной статье мы рассмотрим основные характеристики рыночного спроса и условия их определяющие в аспекте формирования маркетинговой стратегии региональной организации.

Ведущие мировые компании имеют более широкое видение рынка. У них более глубокие взгляды на рыночный спрос. Они не зацикливаются на существующих видах продукции и потребителях. Это позволяет им увидеть возможности на неосвоенных или развивающихся рынках, которым остальные не придают значения или вообще не замечают.

У любой организации в определённый момент времени есть действующие потребители, формирующие текущий рыночный спрос, и потенциальные клиенты, обеспечивающие возможность для его роста. Со временем рост спроса на какой-то товар

или услугу прекращается. Покупки осуществляются определенной долей от некоторого количества потребителей. Таким образом, для всякого рынка существует фиксированный уровень рыночного спроса.

Потенциальные клиенты дают возможность спрогнозировать уровень будущего рыночного спроса. Потенциал зрелых рынков, выраженный в максимальном количестве потребителей, очень часто близок к рыночному спросу, представляющему существующее количество потребителей. На новых и перспективных рынках спрос, как правило, будет расти с увеличением числа потребителей. Но чтобы достичь желаемого уровня эффективности на рынке в течение длительного периода времени, нужно обладать ясным пониманием как вертикального, так и горизонтального рыночного спроса на свою продукцию.

Развитие более широкого взгляда на то, что называется рынком, представляет собой первый шаг к пониманию спроса. Фирма с узким рыночным фокусом видит перед собой только явно выраженные потребности обслуживаемых клиентов. На рис. 1 видно, что это не позволяет рыночному потенциалу достичь своего максимума, так как происходит движение обслуживаемого рынка слева направо и его проникновение в необслуживаемую часть узкого рыночного определения. Компании во многом определяют свой рынок на базе существующих потребителей. Это ограничивает их мышление и потенциал роста бизнеса. Они не могут выйти за рамки своего сжатого представления об обслуживаемых клиентах с четко выраженной потребностью и не используют значительные конъюнктурные возможности на неосвоенной части рынка. Широкое видение рынка способствует обнаружению скрытых потребностей и, как показано на рис. 1, открывает новые возможности для обслуживания [2].

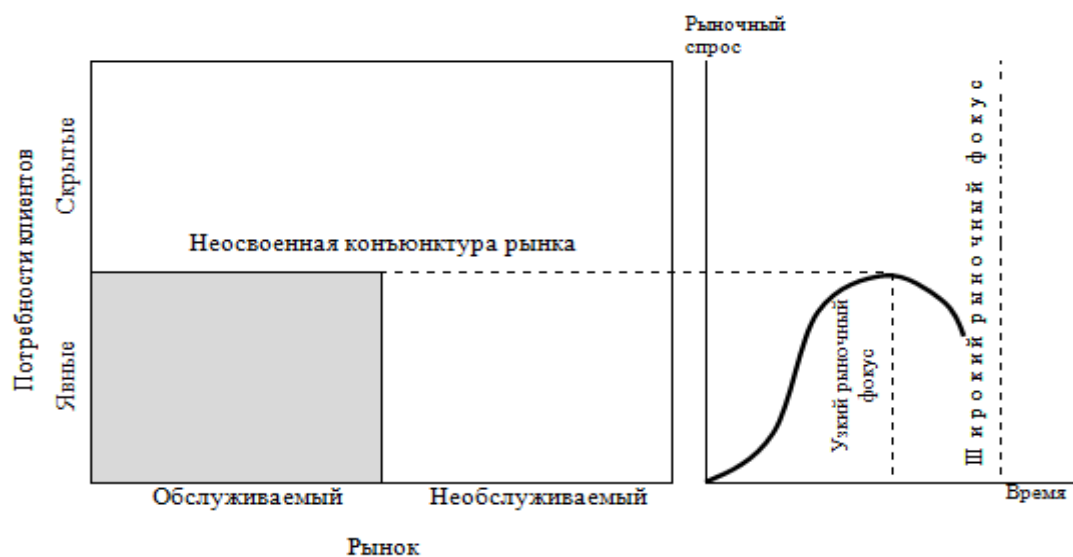


Рис. 1. Рыночный потенциал и конъюнктура неосвоенного рынка

Компании, чтобы не ограничивать себя узкими рамками и избежать возможных препятствий на пути обнаружения новой рыночной конъюнктуры, необходимо иметь развёрнутое стратегическое определение рынка. Оно включает в себя более полное определение всех товарных рынков, которые потенциально могут заменить рынки, обслуживаемые фирмой на данном этапе, а также всех значимых товаров-заменителей. Степень замещаемости в нём представлена дистанцией между рынками. Чем ближе один рынок к другому, тем выше вероятность, что потребители сменят продукт. Развёрнутое стратегическое определение рынка позволяет менеджерам увидеть более полный спектр потребностей клиентов и новую потенциальную рыночную конъюнктуру. Несомненно, эта способность обеспечивает более широкий диапазон применения рыночных стратегий, так как руководство компании, учитывая ключевые компетенции и потенциал компании, оценивает, какие рынки включать в круг своих интересов.

Таким образом, развёрнутое стратегическое определение рынка обеспечивает рыночной компании три основных преимущества:

- способность удовлетворять большее число потребностей клиентов;
- умение распознавать потенциальные товары-заменители и угрозы со стороны конкурентов при их появлении;
- возможность лучше понимать главные потребности клиентов [3].

Обладающая более широким взглядом на рынок компания способна увидеть больше возможностей для роста. Более широкий набор возможностей часто существует в пределах одного вертикального и смежных с ним горизонтальных рынков. Конъюнктура вертикальных рынков не выходит за рамки самого товара. Горизонтальный спрос дополняет спрос на вертикальном рынке. По сути, горизонтальный рынок нельзя полностью развить при отсутствии спроса на вертикальном. Причина этого заключается в том, что расширение вертикального ассортимента товаров в процессе развития горизонтальных рынков приведет к еще большему количеству разновидностей продукции.

Обладая развёрнутым определением обслуживаемого рынка, компания находится в более выгодном положении для установления тех рыночных доменов, где она будет конкурировать. Важнейшим определяющим фактором видения рынка является реализация основной потребности клиента. Эта потребность имеет огромное влияние на то, как фирма определяет свой рынок, его размер, и на то, как она будет его развивать и обслуживать. Обслуживаемый рынок – это тот рынок, на котором компания конкурирует за целевого потребителя. Он включает как клиентов самого предприятия, так и клиентов его конкурентов.

Теперь, когда сформулировано определение обслуживаемого рынка, компания может быстрее и лучше понять несколько важных аспектов рыночного спроса. Первый и самый значимый вопрос: сколько потребителей составляют максимальный потенциал для этого нового определения рынка? Задавая его, вскрывается фундаментальное различие между компанией, сфокусированной на выпускаемой продукции, и фирмой, ориентированной на рынок: бизнес, сосредоточенный на выпуске какого-либо товара, заинтересован в его объёме, тогда как компанию с рыночной установкой интересует количество потребителей, образующих её рынок. Объём продукции и объём продаж могут изменяться вследствие потребительского поведения и конкурирующих стратегий. Однако потенциальное число покупателей внутри рыночного домена – это конечное число огромной стратегической важности, так как оно устанавливает верхний предел колебаний количества потребляемых единиц товара.

Таким образом, количество потребительских единиц почти всегда меньше, чем максимальный потенциал рынка (максимальное число покупателей) [1]. Многие новые рынки, как и большинство глобальных рынков, очень далеки от ситуации полного использования своего рыночного потенциала, то есть существует огромное число возможных потребителей, которые там еще даже не появились. На рис. 2 представлены пять основных факторов, сдерживающих развитие рынка [4].

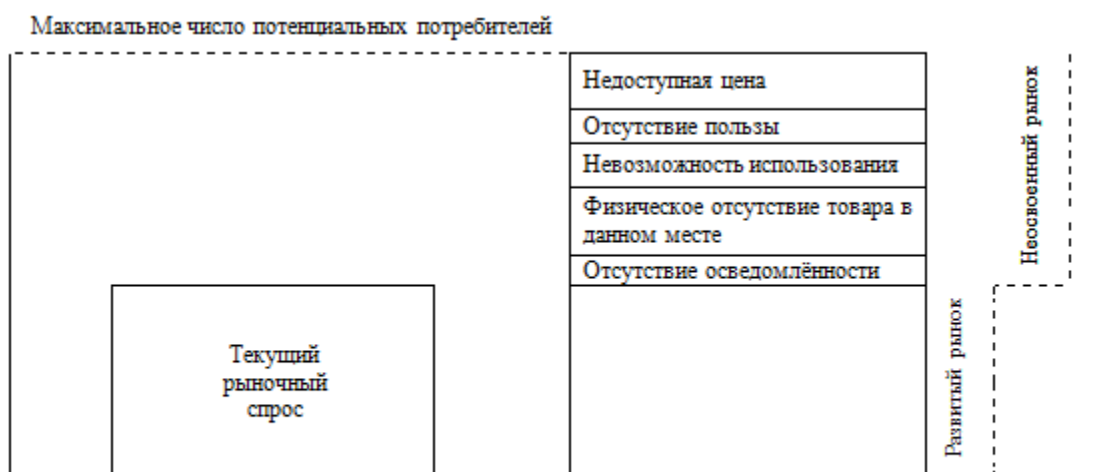


Рис. 2. Максимальный потенциал и текущий спрос на рынке

Рассмотрим подробнее сдерживающие факторы, ограничивающие рыночный спрос:

1. Осведомлённость включает в себя не только информацию о товаре, но и полное понимание всех имеющихся у него преимуществ. Если потенциальные покупатели не знают о существовании какого-то продукта или не вполне понимают его преимущества,

это означает, что они плохо информированы и вряд ли смогут осознать его потенциальную ценность.

2. Наличие товара – это фактор, который может ограничить рыночный спрос через частичное отсутствие востребованных товаров, или недостаток услуг, поддерживающих их использование. Многие охотно приобрели бы сложносоставные товары, но техническая поддержка по их обслуживанию недоступна на многих географических рынках.

3. Невозможность использования какой-либо продукции тоже может препятствовать достижению рынком пика своего потенциала. Например, люди во многих уголках мира охотно использовали бы компьютеры, но из-за отсутствия электричества не могут этого сделать. Не менее важным фактором для приобретения персонального компьютера является определенный уровень специального образования и подготовки.

4. Отсутствие пользы в том или ином товаре, который не является привлекательным, поэтому не возникает желания купить его. Некоторые покупатели противятся использованию товара, например, по экологическим причинам – для них другие аргументы о пользе товара незначимы и неубедительны. Так как у потребителей есть широкий диапазон требований, относящихся к товарам и образу жизни, а разместить на каком-либо рынке продукты, сочетающие в себе все желаемые преимущества, невозможно, то существует практический предел, препятствующий рынку достичь своего максимального потенциала.

5. Недоступность по цене с точки зрения бюджета многих потенциальных клиентов: компании, сфокусированные исключительно на выпускаемой продукции, никогда не заглядывают вперед и довольствуются существующим рынком потребителей. В результате они никогда не поставят перед инженерами и руководителями производства задачу создания более дешёвой версии своей продукции [5].

Реальная польза от более развёрнутого определения рынка заключается в понимании как его суммарного потенциала, так и сдерживающих факторов, которые ограничивают на данном этапе рыночный спрос. Если представить всё это в виде соотношения значений максимального рыночного потенциала к имеющемуся спросу, мы получим показатель перспективы развития рынка:

$$\text{Индекс развития рынка} = \frac{\text{Имеющийся рыночный спрос}}{\text{Максимальный спрос}} \times 100\%$$

Индекс развития рынка или market development index (MDI) со значением менее 33 свидетельствует о том, что существует значительный потенциал роста. На первом этапе рыночный потенциал здесь обычно можно обслуживать с помощью более высоких цен и основных преимуществ. Для привлечения большего количества потребителей на рынок

фирмам приходится снижать цены, предлагать более широкий ассортимент альтернативной продукции и расширять сбыт, чтобы обеспечить наличие товара.

Когда значение индекса находится между 33 и 67, развитие рынка основывается на создании необходимых преимуществ товара и снижении цен, что помогает привлечь большее количество потребителей.

Когда индекс поднимается выше 67, реальная возможность роста всё ещё существует. Однако осуществить её гораздо сложнее, так как компания сталкивается с более серьезными причинами, ограничивающими развитие рынка. К ним в основном относятся ценовая доступность, отсутствие преимуществ и невозможность использования товара. Для преодоления этих препятствий необходимы действительно ориентированные на рынок и сфокусированные на потребителе решения. И хотя с точки зрения маркетинга предстоит более трудная задача, разработка этой неосвоенной части потребителей обеспечивает более дифференцированную позицию, которую конкуренты могут счесть слишком сложной для подражания. Это серьёзный вызов, но и награда в виде владения рынком не выглядит символическим поощрением [2].

Признавая, что каждый рынок имеет некий верхний предел (свой рыночный потенциал), специалисты по маркетингу задаются вопросами: насколько быстро он будет расти, пока не достигнет высшей ступени развития этого потенциала? Некоторые рынки достигают своего наивысшего потенциала намного быстрее, чем другие, но почему так происходит? Что заставляет рынки одних товаров расти динамичнее остальных?

Рост рынка и темпы его развития – специфический феномен каждого рынка, основанный на привлекательности товара, характерных особенностях клиентов и маркетинговых мероприятиях – формируют три основных фактора:

1. Рыночный потенциал: это максимальное число потенциальных потребителей на рынке, понимаемым определенным образом.
2. Проникновение на рынок: общее количество потребителей, пришедших на данный рынок в определенный момент времени.
3. Динамика прихода на рынок: уровень, на котором новые клиенты приходят на данный рынок [6].

Новые рынки зависят от необходимости привлечения новых потребителей. Большинство потенциальных покупателей не горят желанием первыми приобрести какой-то новый товар. Часто у новых видов продукции более высокая цена, они сложнее в обращении и в восприятии основной массы потребителей проигрывают утвердившимся на

рынке товарам. В результате группа первых приобретателей новой продукции или технологии сталкивается со специфическими рисками.

Вообще покупатели, формирующие рынок на ранней стадии его развития, лучше осведомлены, менее чувствительны к цене, их больше волнуют преимущества товара, и они меньше зависят от того, что думает или делает большинство. Эти передовые клиенты очень важны. Если их не удастся привлечь, удовлетворить и удержать, данный рынок, скорей всего, исчезнет, так как основная часть потребителей не будет покупать, если этого не делают «первопроходцы». Поэтому первостепенная задача для успешного развития нового товарного рынка заключается в определении передовых клиентов.

Чтобы перейти от стадии, когда новый рынок еще не сформировался, к основному этапу его развития, требуется разработать целый пакет полных решений. Если покупатели на раннем этапе развития хотят, чтобы новые товары оправдали свое предназначение, то потребители на основном этапе не желают довольствоваться неполными решениями: им требуется стопроцентный результат. А для этого фирме нужно разработать решение, имеющее все необходимые отличительные признаки и функции, а также предусматривающие набор вспомогательных видов продукции и услуг.

Разработка и предложение полного решения не ограничиваются дальнейшим развитием и совершенствованием продукции. Скорость, с которой новый продукт приживается и начинает восприниматься на основном этапе развития, также зависит от особенностей потребителей, позиционирования товара и влияющих на него рыночных факторов. При соответствующей осведомленности и наличии продукции существует некоторое количество факторов, которые могут ускорить или замедлить привлечение потребителей и темпы роста рынка. В таблицах 1 и 2 представлены шесть факторов потребительского восприятия товара-новинки и шесть факторов принятия продукции, влияющих на проникновение на новый товарный рынок, на примере одной региональной компании [7].

Таблица 1

Факторы потребительского восприятия товара-новинки

Факторы влияния на группу покупателей	Характеристика потребительских факторов, влияющих на скорость проникновения на новый рынок товаров и на процент покупателей	Доля покупателей в результате опроса, %
Ощущение необходимости приобретения	Наличие сильной и осознанной необходимости в этом товаре	92
Рекомендация	Приобретение товара по рекомендации	84
Решение о покупке	Относительная лёгкость покупки товара при минимальном объёме информации о нём	76
Чувство риска	Восприятие социально-экономического риска и угрозы безопасности, связанных с использованием данного товара	45
Возможность увидеть использование товара	Наблюдение за товаром в действии ещё до покупки	37
Пробная продажа образцов	Возможность испытать или попробовать товар ещё до покупки	34
Индекс потребительского восприятия (среднее значение)		61

Таблица 2

Факторы принятия продукции при проникновении на новый рынок

Факторы влияния продукции	Характеристика факторов принятия продукции, влияющих на скорость проникновения на новый рынок товаров и на процент покупателей	Доля покупателей в результате опроса, %
Доступная цена	Доступная цена с учётом собственной покупательской способности	89
Преимущества товара	Уверенность в заметных преимуществах перед существующими товарами	85
Удобство использования	Товар прост и удобен в использовании	75
Обслуживание покупателей	Высокий уровень послепродажного обслуживания и поддержки	39
Эксплуатационный риск	Небольшая вероятность неудачного использования товара	24
Наличие в продаже	Лёгкая доступность товара в месте продажи	19
Индекс принятия продукции (среднее значение)		55

Рассмотрим каждую группу факторов более подробно:

1. Факторы потребительского восприятия – это одна из величин, определяющих с какой скоростью покупатели приходят на рынок. Во-первых, потребители должны чувствовать, что им нужен этот товар, но степень этой необходимости может быть различной. Когда осознанная необходимость невелика, процесс привлечения потребителей будет медленным. Восприятие потребителями опасности может включать в себя множество осознанных факторов риска, таких как понятие безопасности, социальный и экономический риск.

Характер и размер самостоятельной хозяйственной единицы является фактором, влияющим на привлечение потребителей. Коллективные решения замедляют динамику

прихода потребителей. Вероятность самостоятельного решения упрощает и ускоряет этот процесс. Помимо прочего, возможность покупателей легко испытать товар, не приобретая его, ускоряет темпы проникновения на рынок. Когда товар легко различим и его запросто можно испытать или попробовать на вкус, скорость проникновения на рынок возрастает. Она также увеличивается в результате положительного обмена информацией, когда клиенты готовы порекомендовать другим приобрести ту или иную продукцию.

2. Факторы принятия продукции определяют силу позиционирования товара (его относительные преимущества). Чем сильнее относительное преимущество товара и доступнее его цена, тем выше воспринимаемая потребительская ценность, образованная этим товаром, и скорость прихода покупателей на рынок. Однако именно здесь и останавливаются многие компании. Они не пытаются более тщательно исследовать категории воспринимаемой сложности и удобства использования так, как их понимают потенциальные потребители. Если продукция идет вразрез со сложившимся представлением о её предназначении или ей сложно пользоваться, покупатели могут крайне неохотно ее испытывать или приобретать.

Это касается многих высокотехнологичных товаров: их относительные преимущества огромны, но воспринимаемая сложность в использовании отпугивает клиентов и мешает рыночному спросу. Если предложенная продукция не несет в себе какое-либо законченное решение, потенциальные потребители неохотно приходят на рынок. Чтобы ускорить их приход, фирме необходимо удостовериться, что для создания законченного решения имеется полный набор родственных товаров и услуг. Основная часть покупателей хочет получать «готовые к употреблению» решения, применение которых не представляет для них никакой сложности. И наконец, восприятие продукции могут «убить» нехватка товара и отсутствие послепродажного обслуживания. Товары должны быть в наличии там, где их предпочитают приобретать целевые потребители, будь то специализированные магазины, универмаги, оптовики или интернет-магазины. К тому же новые виды продукции – это новые вызовы для клиентов. Отсутствие необходимого послепродажного обслуживания часто создает для потребителей проблемы с эксплуатацией приобретённого товара, следствием чего нередко становится негативный обмен информацией в среде потребителей.

Оценив, как каждый из факторов, представленных в таблицах 1 и 2, влияет на проникновение на рынок, мы можем определить индекс потребительского восприятия и индекс принятия продукции. Это поможет измерить скорость проникновения. Естественно, чем выше процент, тем больше скорость проникновения. В нашем примере

мы получаем благоприятные значения потребительского восприятия на уровне 61%, а принятия продукции – 55%. Это означает, что показатели скорости проникновения на рынок окажутся выше среднего, если на них негативно не повлияют факторы принятия продукции.

Более наглядную картину представляет рисунок 3. Размещая полученные данные в своеобразную систему координат, можно охарактеризовать скорость проникновения на новый рынок [2].

Подводя определённый итог исследования, можно отметить следующее: Рыночный спрос на продукт по прошествии некоторого периода времени присутствия его на рынке – важный аспект маркетингового планирования и разработки стратегии. Сегодня на многих рынках спрос формируется за счёт новых и существующих потребителей, производящих покупки-замены. Учитывая темпы прихода на рынок новых потребителей, количество времени, необходимое для появления там всех потенциальных клиентов, и уровень замен, возможно рассчитать рыночный спрос. Скорость, с которой рынок приближается к полному раскрытию собственного потенциала, является результатом глубокого знания целевых потребителей, их специфических наклонностей и предпочтений, а также позиционирования товара и маркетинговой деятельности. На любой из этих факторов могут повлиять стратегии маркетинга, разработанные фирмой и ее конкурентами.

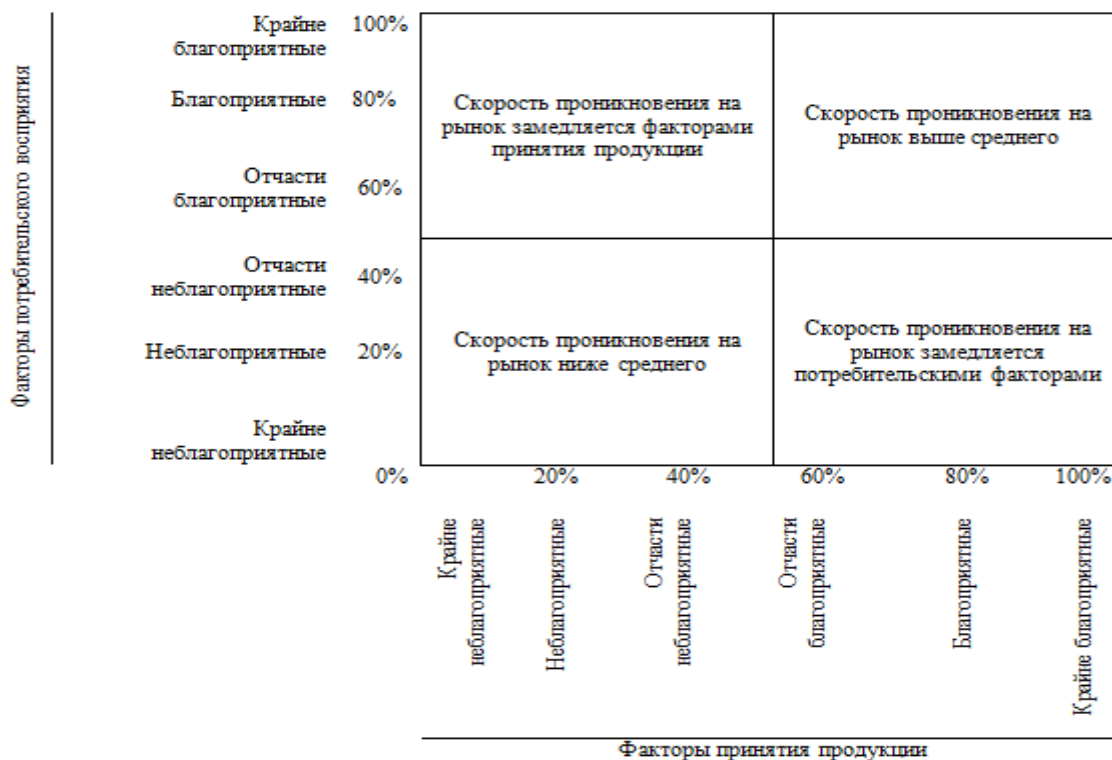


Рис. 3. Характеристика скорости проникновения фирмы на новый рынок как соотношение факторов потребительского восприятия и принятия продукции

Более развёрнутое определение рынка приводит компанию к пониманию максимального потенциала того рынка, который она намерена обслуживать. Иногда рынок бывает недоразвит, а спрос на нём очень далек от своего максимального потенциала. В этом случае важно определить источники упущенного рыночного спроса, то есть понять, что мешает потребителям прийти на рынок. Потерю рынка могут спровоцировать такие факторы, как недостаток осведомленности, специфика предпочтений, неподходящая цена, недостаточное наличие товара, а также неподобающее качество обслуживания. Индекс развития рынка позволяет определить, когда следует предпринять усилия по улучшению его показателей.

Список литературы

1. О 'Шонесси, Дж. Конкурентный маркетинг: стратегический подход [Текст] / Дж. О 'Шонесси – СПб.: Питер, 2001. — 309 с.
2. Бест, Р. Маркетинг от потребителя [Текст] / Р. Бест – М.: Манн, Иванов, Фербер, 2008. – 760 с.
3. Управление розничным маркетингом [Текст] / Под ред. Д. Гилберта – М.: ИНФРА-М, 2005. – 571 с.
4. Матанцев, А.Н. Искусство завоевать рынок [Текст] / А.Н. Матанцев — М.: Экономист, 2006. — 512 с.
5. Лапыгин, Ю.Н. Продвижение на локальные рынки [Текст] / Ю.Н. Лапыгин, С.Ю. Редькин, Р.В. Скуба . – Владимир.: Изд.-во Владим. гос. ун-та, 2008. – 166 с.
6. Котлер, Ф. Основы маркетинга [Текст] / Ф. Котлер, Г. Армстронг, Д. Сондерс, В. Вонг – Киев; М.; СПб.: Издат. дом «Вильямс», 1998. — 1152 с.
7. Скуба Р.В. Стратегическое планирование маркетинговой деятельности в организациях региональной розничной торговли: приоритеты, структура, реализация [Текст] // Экономика и предпринимательство – 2019 – №5 – С. 1003-1006.

**Модель освоения доли рынка как инструмент управления рыночным потенциалом
региональной коммерческой организации**

**Market sharing development model as a tool for managing the market potential of a
regional commercial organization**



УДК 339.138

DOI 10.24411/2413-046X-2020-10507

Скуба Роман Васильевич,

кандидат экономических наук, доцент, доцент кафедры «Стратегическое планирование и управление жилищно-коммунальным комплексом», ФГБОУ ВО «Владимирский государственный университет имени Александра Григорьевича и Николая Григорьевича Столетовых», г. Владимир

Scuba Roman Vasilievich,

PhD in Economics, Associate Professor, Associate Professor of the Department «Strategic Planning and Management of the Housing and Communal Complex», FSBEI of HE «Vladimir State University named after Alexander Grigoryevich and Nikolay Grigoryevich Stoletovs», Vladimir

Аннотация. В статье выделены основные характеристики рыночного спроса конкретной компании, интегрированные в показателе её рыночной доли. Представлена модель освоения доли рынка в качестве инструмента управления рыночным потенциалом региональной коммерческой организации в аспекте формирования её маркетинговой стратегии. Дана характеристика основных факторов, определяющих уровень индекса рыночной доли компании. Выявлены основные преимущества, которые даёт компании регулярный расчёт индекса доли рынка компании. Показано применение основных показателей управления рыночным потенциалом региональной коммерческой организации.

Summary. The article highlights the main characteristics of the market demand of a particular company, integrated in the indicator of its market share. The model of market share development as a tool for managing the market potential of a regional commercial organization in the aspect

of the formation of its marketing strategy is presented. The characteristic of the main factors determining the level of the market share index of the company is given. The main advantages identified by the company are regularly calculated by calculating the company's market share index. The application of the main indicators of market potential management of a regional commercial organization is shown.

Ключевые слова: Доля рынка, рыночный потенциал, маркетинговая стратегия, региональная коммерческая организация.

Keywords. Market share, market potential, marketing strategy, regional commercial organization.

Потенциал рынка и темпы его роста помогают глубже понять ситуацию с существующим и будущим рыночным спросом. Компании необходимо преобразовать эту информацию в прогноз продаж, выраженный в объёме единиц продукции. Для этого нужно принять решение, какое количество товара выпускать и как организовать его производство. Оценка объёма продаж компании напрямую влияет на её рентабельность.

Если дать верный прогноз продаж необходимого объёма единиц и организовать компанию с надлежащим уровнем производительности, то общий объём производства будет приблизительно совпадать с её мощностями, что приведёт к наилучшей организационной эффективности. С другой стороны, если будет переизбыток производства, то вырастут соответствующие накладные расходы, и в результате общие доходы компании снизятся. А если вследствие несовершенного планирования фирма не сумеет создать требуемые производственные мощности, ей придётся отказаться от значительной части потенциальной прибыли из-за несостоявшихся продаж [1].

В данной статье мы выделим основные характеристики рыночного спроса конкретной компании, интегрированные в показателе её рыночной доли, а также рассмотрим, как модель освоения доли рынка в качестве инструмента управления рыночным потенциалом региональной коммерческой организации в аспекте формирования её маркетинговой стратегии.

Процесс тщательной оценки рыночного спроса является первым шагом в разработке точной оценки продаж. Рыночный спрос устанавливает верхний предел объёма продаж. Если бы какая-нибудь компания имела долю рынка в 100%, то объём ее продаж был бы равен общему рыночному спросу. На основании этой логики объём продаж равен произведению рыночной доли на рыночный спрос. Верно и обратное:

$$\text{Доля рынка компании} = \text{Объём продаж компании} / \text{Рыночный спрос} \times 100\%$$

Хотя расчёт доли рынка может содержать целый набор математических действий, существует простая маркетинговая логика, обеспечивающая разумный подход к оценке того, какой должна быть доля рынка компании [2]. На рис. 1 на примере данных социологических опросов покупателей одной региональной коммерческой организации продемонстрировано, как можно произвести её оценку с помощью ряда последовательных воздействий. Каждый шаг вдоль траектории укрупнения доли указывает на то, как на неё влияет ответная реакция покупателей. Так как на фактическую долю рынка могут также повлиять многие другие факторы, её индекс является простым индикатором того, какой доле следует предоставить определенный расчётный уровень маркетинговой деятельности. По траектории укрупнения доли, представленной на рис. 1, можно проследить и последовательность действий, которые ведут к особому индексному уровню проникновения на рынок. Общий индекс доли отражает тесную взаимосвязь между этими действиями. Если одно из действий неэффективно, то общий индекс тоже будет неудовлетворительным. Более того, каждое воздействие на долю берет своё начало в особом компоненте который называется «комплекс маркетинга». Этот комплекс для выбранной группы целевых потребителей включает в себя продвижение, продукт, цена, размещение, обслуживание [3].

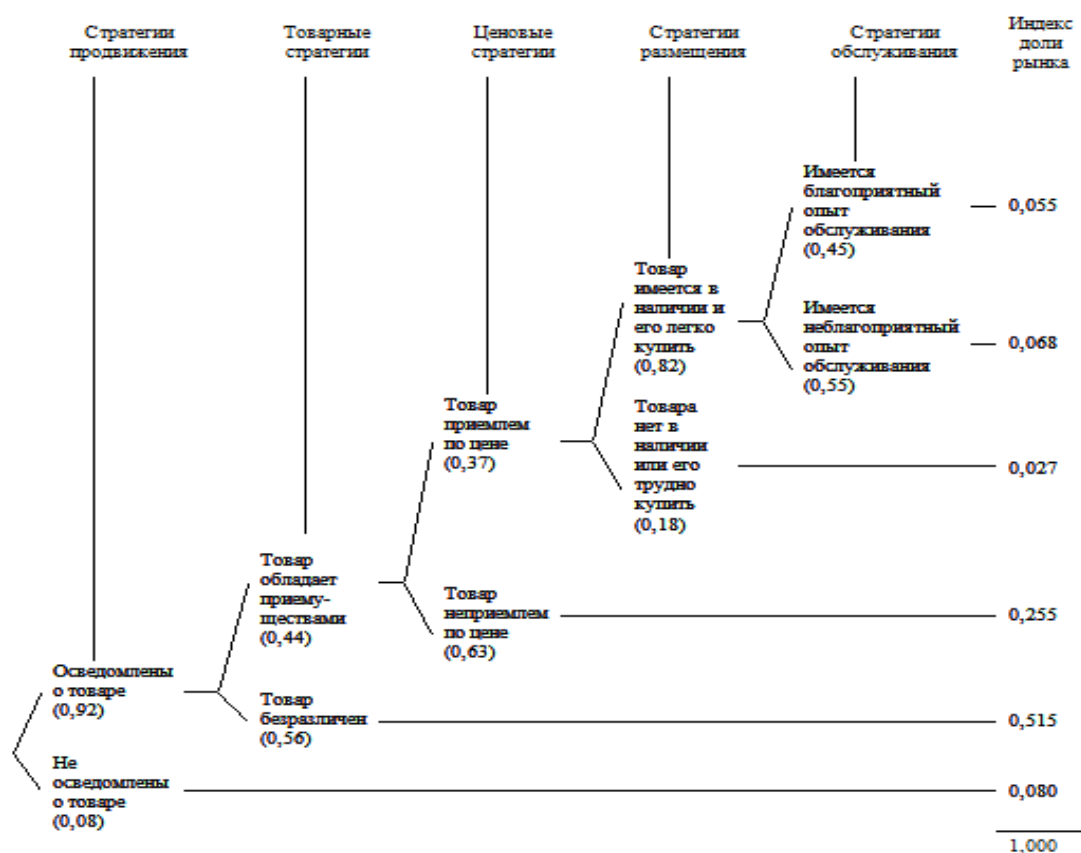


Рис. 1. Модель освоения доли рынка компании

Как показано на рис. 1, каждый из этих факторов комплекса маркетинга по-разному воздействует на реакцию целевого покупателя и укрупнение доли. При управлении рыночной долей компания должна разработать стратегию для каждого компонента комплекса маркетинга. Рассмотрим стратегии компонентов комплекса маркетинга более подробно:

1. Стратегии продвижения – предназначены для создания осведомлённости о продукте и его преимуществах: первым воздействием на долю рынка, представленным на схеме её укрупнения, является осведомлённость о товаре, то есть процент составляющих рынок покупателей, которому он известен. Для ведущих брендов осведомлённость о товаре – не проблема, поскольку практически все целевые потребители знают о продукции компаний мирового уровня. Тем не менее, если о какой-то компании известно немного, то её доля на рынке ограничена проблемой маркетинговой коммуникации. Осведомлённость является особой проблемой для многих промышленных фирм, производящих свою продукцию для других юридических лиц. В основном они рассчитывают на специализированную рекламу, отраслевые выставки, а также на коммерческие предложения личного характера, призванные информировать аудиторию о позиционировании их продукции на рынке и создать осведомлённость. Производители потребительских товаров имеют большие возможностей использования средств массовой информации и методов продвижения. Тем не менее первая маркетинговая проблема в создании доли рынка, касается ли это компании, производящей потребительские товары или производителя оборудования, заключается в формировании широкой осведомленности о товаре среди потребителей целевого рынка.

2. Товарные стратегии – строятся вокруг позиционирования товара, его преимуществ, созданных для формирования привлекательности предложения и предпочтения товара. Даже если целевые покупатели осведомлены о товаре, он должен быть для них привлекательным, то есть они должны проявлять благоприятное отношение и интерес к самому товару и его преимуществам, которые предлагается приобрести за конкретную цену. Если покупатели безразличны или настроены негативно, линия покупок обрывается, и доля рынка значительно уменьшается, что и иллюстрирует рис. 1. В этом случае шансы увеличить долю за счет таких потребителей ничтожны. Вероятно, здесь имеет место проблема позиционирования товара на рынке. Правильно позиционированные товары с привлекательными свойствами, скорее всего, будут выбраны покупателями. Наоборот, продукция, которая не очень хорошо привлекательна, просто не рассматривается при принятии решения о покупке.

3. Ценовые стратегии – усиливают намерение купить товар, создают его привлекательную воспринимаемую потребительскую ценность. Помимо привлекательности товар должен обладать приемлемой ценой. Когда намерение купить выражено слабо, это может означать, что цена слишком высока либо есть другие факторы, из-за которых желание сделать покупку практически пропадает. Понимание того, почему эти клиенты, имея интерес к данной продукции, не горят же желанием сделать покупку, могло бы привести к маркетинговому решению, помогающему увеличить долю рынка. Чтобы поощрить намерение потребителей совершить покупку выпускаемого компанией товара, им, возможно, придется предоставить дополнительные стимулы. В этой ситуации программы стимулирования продаж товара могут стать ценным маркетинговым инструментом для преодоления препятствия в виде высокой цены, а также для мотивации пробного использования продукции клиентами. После того как покупатели опробовали товар, есть надежда, что они смогут по достоинству оценить его преимущества. Кроме того, программы возврата не понравившегося товара, скидки и кредитование клиентов могли бы стать источником потребительских решений в тех случаях, когда товар обладает высокой степенью привлекательности, а сильного желания купить его нет.

4. Стратегии размещения – обеспечивают достаточное наличие продукта в месте продажи и сервиса для того, чтобы способствовать покупке. Если потенциально заинтересованные клиенты не могут найти нужный товар в предпочтительном для них месте продажи, происходит сокращение потенциальной доли рынка.

5. Стратегии обслуживания – предназначены для повышения уровня удовлетворенности потребителей и их удержания. Негативный опыт обслуживания может свести на нет все маркетинговые мероприятия фирмы. На высококонкурентных рынках существует высокая степень осведомленности о большинстве компаний, у них одни и те же виды идентичной продукции, похожие цены и удобное местоположение. Поэтому очень часто решающим фактором совершения покупки оказывается обслуживание. Неудовлетворительное обслуживание – основная причина недовольства большинства клиентов [4].

Если пройти весь путь по освоению доли от осведомленности и товарного предпочтения до намерения купить, от ситуации с наличием продукции к фактическому совершению покупки, можно рассчитать индекс доли рынка. Данный индекс получается в результате перемножения между собой пяти влияющих на величину доли факторов, расположенных вдоль траектории, представленной на рис. 1. В этом примере индекс доли рынка компании определяется следующим образом [5]:

$$\text{Индекс доли рынка} = \text{осведомленность о товаре} \times \text{предпочтение товара} \times \text{возможность купить} \times \text{наличие товара} \times \text{совершение покупки}$$

Хотя фактическая доля рынка компании может быть немного больше или меньше, этот индекс является обоснованным приближенным значением. Он показывает три важных преимущества:

1. Помогает установить важные источники упущенных возможностей по увеличению доли рынка.
2. Предусматривает механизм оценки изменения рыночной доли, когда принимаются определенные меры для улучшения ситуации на основном, но неэффективно функционирующем направлении.
3. Позволяет изыскать подходящий потенциал для увеличения доли рынка при наличии приемлемых уровней эффективности каждого из факторов на пути к совершению покупки [6].

Для реализации последних двух пунктов в случае оценки управления рыночным потенциалом компании определяются расхождения в результатах эффективности между фактической и желаемой ответной реакцией клиентов, определяемой факторами вдоль траектории освоения доли. Приводя показатели расхождения для каждого фактора, можно подчеркнуть, насколько серьезными были потери рыночной доли на пути к совершению покупки. На основании данных, приведенных в таблице 1, компания могла бы оценить потерю доли и доходов в результате не оправдавшихся прогнозов, обусловивших меньший рост доли, чем ожидалось.

Таблица 1

Сравнение фактического и потенциального индекса доли рынка компании

Фактор эффективности доли рынка	Фактическая реакция	Желаемая реакция	Расхождение
Осведомленность о товаре	0,92	0,99	-0,07
Привлекательность товара	0,44	0,60	-0,16
Возможность приобретения товар	0,37	0,50	-0,13
Наличие товара	0,82	0,90	-0,08
Опыт обслуживания	0,45	0,75	-0,30
Индекс доли рынка	0,055	0,20	-0,145

Установление желаемого уровня ответной реакции на каждом этапе траектории освоения доли обеспечивает основу для оценки потенциала рыночной доли компании (табл. 1). Если данная фирма достигнет желаемого уровня эффективности на каждом этапе пути, ведущего к совершению покупки потребителем ее показатель доли значительно

превысит ее нынешний индекс. Таким образом, компания может оценить свою фактическую долю и её потенциал, а также определить возможность дальнейшего роста при увеличении рыночной доли [7].

После определения потенциала доли рынка компания может произвести оценку своих возможностей по ее освоению. В нашем примере существующий индекс доли рынка компании должен составить 5,5%. Однако вследствие влияния множества других факторов фактический показатель доли рынка составил всего 6,0%. Более того, по нашей оценке, если бы компании удалось достичь желаемого уровня ответной реакции потребителя на траектории освоения доли, то потенциал индекса рыночной доли компании составил бы 20,0%. В итоге получается индекс развития доли или share development index (SDI) из соотношения фактической доли рынка к потенциальной [6]:

$$\text{Индекс развития доли} = \text{Фактическая доля рынка} / \text{Потенциальная доля рынка} \times 100\%$$

В данном случае $SDI = 30$. Это означает, что компания достигла лишь 30% потенциальной эффективности своей рыночной доли при заданной максимальной результативности применяемой маркетинговой стратегии на каждом этапе траектории освоения доли.

Если суммарный потенциал рынка представить в виде соотношения значений максимального рыночного потенциала к имеющемуся спросу, мы получим показатель перспективы развития рынка:

$$\text{Индекс развития рынка} = \text{Имеющийся рыночный спрос} / \text{Максимальный спрос} \times 100\%$$

Индекс развития рынка или market development index (MDI) со значением менее 33 свидетельствует о том, что существует значительный потенциал роста. На первом этапе рыночный потенциал здесь обычно можно обслуживать с помощью более высоких цен и основных преимуществ. Для привлечения большего количества потребителей на рынок фирмам приходится снижать цены, предлагать более широкий ассортимент альтернативной продукции и расширять сбыт, чтобы обеспечить наличие товара.

Когда значение индекса находится между 33 и 67, развитие рынка основывается на создании необходимых преимуществ товара и снижении цен, что помогает привлечь большее количество потребителей.

Когда индекс поднимается выше 67, реальная возможность роста всё ещё существует. Однако осуществить её гораздо сложнее, так как компания сталкивается с более серьезными причинами, ограничивающими развитие рынка. К ним в основном относятся ценовая доступность, отсутствие преимуществ и невозможность использования товара. Для преодоления этих препятствий необходимы действительно ориентированные на

рынок и сфокусированные на потребителе решения [3]. Объединив индекс MDI (в случае с рассматриваемой компанией он равен 68) с индексом SDI, мы можем создать матрицу планирования (см. рис. 2), которая позволит обнаружить возможности дальнейшего роста компании. На вертикальной оси находится MDI, обозначающий степень развития рынка, на горизонтальной – SDI, обозначающий уровень освоения доли рынка компанией.

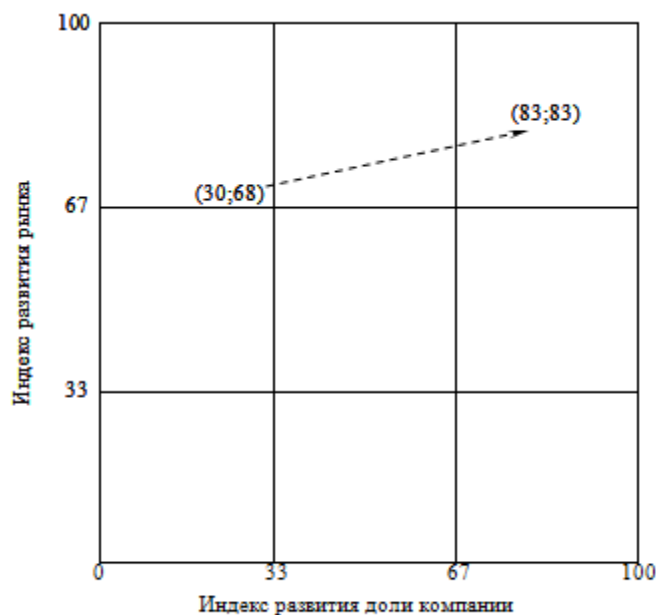


Рис. 2. Матрица развития рынка и доли компании на рынке

Используя оба индекса, мы получаем график, который позволяет оценить возможности дальнейшего роста. В зависимости от ситуации можно найти и применить одно из нескольких решений для разработки маркетинговых стратегий, содействующих росту прибыли. Из рис. 2 видно, что дальнейшего роста лучше всего было бы добиваться при помощи стратегии освоения доли.

Подводя определённый итог исследования, можно отметить следующее:

Спрос на продукцию фирмы также основывается на рыночной доле, которую она может получить из имеющегося уровня спроса. Доля рынка – это простой количественный показатель объема продаж, который фирма может произвести при данном спросе на рынке в любой момент времени, но ей необходимо знать, на каком уровне находятся показатели эффективности её доли: в норме, выше или ниже того, что ей следует ожидать. Пять факторов комплекса маркетинга (продвижение, продукт, цена, размещение и обслуживание) используются для формирования индекса освоения рыночной доли. Индекс доли рынка помогает компании понять свой потенциал увеличения доли.

Объединив индекс развития рынка с индексом освоения доли, можно исследовать объем продаж и возможности для его увеличения. Для заданного сегмента или

географического рынка таким же образом можно определить наилучшие возможности для роста продаж. На этапе, когда рынок полностью развит и компания достигла максимального потенциала эффективности своей доли можно заняться разработкой стратегий по её защите.

Список литературы

1. Котлер, Ф. Маркетинг менеджмент [Текст] / Ф. Котлер — СПб.: Питер, 2002. — 496 с.
2. О ‘Шонесси, Дж. Конкурентный маркетинг: стратегический подход [Текст] / Дж. О ‘Шонесси – СПб.: Питер, 2001. — 309 с.
3. Бест, Р. Маркетинг от потребителя [Текст] / Р. Бест – М.: Манн, Иванов, Фербер, 2008. – 760 с.
4. Скуба Р.В. Аудит реализации маркетинговой политики: основные направления и параметры контроля [Текст] // Экономика и предпринимательство – 2018 – №9 – С. 709-712.
5. Ламбен, Ж.-Ж. Менеджмент, ориентированный на рынок. Стратегический и операционный маркетинг [Текст] / Ж.Ж. Ламбен – СПб.: Питер, 2006. – 800 с.
6. Матанцев, А.Н. Искусство завоевать рынок [Текст] / А.Н. Матанцев — М.: Экономист, 2006. — 512 с.
7. Лапыгин, Ю.Н. Стратегический маркетинг в конкурентной борьбе. [Текст] / Ю.Н. Лапыгин, Р.В. Скуба – Владимир: ВлГУ, 2003. – 98 с.

**Оценка воспринимаемой покупателем ценности товара как основа формирования
маркетинговой региональной коммерческой организации**
**Evaluation by the purchaser by the buyer of the value of the goods as the basis for forming
a marketing regional commercial organization**



УДК 339.138

DOI 10.24411/2413-046X-2020-10508

Скуба Роман Васильевич,

кандидат экономических наук, доцент, доцент кафедры «Стратегическое планирование и управление жилищно-коммунальным комплексом», ФГБОУ ВО «Владимирский государственный университет имени Александра Григорьевича и Николая Григорьевича Столетовых», г. Владимир

Scuba Roman Vasilievich,

PhD in Economics, Associate Professor, Associate Professor of the Department «Strategic Planning and Management of the Housing and Communal Complex», FSBEI of HE «Vladimir State University named after Alexander Grigoryevich and Nikolay Grigoryevich Stoletovs», Vladimir

Аннотация. В статье исследованы способы, с помощью которых региональная коммерческая организация может оценить и создать выгоды и преимущества и предоставить большую воспринимаемую ценность целевым потребителям. Рассмотрены основные характеристики воспринимаемой ценности товара конкретной компании, их обусловленность, а также основные методы оценки потребительского восприятия достоинств продукта и относительной ценности, выведенной путем сравнения преимуществ конкурирующего товара в аспекте формирования маркетинговой стратегии региональной коммерческой организации. Показан процесс определения интегральных показателей воспринимаемой ценности товара.

Summary. The article explores the ways in which a regional commercial organization can evaluate and create benefits and advantages and provide great perceived value to target consumers. The main characteristics of the perceived value of a particular company, their

conditioning, as well as the main methods for assessing the consumer perception of the merits of a product and relative value, derived by comparing the advantages of a competing product in terms of the formation of a marketing strategy of a regional commercial organization, are considered. The process of determining the integral indicators of the perceived value of the goods is shown.

Ключевые слова: Воспринимаемая ценность товара, потребительское восприятие, маркетинговая стратегия, региональная коммерческая организация.

Keywords. Perceived value of the product, consumer perception, marketing strategy, regional commercial organization.

В основе любой эффективной рыночной стратегии лежит чёткая сфокусированность на потребителях и понимание их потребностей и проблем, с которыми им приходится сталкиваться. Часто компании упрощают анализ этих потребностей, сужая границы концентрации внимания до цены и отдельных специфических свойств товара. Хотя это и имеет значение, но для компании ещё более важным будет не сосредоточение своего внимания на существующих свойствах и цене, а более широкое понимание процесса или цикла, через который проходит потребитель, приобретая и используя определённый продукт.

В своих усилиях по созданию более весомых выгод и преимуществ для своих клиентов компании мирового уровня смогли пойти дальше специфического, ориентированного на продукцию мышления. В каждой компании анализировали ситуацию с потребителями и различные проблемы, с которыми приходилось сталкиваться. Более глубоко вникнув в ситуацию с использованием своей продукции, они смогли спроектировать потребительские решения, превосходившие всё, что существовало на рынке и было обеспечено имевшейся в наличии продукцией. Если бы ведущие фирмы сосредоточились только на свойствах товара, а не на потребностях клиентов, они не нашли бы свой вариант решения.

У всех потребителей существуют проблемы, требующие решений. И чем большую пользу клиенты получают от продукции или услуг компании, тем выше воспринимаемая ценность, добавленная к потребительскому решению. Фирма должна воспринимать себя, скорее всего, как поставщика решений, а не продавца товаров и услуг. Для достижения этого необходимо намного более широкое представление о скрытых проблемах потребителей, которое помогает посмотреть дальше продукции и услуг и ведёт к более глубокому пониманию потребностей клиентов и ситуаций использования. Это предоставляет бизнесу благоприятную возможность создать преимущества для

потребителей и сделать воспринимаемую ценность для них более полной. Компания, создающая потребительские решения, способна обнаружить новые возможности и увеличить воспринимаемую ценность [1].

В данной статье будут исследованы способы, с помощью которых предприятие может оценить и создать выгоды и преимущества и предоставить большую воспринимаемую ценность целевым потребителям. Помимо этого будут рассмотрены основные характеристики воспринимаемой ценности конкретной компании, их обусловленность, а также основные методы оценки потребительского восприятия достоинств продукта и относительной ценности, выведенной путем сравнения преимуществ конкурирующего товара в аспекте формирования маркетинговой стратегии региональной коммерческой организации.

Клиенты готовы платить больше за продукцию и услуги, которые увеличивают воспринимаемую ценность. Однако необходимо, чтобы общая ценность, полученная за счет преимуществ для клиентов, превышала их затраты на приобретение [2]:

$$\text{Воспринимаемая ценность товара} = \text{Преимущества для потребителя} - \text{Затраты на приобретение}$$

Создание привлекательных свойств по высокой цене может привести к негативно воспринимаемой ценности. Таким образом, компании необходимо быть восприимчивой как к выгодам для клиентов, создаваемым в ответ на их потребности, так и к совокупным затратам клиентов на приобретение.

Существует шесть основных источников затрат в течение жизненного цикла продукта, которые участвуют в создании экономической ценности. Цену, уплаченную за товар или услугу, можно выделить как наиболее очевидный компонент на приобретение для большинства покупателей. В результате компания, цена товара которой ниже, чем у других, а качество аналогичное, может сообщить о своей экономической ценности целевым покупателям. Если их интересует только цена товара, другие источники экономической ценности могут остаться для них незамеченными. Тем не менее другие источники создания воспринимаемой ценности могут включать затраты, связанные с приобретением, использованием, обслуживанием, владением и избавлением от приобретенной продукции. Обнаружение этих возможностей для создания воспринимаемой ценности – это задача маркетинга и одно из основных преимуществ, выявляемых при проведении дня «в шкуре» клиента. Рассмотрим более подробно каждый из названных выше источников экономической ценности товара [3]:

1. Низкая цена: довольно часто цена или условия оплаты могут разрушить воспринимаемую ценность. Невзирая на преимущества и вероятную экономическую ценность, товар может просто быть недоступен по цене, или она может быть слишком высокой по отношению к имеющимся выгодам.
2. Затраты на приобретение представляют собой в том или ином виде заготовительно-складские расходы (погрузка, разгрузка, транспортировка), комиссионные вознаграждения посреднику, суммы, уплачиваемые организациям за информационные и консультационные услуги, связанные с приобретением товаров, таможенные пошлины, затраты по доведению товаров до состояния, в котором они пригодны к использованию в запланированных целях. В приведенном выше списке затрат стоит особо выделить расходы по доставке товаров, так как они могут составлять существенную величину в составе расходов.
3. Эксплуатационные расходы – это текущие затраты, связанные с использованием товара и обеспечением его работоспособности в течение всего срока эксплуатации. К ним относятся: эксплуатационные расходы на обеспечение пожарной безопасности и охраны, электроэнергию и коммунальные услуги, топливо, расходные материалы, зарплату сотрудников, осуществляющих обслуживание, и затраты на социальные нужды, прочие расходы, сопряженные с эксплуатацией техники.
4. Издержки владения: часто покупка товара требует финансирования более высоких страховых издержек. После окончания гарантийного срока может возникнуть риск и дополнительные затраты, связанные с неэффективной работой оборудования. К издержкам владения также относят связанные с товаром налоговые отчисления, затраты на амортизацию техники.
5. Затраты на техническое обслуживание – это текущие затраты, связанные с комплексом технических и организационных мероприятий, осуществляемых в процессе эксплуатации технических объектов с целью обеспечения требуемой эффективности выполнения ими заданных функций. Для современных сложных технических объектов устанавливаются единые правила технического обслуживания, которые отражаются в соответствующей документации. В системе технического обслуживания можно выделить две важнейшие подсистемы: профилактики и восстановления (ремонта). Структура затрат на техническое обслуживание учитывает характер и условия эксплуатации объекта, включает перечень профилактических работ с указанием их периодичности и состава требуемых для их выполнения специалистов, перечень необходимых инструментов, материалов, запчастей, контрольно-измерительных приборов. Правильно организованное техническое

обслуживание позволяет снизить эксплуатационные расходы (за счёт уменьшения числа аварийных ситуаций, приводящих к отказам, сокращения дорогостоящих внеплановых ремонтов, снижения затрат на плановые ремонты) и способствует увеличению ресурса технического объекта [4].

6. Затраты на утилизацию: способы избавления от отработавших свой срок товаров также включают в себе источники формирования экономической ценности. Так как компания снижает совокупные затраты на продукцию, решая проблемы покупателей по утилизации отходов (например, забирая их), она может назначать более высокую цену за свой товар.

В то время как экономическая ценность обеспечивает прочный фундамент для создания ценности, воспринимаемой на основе затрат, у эффективности эксплуатационных характеристик товара есть такие аспекты, которые сложнее измерить в рамках совокупных затрат на приобретение. К ним также могут относиться свойства товара и функции, которые не позволяют экономить деньги, но улучшают использование и таким образом участвуют в создании воспринимаемой ценности. Например, у автомобиля есть основанные на затратах стимулы роста ценности, выраженные в экономии топлива, требованиях к техническому обслуживанию, страховых издержках и стоимости при перепродаже. Предложение содержит и ряд других преимуществ в виде безопасности, надёжности, дизайна, комфортабельности. И хотя эти последние составляющие воспринимаемой потребительской ценности сложно измерить по отношению к совокупным затратам, необходимым для владения автомобилем, их можно оценить с точки зрения эффективности характеристик.

Экономическая ценность и относительная потребительская ценность, полученная на основании ценовых и потребительских характеристик, предоставляют необходимые данные для анализа воспринимаемой ценности. Однако при оценке товара следует посмотреть дальше экономических критериев, так как на ценность, помимо цены, влияет также потребительское восприятие достоинств товара, качества обслуживания, репутация бренда. Рассмотрим более подробно каждый из названных выше источников потребительской ценности товара [5]:

1. Достоинства товара: восприятие достоинств товара логически напрямую воздействует на создание воспринимаемой ценности. Эти воспринимаемые преимущества нелегко перевести из разряда выгод или объективно оцененных показателей эффективности характеристик продукта, тем не менее именно восприятие его достоинств потребителями стимулирует покупательское поведение.

2. Качество обслуживания: на многих рынках (или сегментах) дифференциация продукции может быть минимальной, так как конкуренты способны перенять друг у друга лучшие свойства товаров. В такой ситуации решающим источником дифференциации и конкурентного преимущества может стать качество обслуживания.

3. Репутация бренда: товарная марка или репутация компании обеспечивают потенциальное преимущество для многих покупателей. Это нематериальное достоинство создаёт преимущество, не ограниченное конкретным товаром или обслуживанием.

Для обобщения обозначенных выше факторов нужна методика оценки потребительского восприятия достоинств продукта и относительной ценности, выведенной путем сравнения преимуществами конкурирующего товара. В качестве таковой может предложена методика расчёта интегральных показателей воспринимаемой ценности товара, представленная ниже.

Оценка воспринимаемой ценности товара включает в себя следующие этапы:

- выбор для оценки нескольких товаров-аналогов основных конкурентов, действующих на рассматриваемом региональном рынке, относительно оцениваемого продукта;
- составление перечня и значимости сравниваемых параметров отобранных продуктов, в том числе на основе социологических опросов оценки предпочтений покупателей, определяя при этом набор потребительских параметров, связанных с показателями качества продукта, его сервиса и репутации, и набор экономических параметров.;
- определение интегральных показателей воспринимаемой ценности рассматриваемых продуктов, интерпретация полученных данных и их анализ [6].

Для расчёта воспринимаемой ценности товара применяется следующий подход: экспертным путём потребительским и экономическим параметрам присваиваются значения весомости (Y_i), при этом их сумма по каждой группе равна единице. После этого также экспертным путём по каждому параметру рассчитывают балльную оценку (X_i). Далее определяются сводные индексы воспринимаемой ценности по потребительским (I_n) и экономическим (I_s) параметрам:

$$I_{пэ} = \sum_{i=1}^n Y_i X_i.$$

При этом оценочная шкала для рассматриваемых индексов должна быть идентичной, а также наиболее благоприятной значение балльной оценки потребительского параметра стремится к максимальной её (шкалы) величине, в то время как для экономического параметра – к минимальной.

В конечном итоге воспринимаемая ценность товара определяется так:

$$V = I_n / I_3$$

Расчёт воспринимаемой ценности товара можно представить в виде таблицы 1. Приведённые в ней параметры носят примерный характер.

Таблица 1

Определение интегральных показателей воспринимаемой ценности товара

Параметр	Коэффициент весомости	Балльная оценка (100-балльная шкала)		
		«Оцениваемый продукт»	Продукт конкурента 1	Продукт конкурента 2
<u>Потребительские характеристики:</u> безопасность надёжность производительность эстетические показатели эргономические показатели гарантии, гарантийный срок снабжение расходными материалами репутация бренда				
Итого	1	$I_n =$	$I_n =$	$I_n =$
<u>Экономические характеристики:</u> цена доставка эксплуатация ремонт утилизация				
Итого	1	$I_3 =$	$I_3 =$	$I_3 =$
Интегральный показатель воспринимаемой ценности	x	$V =$	$V_{конкурент} =$	$V_{конкурент} =$

Интерпретация данных относительно полученных интегральных показателей воспринимаемой ценности товара базируется на следующих критериях: если $V > V_{конкурент}$, то анализируемый продукт превосходит продукт конкурента. Если $V < V_{конкурент}$ – уступает. Если $V = V_{конкурент}$ – находится на одинаковом уровне [6].

Если разница между интегральными показателями воспринимаемой ценности рассматриваемого товара и товарами конкурентов положительна, это значит, что компания смогла создать ценность высшего качества. Если бы фирма хотела еще больше увеличить воспринимаемую ценность, не снижая при этом цен, она могла бы постараться устранить ключевые недостатки в категориях, представляющих наибольшую важность для покупателей, характеризующих воспринимаемую ценность товара по потребительским параметрам [7].

Подводя определённый итог исследования, можно отметить следующее:

Конечные покупатели акцентируют своё внимание на преимуществах товара, качестве обслуживания, имидже и репутации бренда, а также на затратах на приобретение и использование. В этой связи были исследованы две области анализа потребителей, которые влияют на их выгоды и способ определения их ценности. Экономическая выгода

– это измеримая с точки зрения покупателя экономия средств. Варьируя ею компания может создать более весомую экономическую ценность, чем у товаров-конкурентов. Более низкая цена является основным фактором экономической ценности, но существуют также и неценовые области, которые могут породить экономические выгоды. Эффект, генерируемый более низким уровнем затрат на приобретение, эксплуатацию, владение, техобслуживание, ремонт и утилизацию, предлагает способы снижения совокупных затрат для целевого потребителя и, следовательно, создание большей воспринимаемой ценности. Однако не все выгоды определяются экономической ценностью.

Выгоды для клиента, связанные с дизайном товара, отличным сервисом или превосходной репутацией, труднее пересчитать в денежный эквивалент. Восприятие эффективности потребителями также сильно влияет на выбор товара и в целом покупательское поведение. Исследуя восприятие покупателем преимуществ товара, обслуживания и бренда относительно конкурентов, можно рассчитать общий индекс для отдельного товара фирмы. Также оценив восприятие ценовых и неценовых затрат на приобретение относительно конкурентов, можно определить интегральный индекс совокупных затрат на приобретение и использование товара. Соотношение между совокупными воспринимаемыми выгодами и затратами является отправной точкой для измерения воспринимаемой потребительской ценности. Чем больше воспринимаемая ценность, тем выше потенциал для привлечения, удовлетворения и сохранения клиентов.

Список литературы

1. Бест, Р. Маркетинг от потребителя [Текст] / Р. Бест – М.: Манн, Иванов, Фербер, 2008. – 760 с.
2. Котлер, Ф. Маркетинг менеджмент [Текст] / Ф. Котлер — СПб.: Питер, 2002. — 496 с.
3. О ‘Шонесси, Дж. Конкурентный маркетинг: стратегический подход [Текст] / Дж. О ‘Шонесси – СПб.: Питер, 2001. — 309 с.
4. Егорова, Д. С. Теоретические основы управления затратами на техническое обслуживание и текущий ремонт на автотранспортном предприятии [Текст] // Молодой ученый. – 2017 – № 10 (144). – С. 224-226.
5. Ламбен, Ж.-Ж. Менеджмент, ориентированный на рынок. Стратегический и операционный маркетинг [Текст] / Ж.Ж. Ламбен – СПб.: Питер, 2006. – 800 с.
6. Скуба, Р.В. Разработка плана маркетинга инновационно-активного предприятия [Текст] / Р.В. Скуба. – Владимир: ВлГУ, 2006. – 48 с.
7. Лапыгин, Ю.Н. Стратегический маркетинг в конкурентной борьбе. [Текст] / Ю.Н. Лапыгин, Р.В. Скуба – Владимир: ВлГУ, 2003. – 98 с.

Статистико-экономический метод подбора технологий интенсификации притока
Statistical and economic method of selecting technologies for inflow intensification



УДК 622.276.6

DOI 10.24411/2413-046X-2020-10510

Козлов Антон Вадимович,

Пермский национальный исследовательский политехнический университет, г. Пермь

Вотинова Алена Олеговна,

Пермский национальный исследовательский политехнический университет, г. Пермь

Kozlov A.V.,

anton.kozlov@girngm.ru

Votnova A.O.,

votnova_alena@mail.ru

Аннотация. В работе рассмотрены мероприятия по повышению эффективности разработки нефтяных месторождений, в частности методы интенсификации притока нефти, и приведены статистические данные об их использовании на нефтяном месторождении Пермского края с 2000 по 2019 год. Проведена экономическая оценка данных мероприятий, основанная на сравнении величин индекса доходности и периода окупаемости различных групп методов интенсификации притока, определены максимальные, минимальные и медианные значения рассматриваемых параметров. Анализируя результаты сравнения рассматриваемых методов, сделан вывод о наличии значительного превосходства физических методов над чаще используемыми химическими и механическими, исходя из чего, можно представить рекомендации по дальнейшему выбору группы методов интенсификации притока нефти.

Summary. The paper considers measures to improve the efficiency of oil field development, in particular, methods for intensifying the flow of oil, and provides statistical data on their use in the oil field of the Perm region from 2000 to 2019. An economic assessment of these measures was carried out, based on a comparison of the values of the yield index and the payback period of various groups of inflow intensification methods, and the maximum, minimum and median

values of the parameters under consideration were determined. Analyzing the results of comparison of the methods under consideration, it is concluded that there is a significant superiority of physical methods over the more commonly used chemical and mechanical ones. based on this, we can provide recommendations for further selection of a group of methods for oil inflow intensification.

Ключевые слова: методы увеличения нефтеотдачи, методы интенсификации притока нефти, экономический анализ, индекс доходности, период окупаемости.

Key words: methods for increasing oil recovery, methods for intensifying oil inflow, economic analysis, profitability index, payback period

1. Введение

Большинство месторождений (66%), разрабатываемых в Пермском крае, перешли на третью стадию разработки, которая характеризуется снижением дебитов скважин, значительной выработкой запасов и высокой обводненностью добываемой продукции [1]. Помимо этого, процесс разработки осложняется тем, что большинство остаточных извлекаемых запасов являются трудноизвлекаемыми ввиду наличия низкопроницаемых коллекторов, нефтегазовых залежей с обширными нефтяными оторочками, залежей с водонефтяными зонами [2]. На данный момент основными задачами разработки нефтяных и газовых месторождений являются увеличение добычи нефти и выработка оставшихся запасов.

Мероприятия по повышению эффективности разработки нефтяных месторождений можно разделить на две группы: методы увеличения нефтеотдачи пласта (МУН) и методы интенсификации притока нефти (МИП) [3]. МУН воздействуют на объект разработки или его часть, вовлекают в разработку остаточные, не извлеченные запасы нефти. Как правило, данные методы основаны на процессах воздействия на пласт новыми вытесняющими агентами и представляют собой технологии изменения физических характеристик и условий нахождения нефти в пласте: снижение межфазного натяжения на границе нефть-вытесняющий агент, снижение отношения подвижностей вытесняемого и вытесняющего флюидов (за счет уменьшения вязкости нефти или уменьшения подвижности вытесняющего агента), перераспределение находящихся в пласте нефти, воды и газа с целью консолидации запасов нефти. В связи с особенностью распределения остаточной нефтенасыщенности пластов необходимо, чтобы методы увеличения нефтеотдачи эффективно воздействовали на нефть, рассеянную в заводненных или загазованных зонах пластов, и оставшиеся с высокой текущей нефтенасыщенностью слабопроницаемые слои и пропластки в монолитных заводненных пластах, а также на

обособленные линзы и зоны пласта, совсем не охваченные дренированием при существующей системе добычи [4].

МИП – это технологии, увеличивающие приток флюида к забою скважины. В процессе разработки призабойная зона пласта (ПЗП) теряет свои первоначальные фильтрационно-емкостные свойства (ФЕС): нарушается структура порового пространства, происходит коагуляция поровых каналов, наблюдается вынос механических примесей, происходит солеотложение непосредственно в ПЗП. С помощью МИП решаются все вышеперечисленные проблемы, т.е. целью МИП является улучшение ФЕС и повышение продуктивности отдельно взятых скважин [5]. МИП принято разделить на пять групп: химические, физические, механические, тепловые и комплексные (физико-химические). Химические методы воздействия на ПЗП, представленные соляно-кислотной обработкой (СКО) и глинокислотной обработкой (ГКО), применяются при возможности растворить породу или непосредственно отложения, появление которых негативно отражается на проницаемости ПЗП. Физические методы воздействия на ПЗП применяют для удаления остаточной воды и твердых мелкодисперсных частиц из ПЗП, что увеличивает проницаемость породы. К ним относятся: акустическое и вибрационные воздействия. Механические методы представлены дострелами не вскрытых нефтенасыщенных прослоев, повторной перфорацией, гидроразрывом пласта (ГРП). Данные методы используются для расширения существующих трещин в ПЗП, создания дополнительных трещин и пор и приобщения удаленных частей пласта к процессу фильтрации. Тепловые методы воздействия применяются для удаления асфальтосмолопарафиновых отложений (АСПО) со стенок поровых каналов, а также для интенсификации химических методов обработки ПЗП. К ним относятся: спуск электронагревателя, закачка теплоносителя (нагретая нефть и нефтепродукты, вода с ПАВ). К комплексным методам относятся мероприятия, при которых совместно используются химические и физические методы воздействия на ПЗП для получения наибольшей эффективности [6, 7].

В данной работе рассмотрены МИП, которые были проведены на месторождении «Z» Пермского края с 2000 по 2019 год включительно. На рисунке 1 представлено соотношение групп методов интенсификации притока нефти, которые были проведены на месторождении «Z».

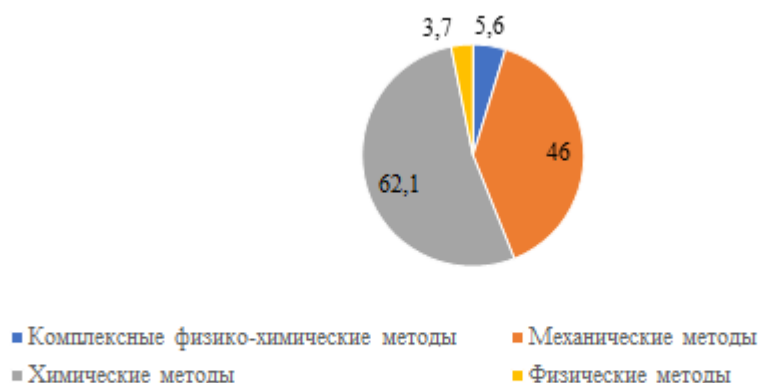


Рисунок 1. Соотношение количества проведенных МИП на месторождении «Z»

Из рисунка отчетливо видно, что большая доля методов относится к группам химических и механических методов. Группы физических и комплексных физико-химических методов применялись реже, а применение группы тепловых методов за рассматриваемый период не отмечено.

Однако при планировании МИП на нефтяном месторождении, особенно в текущей экономической ситуации, необходимо учитывать не только статистические данные и прогнозируемую технологическую эффективность, определяемую на основании моделирования, но и экономическую целесообразность применения данного мероприятия.

2. Метод оценки МИП на основании показателей экономической эффективности.

В данной работе проведена экономическая оценка МИП на нефтяном месторождении «Z». Экономическая оценка данных мероприятий проводилась на основании таких показателей экономической эффективности как: индекс доходности (прибыльности) и период окупаемости [8]. Данные параметры рассчитывались для каждого отдельно взятого мероприятия на основании следующих промысловых данных:

- Дополнительная добыча нефти за каждый год действия технологического эффекта от рассматриваемого мероприятия;
- Капитальные затраты на проведение МИП;
- Год проведения мероприятия.

Ввиду наличия у некоторых мероприятий длительного технологического эффекта становится необходимым учет ставки дисконтирования при вычислении суммарных денежных доходов за весь период эффекта от мероприятия и первоначальных капитальных вложений.

Определение экономической эффективности рассматриваемых мероприятий, а именно индекса доходности и периода окупаемости, проводилось согласно методикам,

представленным в работах [9,10]. Для определения величин индекса доходности и периода окупаемости рассматриваемых мероприятий необходимо рассчитать накопленный дисконтированный денежный поток мероприятия и затраты на его проведение. Для вычисления этих величин необходимо оценить выручку от реализации дополнительно добытой нефти (по выражению (1):

$$G = P \cdot V \quad (1)$$

где, Рцена тонны нефти в год добычи, руб.; Vдополнительная добыча нефти, тонн. Затем необходимо рассчитать операционные затраты, приходящиеся на дополнительно добытую нефть (Q). Данный параметр рассчитывается по выражению (2):

$$Q = V \cdot F \quad (2)$$

где, Fоперационные затраты на тонну дополнительно добываемой нефти, руб. Затем необходимо вычислить чистый денежный поток от мероприятия, который вычисляется с учетом амортизации, налога на прибыль, налога на добычу полезных ископаемых (НДПИ), величины выручки от дополнительно добытой нефти и операционных затрат, приходящихся на дополнительно добытую нефть. Для дисконтирования чистого денежного потока, то есть приведения стоимости денежных платежей, произведенных в разное время, к стоимости на рассматриваемый момент, необходимо ввести величину коэффициента дисконтирования. Данная величина равняется ставке инфляции в России и представлена на рисунке 2 [11].

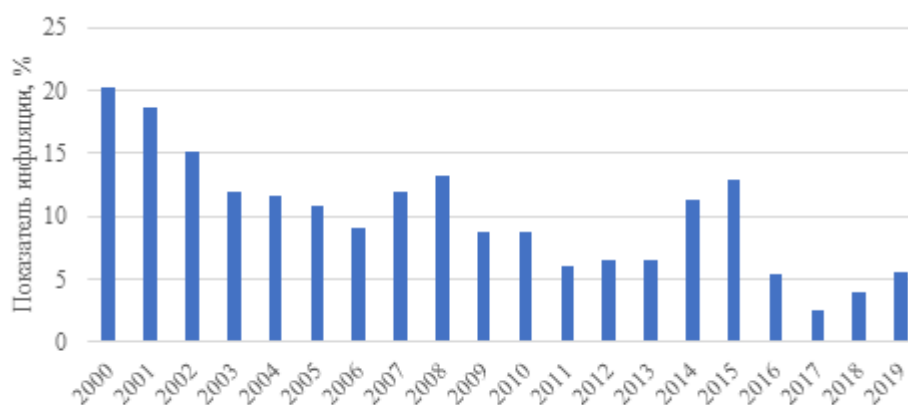


Рисунок 2. Величина ставки инфляции в России с 1998 по 2019 год

Величина накопленного дисконтированного чистого денежного потока вычисляется по выражению (3):

$$DNCF = \sum_{i=1}^n \frac{NCF_i}{(1+r)^i} \quad (3)$$

где, NCF чистый денежный поток, руб.; r коэффициент дисконтирования.

Зная величину $DNCF$, становится возможным определение индекса доходности мероприятия (ИД), по выражению (4):

$$ИД = \frac{DNCF}{L} \quad (4)$$

где, L суммарные денежные вложения на мероприятие (включая операционные затраты), руб. Так же становится возможным определение периода окупаемости данного мероприятия по выражению (5):

$$T = \frac{K}{DNCF} \quad (5)$$

где, K первоначальные капитальные вложения, тыс.руб.

3. Определение экономических показателей эффективности рассматриваемых мероприятий

Рассматриваемые экономические параметры определялись для каждого из проведенных на данном месторождении мероприятий с 2000 до 2019 года. Все рассматриваемые мероприятия дифференцировались на 4 группы по методу действия: физические методы, химические методы, механические методы, комплексные физико-химические методы. Индекс доходности рассматриваемых мероприятий представляет собой показатель эффективности использования капитала. Чем больше данный показатель, тем сильнее прибыль от проведенного мероприятия превышает затраты на его проведение. Однако ввиду наличия значительной дифференциации данной величины для различных мероприятий необходимо так же оценивать медианное значение индекса доходности. Результаты вычисления представлены в таблице 1.

Таблица 1.

Результаты вычисления индекса доходности различных групп МИП

Группа методов	Максимальное значение	Минимальное значение	Медианное значение
Комплексные физико-химические методы	59.46	0.07	0.78
Механические методы	153.78	0.02	4.51
Химические методы	89.10	0.01	4.27
Физические методы	34.59	0.30	7.53

Период окупаемости рассматриваемых мероприятий представляет собой время, после которого выручка от мероприятия начнет превышать капитальные затраты на проведение

данного мероприятия. Вычисление данной величины необходимо для проведения оценки рациональности инвестирования средств в мероприятие и оценки скорости получения прибыли от данного мероприятия. По аналогии с индексом доходности, значения периода окупаемости, вычисленные для каждого мероприятия, дифференцировались по группе методов. На рисунке 3 представлены максимальные значения периода окупаемости для каждой группы методов, минимальные значения и медианное значение.

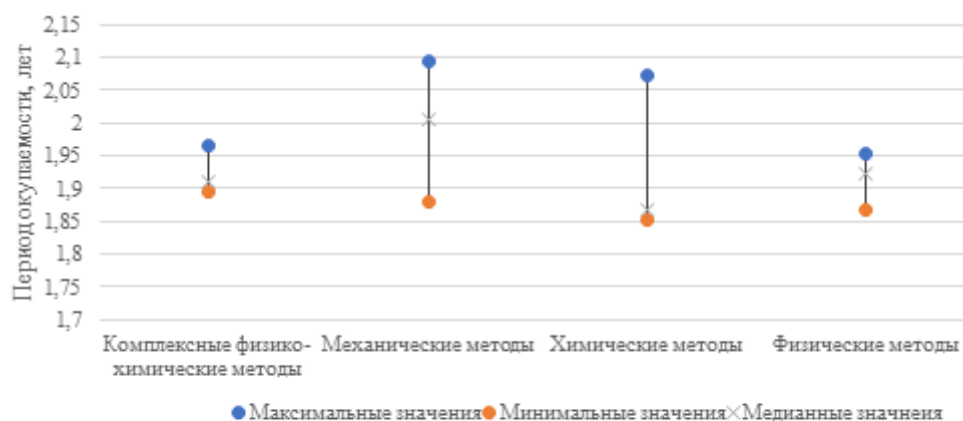


Рисунок 3. Распределение значение периода окупаемости различных групп МИП

4. Обсуждение

Анализируя результаты вычисления индексов доходности, можно сделать вывод, что сравнение групп методов только по максимальным и минимальным значениям индекса доходности не представляется возможным ввиду наличия значительной разницы между ними. Однако, если рассматривать данные величины в комплексе с величиной медианных значений можно заключить, что в среднем наиболее эффективной группой методов являются физические методы МИП, так как медианный индекс доходности данной группы составляет 7,53. Так же у данной группы методов отмечаются наименьшие максимальные значения индекса доходности. В то же время, наименьшим средним индексом доходности обладают комплексные физико-химические методы интенсификации притока нефти, среднее значение ИД которых составляет 0,78.

Исходя из данных, представленных на рисунке 3, можно сделать вывод о наличии незначительного диапазона значений периода окупаемости у всех рассматриваемых групп. Наименьшим медианным периодом окупаемости, равным 1,86 года, обладают химические методы. Однако данная группа методов обладает наибольшим диапазоном значений периода окупаемости – от 1,85 до 2 лет. Наибольший медианный период окупаемости из рассматриваемых групп МИП отмечен у механических методов и равен 2 годам.

5. Заключение

Рассматривая мероприятия по повышению эффективности разработки нефтяных и газовых месторождений, их можно разделить на МУН и МИП. В данной работе рассматривались методы интенсификации притока нефти, представляющие собой технологии, увеличивающие приток жидкости к забою скважины и представленные следующими группами методов: химические, физические, механические, тепловые и комплексные. При рассмотрении применения данных технологий на нефтяном месторождении «Z» Пермского края в период с 2000 по 2019 год можно заметить значительное преобладание химических и механических методов интенсификации притока. Анализируя рассчитанные в данной работе экономические параметры, оценивающие эффективность применения различных групп МИП можно заключить, что экономических оснований для значительного преобладания на данном месторождении химических и механических групп методов не обнаружено, ввиду наличия у них низкого значения индекса доходности, относительно физических методов, и незначительного отличия периода окупаемости. Причиной преобладания данных методов может служить недостаточная изученность или точность моделирования физической группы методов, что требует дальнейшего изучения ввиду наличия у данной группы высоких экономических показателей, позволяющих повысить рентабельность добычи углеводородов на поздних стадиях разработки.

Список литературы

1. Истомина В.А., Квон В.Г., Тройникова А.А., Нефедов П.А. Особенности предупреждения льдо- и гидратообразования в системах сбора газа на поздней стадии эксплуатации сеноманских залежей месторождений Западной Сибири // Транспорт и хранение нефтепродуктов. 2016. №2
2. Андреев В. Е. и др. Регулирование работы продуктивных пропластков и увеличение притока флюида из пласта //научно-технический журнал «Проблемы сбора, подготовки и транспорта нефти и нефтепродуктов». – 2019. – №. 4. – С. 47-57.
3. Грачев С. И., Коротенко В. А., Ягафаров А. К. Проблемы нестационарного заводнения с применением ПАВ //Бурение и нефть. – 2011. – Т. 2. – С. 40.
4. Бадретдинов И. А., Карпов В. Г. Классификация методов увеличения нефтеотдачи (экономический подход) //Нефтегазовая геология. Теория и практика. – 2014. – Т. 9. – №. 1. – С. 6-6.
5. Федотов И. Б., Артюхович В. К. Стимулирование применения методов увеличения нефтеотдачи //Нефтепромысловое дело. – 2015. – №. 3. – С. 15-18.

6. Березовский Д. А., Кусов Г. В., Котельников А. С. Особенности проведения методов интенсификации добычи нефти на южно-султангуловском месторождении //Наука. Техника. Технологии (политехнический вестник). – 2018. – №. 2. – С. 36-52.
7. Бекетов С. Б., Бражников А. А. Методы воздействия на продуктивный пласт с целью повышения производительности скважин подземных хранилищ газа // ГИАБ. 2008. №7.
8. Толстоногов А. А. Оценка эффективности геолого-технических мероприятий в области нефтедобычи //Фундаментальные исследования. – 2014. – Т. 1. – №. 11.
9. Ахмедов К. С., Аршинова Н. М., Семеняк А. А. Методика оценки экономической эффективности планируемых геолого-технических мероприятий на фонде скважин газовых месторождений //Проблемы экономики и управления нефтегазовым комплексом. – 2014. – №. 2. – С. 18-21.
10. Ермакова Н.А., Газизова А.Р. Особенности анализа эффективности инновационного проекта в нефтедобывающих организациях // Экономический анализ: теория и практика. 2010. №19
11. Инфляция по данным Росстат // rosinfostat.ru URL: <https://rosinfostat.ru/inflyatsiya/> (дата обращения: 20.06.2020)

Какие экономические показатели важны нефтегазовым инвесторам.

корреляционный анализ

Whateconomic indicators are important for oil and gas investors. correlation analysis



УДК 330.42+658:622.276

DOI 10.24411/2413-046X-2020-10510

Борисов Максим Игоревич,

Пермский национальный исследовательский политехнический университет, Пермь

Borisov M.I.,

borisov.m.pstu@gmail.com

Аннотация. Нефтегазовая отрасль играет ключевую роль в социально-экономическом развитии нашей страны. Для ее постоянного развития требуется привлечение инвестиций. В статье рассмотрены основные экономические показатели в динамике с 2015 по 2019 год, на которые обращают внимание нефтегазовые инвесторы. Проведен корреляционный анализ с составлением описательной статистики влияния данных показателей на ценообразование марки нефти «Urals». Сделаны выводы о степени влияния каждого показателя. Предложены рекомендации о том, на какие показатели в большей степени необходимо опираться.

Summary. The oil and gas industry plays a key role in the socio-economic development of our country. Attraction of investments is necessary for its constant development. The article considers the main economic indicators in the dynamics from 2015 to 2019, which attract the attention of oil and gas investors. A correlation analysis was performed with the compilation of descriptive statistics on the impact of these indicators on the pricing of the Urals oil brand. Conclusions are made about the degree of influence of each indicator. Recommendations on which indicators to rely on to a greater extent are suggested.

Ключевые слова: нефть и газ, инвестиции, экономика, корреляция, статистика, нефтегазовая промышленность.

Key words: oil and gas, investment, economy, correlation, statistics, oil and gas industry.

Нефтегазовая отрасль является наиболее важной сферой в экономике России ввиду значительного вклада в формирование бюджета страны. По данным Министерства Финансов Российской Федерации нефтегазовые доходы за последние 5 лет составляют 40% от общих доходов. Производственная деятельность нефтяных компаний способствует социально-экономическому развитию регионов страны, а также смежных отраслей промышленности [1]. Развитие нефтегазовой отрасли обеспечивает обновление производственных фондов, создание и поддержку новых направлений деятельности, организацию новых рабочих мест и, в целом, стабильность и рост экономики России [2]. В связи с этим вопрос привлечения инвестиций в развитие предприятий нефтяного комплекса становится весьма актуальным [3].

Российские нефтегазовые компании, как и все мировые лидеры, ежегодно тратят миллиарды долларов на крупные инвестиционные проекты. Однако зачастую неудачно проанализированные инвестиционные планы могут привести к значительному перерасходу средств, срыву сроков и закончиться откровенной неудачей [4].

Для определения будущего нефтяной отрасли инвесторы опираются на множество экономических показателей для принятия наилучшего инвестиционного решения [5]. Основные из них:

- Нефтедобыча, которая характеризует поставляемые объемы нефти. Например, инвесторы обращают внимание на данный показатель для понимания, насколько допустимо увеличить добычу сырой нефти и ее поставку на нефтеперерабатывающие заводы (НПЗ);
- Запасы нефти являются для инвесторов важным показателем, так как позволяют оценить ресурсную базу страны и ее экономический потенциал;
- Внутреннее потребление нефтепродуктов демонстрирует наличие необходимости импорта нефти для реализации ее на внутреннем рынке. В совокупности с другими показателями дает представление о величине возможного экспорта нефти;
- Нефтеперерабатывающие мощности. Характеризует загруженность НПЗ и помогает определить, насколько больше мощностей доступно для получения дополнительных поставок на рынок. Инвесторы обязательно должны следить за соотношением между использованием НПЗ и их производительностью;
- Валовой внутренний продукт. Дает представление об общей экономической картине. Если экономика растет быстро, она, скорее всего, будет потреблять больше нефти, чем если бы она была в рецессии, поскольку энергия является важным вкладом в экономический рост.

Также важными показателями являются: налоговая политика государства, решение по квотам ОПЕК, климатические и геополитические факторы и др. [6]. Однако ввиду сложности определения их, как исчисляемых параметров, они в рамках исследования не рассматриваются.

В данной работе для выявления взаимосвязи экономических индикаторов и цен на нефть были собраны данные в годовой динамике по 6 показателям (добыча нефти, подтвержденные запасы, внутреннее потребление, ВВП, мощности НПЗ, цены на нефть «Urals») за период с 2015 по 2019 гг. Данные по добыче нефти, внутреннего потребления и мощности НПЗ приведены с открытого источника Министерства энергетики, запасы нефти – Министерства природы, ВВП – международного валютного фонда, цены на марку нефти «Urals» – ProFinance service. Дальнейшие вычисления производятся с помощью программного продукта «RStudio».

Предварительная статистическая обработка данных представлена в Таблице 1. Описательная статистика используется для простого обобщения данных, полученных в рамках выборочного исследования [7]. Таким образом можно заметить наличие более сильной изменчивости у следующих показателей: добыча, ВВП и цены на нефть.

Таблица 2 содержит полученные при вычислениях коэффициенты ранговой корреляции Спирмена [8], расчет которых производится по следующей формуле:

$$r = 1 - 6 \frac{\sum D^2}{N^3 - N}, \quad (1)$$

где D^2 – квадрат разностей между рангами, и N – количество признаков, участвующих в ранжировании.

Нулевая гипотеза (0) гласит о том, что коэффициент корреляции Спирмена равен 0, подразумевая отсутствие какой-либо связи между двумя рассматриваемыми переменными.

Так, основываясь на полученных результатах делается вывод о силе влияния каждого экономического индикатора на ценообразование марки «Urals».

Таблица 1

Описательные статистики

Рассматриваемые переменные	Минимальное значение	Стандартное отклонение	Среднее значение	Максимальное значение
Добыча, млн. т	534	9,889	548,6	560
Подтвержденные запасы, млрд. бар	102,4	2,563	106,3	109,5
Внутреннее потребление нефтепродуктов, млн. т	126	3,782	132,4	136
ВВП, трлн. Руб	83,23	11,495	95	110,05
Мощности НПЗ, млн. т	280	2,963	283,1	287
Цены на нефть Urals, дол	42,74	10,693	56,33	70,05

Таблица 2

Взаимосвязь экономических индикаторов с ценами на нефть «Urals»

Экономические показатели	Коэффициент корреляции
Цены на нефть Urals, дол.; Добыча, млн. т	0,6*
Цены на нефть Urals, дол.; Подтвержденные запасы, млрд. бар	-0,3*
Цены на нефть Urals, дол.; Внутреннее потребление нефтепродуктов, млн. т	0,562*
Цены на нефть Urals, дол.; ВВП, трлн. Руб	0,8*
Цены на нефть Urals, дол.; Мощности НПЗ, млн. т	0,7*
Примечание: *p-value < 0,1; **p-value < 0,05; ***p-value < 0,01	

В соответствии с полученными коэффициентами корреляции, цены на нефть положительно связаны с такими переменными, как добыча, внутреннее потребление, ВВП и мощности НПЗ. Стоит также отметить, что наибольшее влияние оказывает валовый внутренний продукт страны, однако и другие индикаторы играют не маловажную роль.

Помимо этого, также прослеживается обратная взаимосвязь между величиной запасов и ценообразованием на нефтяном рынке, о чем говорит отрицательный коэффициент

корреляции. Исходя из этого можно предположить, что при увеличении запасов цены на нефть понижаются и наоборот.

Развитие нефтегазового комплекса и, как следствие, экономики России требует постоянного привлечения инвестиционных потоков. Для принятия наилучшего инвестиционного решения нефтегазовые трейдеры анализируют большое количество экономических показателей. В данной работе рассмотрено влияние пяти важнейших параметров на ценообразование марки нефти «Urals». Основываясь на проведенном корреляционном анализе, можно сделать выводы о степени влияния каждого показателя. Сильное влияние оказывают ВВП страны и мощности НПЗ, в меньшей степени – объемы добычи нефти и внутреннее потребление нефтепродуктов. При исследовании влияния величины подтвержденных запасов на цену нефти получен отрицательный коэффициент корреляции, что говорит об обратной взаимосвязи переменных. Проведенное исследование может являться рекомендацией для нефтегазовых инвесторов: на какие показатели и в какой степени стоит уделять внимание. Понимание степени влияния каждого экономического индикатора поможет проводить более глубокий анализ рынка и сохранить средства от неудачных инвестиционных планов.

Список литературы

1. Волков А. Т., Шепелев Р. Е. Современное состояние нефтегазовой отрасли – источника спроса инноваций // Вестник ГУУ. 2019. №6. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/sovremennoe-sostoyanie-neftegazovoy-otrasli-istochnika-sprosa-innovatsiy>.
2. Алексеева О.А., Гридина О.Н., Стародубцева Ю.В. Вопросы значимости инвестирования в нефтегазовой отрасли России // Концепт. 2014. №6 С.71-75.
3. Толстоногов А.А. Оценка перспектив развития нефтяного комплекса России за счет повышения его инвестиционной привлекательности // Современные проблемы науки и образования. 2014. № 5. Ст. 395. Режим доступа: <http://www.scienceeducation.ru/ru/article/view?id=14958>.
4. Е. Козниченко, Д. Мордовенко, Д. Тидеман, Ж. Шехад. Инвестиционные проекты в российской нефтегазовой отрасли. Четыре шага к повышению эффективности // «Strategy&». 2015. 20 с.
5. «What Economic Indicators Do Oil and Gas Investors Need to Watch?» [Электронный ресурс] URL: <https://www.investopedia.com/ask/answers/100314/what-economic-indicators-do-oil-and-gas-investors-need-watch.asp>.

6. Лутфуллин Р.В. ФАКТОРЫ, ВЛИЯЮЩИЕ НА ЦЕНООБРАЗОВАНИЕ В НЕФТЕГАЗОВОЙ ОТРАСЛИ // Московский экономический журнал. 2020. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/factory-vliyayuschie-na-tsenoobrazovanie-v-neftegazovoy-otrasli>.
7. Хили Дж. Статистика. Социологические и маркетинговые исследования. — К.: ООО «ДиаСофтЮП»; СПб.: Питер, 2005. — 638 с.
8. Елисеева И.И., Юзбашев М.М. Общая теория статистики: Учебник / Под ред. И. И. Елисеевой. 4-е издание, переработанное и дополненное. Москва: Финансы и Статистика, 2002. 480 с.

Исследование системы мотивации сотрудников на предприятиях оборонно-промышленного комплекса России
Research of employee motivation system at the enterprises of the Russian defense industry complex



УДК 331.101.3

DOI 10.24411/2413-046X-2020-10511

Горбачёв Антон Сергеевич,

старший преподаватель, Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Московский государственный технический университет имени Н. Э. Баумана (национальный исследовательский университет)», г.Москва

Иванова Арина Александровна,

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Московский государственный технический университет имени Н. Э. Баумана (национальный исследовательский университет)», г.Москва

Моисеенко Анна Михайловна,

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Московский государственный технический университет имени Н. Э. Баумана (национальный исследовательский университет)», г.Москва

Колов Андрей Викторович,

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Московский государственный технический университет имени Н. Э. Баумана (национальный исследовательский университет)», г.Москва

Ишкова Карина Сергеевна,

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Воронежский государственный университет инженерных технологий»

Gorbachev A.S.,

gorbachev@bmstu.ru

Ivanova A.A.,

arina.iv.gur@mail.ru

Moiseenko A.M.,

annetmoiseenko@yandex.ru

Kolov A.V.,

andkolov@yahoo.com

Ishkova K.S.,

kari.ish@yandex.ru

Аннотация. В статье исследуется важная проблема оценки уровня мотивации персонала на предприятиях оборонно-промышленного комплекса России, представлены модель оценки уровня мотивации сотрудников и инструменты для изучения системы мотивации сотрудников на предприятии.

Проведен анализ полученных в ходе исследования результатов и предложен комплекс мер по повышению системы мотивации сотрудников на предприятии.

Summary. The article presents the important problem of assessing the level of personnel motivation at enterprises of the military-industrial complex of Russia, presents a model for assessing the level of employee motivation and tools for researching the employee motivation system at an enterprise.

The analysis of the results obtained in the course of the research is carried out and a set of measures is proposed to improve the system of employee motivation at the enterprise.

Ключевые слова: Мотивация, методы мотивации, типы личности, стимулирование, оборонно-промышленный комплекс.

Keywords: Motivation, methods of motivation, personality types, incentives, defense industry complex.

Актуальность данной темы заключается в том, что используемый российскими предприятиями набор методов мотивации может быть достаточно ограничен. Низкий уровень трудовой мотивации из-за незаинтересованности его работников в эффективном и хорошо оплаченном труде на предприятиях оборонно-промышленного комплекса может сильно повлиять на безопасность и обороноспособность страны.

Предприятия оборонно-промышленного комплекса испытывают острую потребность в эффективном инструментарии исследования трудовой мотивации для проведения адекватных изменений, направленных на ее совершенствование с целью повышения трудовой мотивации персонала.

В исследовании выделены тенденции развития трудовой мотивации, разработана методика исследования трудовой мотивации для определения основных направлений ее развития с учетом специфики предприятий оборонно-промышленного комплекса.

На предприятиях оборонно-промышленного комплекса работают люди разных возрастных групп, среди опрошенных были выделены 3 группы: 25-35 лет, 35-50 лет и 50+ лет. Данная методика учитывает не только возрастные группы, но и приоритеты потребности, типы личности и оценку мотивированности сотрудников в разных подразделениях. После проведения опроса были выделены группы научных работников и производственных рабочих.

С целью выработки рекомендаций по совершенствованию трудовой мотивации на предприятии оборонно-промышленного комплекса, был составлен анонимный опрос, включающий в себя 2 методики:

1. Пирамида потребностей А. Маслоу. [1]
2. Методика определения мотивационных профилей Ю.К. Балашова и А.Г. Ковалю.

Исходя из ответов респондентов, можно увидеть к какой группе и типу они относятся. [3]

Для оценки мотивации сотрудников была разработана модель уровня мотивированности, по которой сотрудникам предлагалось оценить себя по шкале от 1 до 5, где 1 – совсем не мотивирован, а 5 – очень хорошо мотивирован, остальные значения шкал представлены в таблице 1.

Для анализа эффективности применения мотивации сотрудников ОПК будем использовать следующую схему. Под качественным достижением результата будем понимать достижение результата в заданный промежуток времени без превышения расходов и не хуже требуемого качества. [2]

Оценка уровня мотивации	Описание
1	Низкий уровень мотивированности. Сотрудник регулярно не выполняет поставленные задачи или выполняет их не на должном уровне.
2	Сотрудник в целом выполняет свои задачи в пределах установленных требований, но иногда могут быть отклонения от требуемого уровня качества и задержка сроков.
3	Сотрудник всегда выполняет свои задачи в пределах установленных требований и всегда в срок, но редко возможен брак.
4	Сотрудник всегда достигает поставленных задач, минимизирует брак в работе, редко может брать дополнительную работу.
5	Высокий уровень мотивированности. Сотрудник на высоком уровне выполняет поставленные задачи, постоянно повышает качество выполняемых работ, часто берет дополнительную работу.

Таблица 1 — Модель уровня мотивации сотрудника

Для достижения результата труда сотрудника необходим ряд составляющих:

- Усилие (мотивация сотрудника)
- Компетентность сотрудника
- Работоспособность оборудования

Обеспечение рабочего места всем необходимым: комплектующими, расходными материалами и т.д.

Под эффективностью мотивации будем понимать отношение эффекта мотивации к затратам на мотивацию: $\text{Эффективность мотивации} = (\text{Эффект мотивации}) / (\text{Затраты на мотивацию})$.

Под эффектом мотивации будем понимать достижение результата при условии отсутствия проблем с другими тремя составляющими необходимыми для достижения результата (усилие, компетентность сотрудника, работоспособность оборудования, обеспечение рабочего места всем необходимым).

В качестве меры измерения результата отдельного сотрудника можно предложить ряд показателей, как в денежной, так и в натуральной форме. Например, в денежной форме:

- создаваемая прибыль на конкретном рабочем месте;
- средняя прибыль на работника при невозможности подсчета предыдущего пункта;
- создаваемая добавленная стоимость на конкретном рабочем месте;
- средняя добавленная стоимость при невозможности подсчета предыдущего пункта.

Стоит отметить, что в связи с нормированием прибыли по гособоронзаказу, но высокой добавленной стоимостью при производстве высокотехнологичной продукции предприятиями оборонно-промышленного комплекса, предпочтительнее использовать показатели добавленной стоимости. При производстве гражданской продукции, когда прибыль не нормируется, но является источником для развития предприятия, целесообразнее использовать показатели прибыли.

При оценке результата стоит учитывать также отсутствие возможных штрафов, которые могут возникнуть из-за несвоевременного или некачественного выполнения работ и величину перерасходов, которые могут возникнуть из-за низкого качества управления проектами. [4]

Показатели в натуральной форме могут вводиться исходя из специфики производства и особенности рабочих мест, и в данной работе не рассматриваются.

В качестве второй составляющей расчета эффективности (затраты) будет пониматься оценка стоимости реализации мер материальной и нематериальной мотивации. Под материальной мотивацией понимается передача любого материального имущества, в том

числе денег, сувениров, льгот на покупку продукции и т. д. Под нематериальной мотивацией подразумевается создание для работника нематериальных благ без передачи материального имущества (удовольствие, комфорт, уважение, значимость и т. д.). Очевидно, что для создания методов нематериальной мотивации требуются вполне материальные затраты, оценка которых будет производиться для определения затрат на мотивацию.

К примеру, оценим эффективность мотивации сотрудника производственного цеха и сотрудника научно-исследовательского отдела, в котором ведутся НИОКР. Для сотрудников производственного цеха затраты на материальную мотивацию включают премии, сверхурочные, надбавки, компенсации, социальные (медицинское обслуживание, страхование). Такие затраты за год в среднем составили 110 000 рублей на одного работника.

Затраты на нематериальную мотивацию, в том числе улучшение условий и организации труда, материального обеспечения, закрепляющие существующее положение грамоты, почетные звания, а также ориентирующие на изменения, повышения в должности, обучение, а также неформальные мероприятия, повышающие лояльность к организации, в среднем за год на одного сотрудника составили 60 000 рублей.

Для сотрудников научно-исследовательского отдела затраты на материальную мотивацию включают премии, сверхурочные, надбавки, компенсации, социальные (медицинское обслуживание, страхование). Такие затраты за год в среднем составили 90 000 рублей на одного работника.

Затраты на нематериальную мотивацию, в том числе улучшение условий и организации труда, материального обеспечения, закрепляющие существующее положение грамоты, почетные звания, а также ориентирующие на изменения, повышения в должности, обучение, а также неформальные мероприятия, повышающие лояльность к организации, в среднем за год на одного сотрудника составили 130 000 рублей. Показатели эффективности системы мотивации могут быть как социально-психологическими, так и экономическими. Оценке могут поддаваться только экономические эффекты, такие как повышение производительности труда, уменьшение текучести кадров, создаваемая прибыль на конкретном рабочем месте. Социально-психологические показатели, такие как повышение удовлетворенности трудом, благоприятный психологический климат в коллективе, отсутствие нежелательных для предприятия действий работников тоже являются важными, имеют влияние на экономические показатели, но не могут быть представлены в количественной оценке. [5]

В случае с работником производственного цеха, создаваемая прибыль в расчете на одно рабочее место за год увеличилось на 1,7%, что в денежном выражении составляет 595 000 рублей. А в случае с работником научно-исследовательского подразделения, генерируемая прибыль в расчете на одно рабочее место за год выросла на 0,9%, что в денежном выражении составило 315 000 рублей.

Оценка эффективности мотивации для работника производственного цеха получается следующей: $(595\ 000)/(110\ 000+60\ 000)=3,5$ получается, что создаваемая прибыль на одно рабочее место более чем в 3 раза окупает затраты на мотивацию.

В случае с работником научно-исследовательского подразделения коэффициент равен: $(315\ 000)/(90\ 000+130\ 000)=1,4$.

Анализируя полученные результаты можно сделать вывод, что эффективность работы в обоих подразделениях выросла.

В данном исследовании принимали участие сотрудники предприятия оборонно-промышленного комплекса. Всего опрошенных было 200 человек, из которых 100 – сотрудники производственного цеха и 100 – сотрудники научно-исследовательского отдела.

Контакты респондентов собирались следующим образом: во время работы над исследованием было составлено информационное письмо для участников исследования, в которых была описана цель и задачи данной работы с просьбой пройти анкетирование.

При этом сотрудникам были высланы бланки анкет (приложение А), со следующими инструкциями: «Анкета состоит из 15 вопросов. На вопросы 1-3, 15 нужно ответить письменно, в 4 вопросе для каждого утверждения выбрать ответы «да» или «нет», в вопросах 5 – 14 нужно выбрать один вариант ответа. Данная анкета анонимна. Не старайтесь произвести своими ответами благоприятное впечатление. Отвечайте на вопросы максимально искренне и свободно».

Исходя из того, что сбор ответов и обработка результатов в текущей эпидемиологической ситуации были затруднены, было принято решение провести анкетирование с использованием онлайн-инструментов для некоммерческого создания анкет. Анкеты рассылались с помощью сотрудника организации через корпоративную почту, при этом на такую рассылку в общем итоге откликнулось 30 человек. Все вопросы анкеты были отмечены, как обязательные к заполнению. Все результаты анкетирования были автоматически собраны в таблицу. При этом были соблюдены все соглашения об анонимности и конфиденциальности: при регистрации ответов не собирались данные

(электронная почта, телефон и имя респондента). Конверсия (отношение заполненных анкет к количеству отправленных писем) составила 55,6%.

Результаты исследования могут быть полезны на предприятии. Руководитель отдела персонала также получил копию результатов исследования и ответов всех респондентов. В сводной таблице результатов содержатся: сведения о возрасте, поле, подразделении (в таблице для краткости: подразделение 1 – производственное подразделение, подразделение 2 – научно-исследовательский отдел), а также сводка ответов по всем вопросам анкеты.

Проанализировав полученные результаты, можно сделать вывод, что в зависимости от подразделения и возраста сотрудников меняются потребности и мотивационный тип, а значит, от этих показателей предприятие должно отталкиваться при создании системы мотивации. [6]

Также можно заметить связь между теорией А. Маслоу и методикой определения мотивационных профилей Ю.К. Балашова и А.Г. Коваля. Чем выше уровень потребностей, тем выше мотивационный тип сотрудника предприятия. [7]

Для менеджмента предприятия оборонно-промышленного комплекса можно предложить следующие меры по повышению эффективности системы мотивации сотрудников:

Сотрудникам, как производственного, так и научно-исследовательского подразделений, в возрасте 25-35 лет в первую очередь нужно удовлетворить физиологические потребности, следовательно, основным стимулом для них будет зарплата, дополнительные выплаты, материальные поощрения. Также следует давать такую работу, которая позволила бы им общаться. Нужно поддерживать командную работу и создавать условия для социальной активности сотрудников организации вне ее рамок. К примеру, проводить корпоративы, тимбилдинги и т. д. [8]

Для сотрудников производственного подразделения в возрасте 35-50 лет важна прилюдная оценка их достоинств. Следует иногда хвалить и выделять. Например, после достижения высоких результатов выдавать грамоты, вешать на доску почета. Но ни в коем случае нельзя применять негативные формы стимулирования, особенно публично, это может сильно сказаться на работе сотрудника в худшую сторону. Еще для таких сотрудников важно продвижение по карьерной лестнице, условия работы и ее содержание. Таким людям не интересна и рутинная работа, для них больше подходят проектные работы.

Сотрудникам научно-исследовательского подразделения в возрасте 35-50 лет следует предоставлять важную и сложную работу, требующую от них полной отдачи и ответственности. Нужно поощрять и развивать их творческие способности и предоставлять возможность для обучения и развития, которые позволят полностью использовать их потенциал. Данной группе сотрудников необходима свобода и отсутствие мелочного контроля. Для них в первую очередь важны интересы производства. Для мотивации данной группы можно использовать повышение в должности и целевые премии, но главным стимулом к работе будет привлечение к управлению. [9]

Сотрудникам обоих подразделений в возрасте старше 50 лет следует предлагать более ответственную работу, обеспечивать им положительную обратную связь с достигнутыми результатами. Следует привлекать подчиненных к формулировке целей и выработке решений, делегировать им дополнительные права и полномочия.

Важно обеспечивать им обучение и переподготовку, которая повышает уровень их компетенции. Для сотрудников этой возрастной группы важно чувствовать себя частью компании.

Так же можно сказать, что для сотрудников с более высокими потребностями, выше оценка мотивированности, по сравнению с сотрудниками с более низкими потребностями. Это говорит о том, что в первую очередь нужно применять меры для совершенствования мотивации сотрудников с более низкими потребностями, так как они в данный момент меньше заинтересованы в эффективном выполнении работ. Впоследствии, после удовлетворения потребностей этих сотрудников, можно начинать применять меры по отношению к сотрудникам с более высокой оценкой мотивированности. Это поможет более эффективно распределить силы и затраты на мотивацию. [10]

Подводя итог, можно сказать, что для всех сотрудников обоих подразделений важно видеть, что их труд нужен и ценен. Большая часть сотрудников хочет развиваться и строить карьеру в предприятии. Для этого стоит уделять больше внимания их обучению, проводить тимбилдинги, направлять сотрудников на различные курсы. Так же стоит давать сотрудникам более ответственную работу и поощрять за хорошие результаты. Например, в конце каждого года проводить подведение итогов и награждать наиболее проявивших себя сотрудников ценными призами. Также следует время от времени обновлять кадровый состав.

Подводя итоги проделанной работы можно сказать, что для повышения мотивированности сотрудников нужно учитывать комплексную оценку специфики

мотивации личности, а также делать акцент на сотрудниках с более низкой оценкой мотивированности.

Список литературы

1. Алексина С.Б. Методы стимулирования. [Текст] / С.Б. Алексина , Г.Г. Иванов // -М.: ФОРУМ, 2013. — С. 205
2. Багрянцева К.В. Составление интегрированных типов внутренней мотивации на основе объединения методик по выявлению мотивационных профилей и источников мотивации сотрудников предприятия ОПК [Текст] / К.В. Багрянцева// Сфера знаний: вопросы продуктивного взаимодействия наук в 21 веке. — Казань: ООО «СитИвент», 2018. — С. 20-23.
3. Балашов Ю.К., Коваль А.Г. Мотивация и стимулирование персонала: основы построения системы стимулирования [Текст] / Ю.К. Балашов, А.Г. Коваль // Маркетинг в России и за рубежом. — 2002. — № 7. — с. 40-43.
4. Герчиков В.И. Нематериальное стимулирование персонала [Текст] / В.И. Герчиков // Мотивация и оплата труда. — 2005. — №1. — С. 2-10.
5. Закирьянова Л.Р., Стожко К.П. Материальное стимулирование персонала предприятия в современных условиях [Текст] / Л.Р. Закирьянова, К.П. Стожко // Молодежь и наука. — 2016. — №10. — С. 15.
6. Кошелева Н.Н. Корреляционный анализ и его применение для подсчета ранговой корреляции Спирмена [Текст] / Н.Н. Кошелева // Актуальные проблемы гуманитарных и естественных наук. — 2012. — №3. — С. 5-7.
7. Мексон М., Альберт М., Хедоури Ф. Основы менеджмента. [Текст] / М. Мексон, М. Альберт, Ф. Хедоури // — М.: ДЕЛЮ, 1997.- С. 1200
8. Самулевич В.В. Разработка методов трудовой мотивации персонала на государственных предприятиях: автореф. дис. ... канд. экон. наук: 08.00.05. [Текст] / В.В. Самулевич // — Нижний Новгород, 2006. — С. 139
9. Шалагинова Л.В. Самоменеджмент. Практическое руководство. [Текст] / Л.В. Шалагинова // — СПб.: БВХ-Петербург, 2014. — С. 56
10. Шигапова М.Ю. Полисемия понятий «мотивация» и «мотивирование» [Текст] / М.Ю. Шигапова// Актуальные проблемы современной экономики. — Омск: Омский государственный университет путей сообщения, 2019. — С. 42-44.

Исследование клиентской лояльности в ресторанном бизнесе

Research of customer loyalty in the restaurant business



УДК 330

DOI 10.24411/2413-046X-2020-10517

Косарев Станислав Аркадьевич,

директор центра Информационных технологий, Университет Синергия

Родичев Максим Валерьевич,

МГТУ им. Н.Э. Баумана, Кафедры «Менеджмент»

Мебус Анатолий Владимирович,

МГТУ им. Н.Э. Баумана, Кафедры «Менеджмент»

Согомонян Размик Меликович,

МГТУ им. Н.Э. Баумана, Кафедры «Экономика и организация производства»

Атоев Владимир Владимирович,

МГТУ им. Н.Э. Баумана, кафедра «Промышленная логистика»

Kosarev S.A.

Mebus M.V.

Rodichev A.V.

Sagomonyan R.M.

Atoev V.V.

Аннотация. В статье исследуются основные факторы потребительской лояльности в сфере ресторанного бизнеса. Сформулированы гипотезы, касающиеся потребительского восприятия, уровня значимости гедонистических и утилитарных факторов для повторного посещения ресторана. Проверка гипотез осуществлена с помощью эконометрики и математической статистики. Выделены основные факторы оказывающие влияние на формирование потребительской лояльности, а как следствие формирование конкурентного преимущества на перенасыщенном рынке в условиях финансового кризиса, что позволяет вести экономически эффективную деятельность предприятиям сферы питания и правильно расставлять приоритеты при ведении своей деятельности.

Summary. The article examines the main factors of consumer loyalty in the restaurant business. Hypotheses were formulated regarding consumer perception, the level of significance of hedonistic and utilitarian factors for a repeat visit to a restaurant. Hypothesis testing was carried out using econometrics and mathematical statistics. The main factors influencing the formation of consumer loyalty, and, as a consequence, the formation of a competitive advantage in the oversaturated market in the conditions of the financial crisis, are highlighted, which makes it possible for enterprises in the catering sector to conduct cost-effective activities and correctly prioritize their business.

Ключевые слова: потребительская лояльность, гедонистические факторы, эконометрика, ресторанный бизнес.

Keywords: consumer loyalty, hedonistic factors, econometrics, restaurant business.

На сегодняшний день в условиях пандемии COVID-19, тяжелой финансовой ситуации в стране и мире, высокой конкуренции на всех рынках и во всех отраслях отрасль питания становится одной из наиболее уязвимых и требует верных стратегических шагов и анализа собственных клиентов. Дело в том, что именно от кафе и ресторанов наиболее безболезненно может отказаться большинство потребителей, ведь всегда дешевле приготовить еду дома [1-2]. Перед отраслью стоит сложная задача – выявить факторы потребительской лояльности, чтобы клиенты вновь и вновь возвращались в стены ресторана. Для этого было проведено анкетирование и обработана информация, полученная от 188 посетителей ресторана «Забой» [3].

Были сформулированы следующие гипотезы, требующие проверки:

- 1) Существуют различия у посетителей разных возрастных групп в оценке важности эмоционального фактора повторного посещения ресторана;
- 2) Существуют гендерные различия в оценке важности эмоционального фактора клиентской лояльности потребителей;
- 3) Гедонистических выгоды оказывают положительное влияние на уровень лояльности клиента ресторана;
- 4) Для клиентов тематических ресторанов гедонистические выгоды являются более значимыми факторами повторного посещения, чем утилитарные.

Первостепенной задачей, при анализе собранных полевых исследований является выявление ключевых ассоциаций у посетителей ресторана «Забой». Для подавляющего большинства – почти 50 процентов респондентов наиболее важным фактором при визите в ресторан является тематика и тематическое оформление ресторана. Сама кухня (меню ресторана), были выбраны чуть меньше чем четвертью респондентов. Стоит сделать

важное замечание, что традиционные совокупные ассоциации «кухня (меню)+ тематическое оформление ресторана» характерны только для 7 процентов опрошенных. Ассоциации типа «расположение ресторана + тематика» возникают только у 5 процентов (см. Таблица 1) [4].

Таблица 1. Причины посещения ресторана

ExpType	Count	%
theme	93	49.47%
food	42	22.34%
region	31	16.49%
purpose	14	7.45%
service	6	3.19%
price	3	1.60%
other	27	14.36%
no	5	2.66%

Анализ формализованных показателей (см. Таблица 2), не представляет особого интереса, но требует пояснений. Если анализировать их «напрямую», то необходимо сделать следующее замечание: выбор значения медианы или среднего зависит от того, какое распределение получено в ходе обработки данных. Только в случае нормального распределения для анализа можно взять среднее (оно будет совпадать с медианой), в любом другом необходимо использование медианы, она будет более объективно давать оценку о значении того или иного показателя, нежели среднее.

Таблица 2. Описательная статистика, использованы наблюдения

Переменная	Среднее	Медиана	S.D.	Min	Max
Unhappy	4,59	5,00	0,996	0,000	6,00
Annoyedpleased	4,80	5,00	1,03	0,000	6,00
Boredentertained	4,42	5,00	1,14	0,000	6,00
Disappointedanddelighted	4,41	4,00	1,04	0,000	6,00
Depressedandcheerful	4,41	4,00	1,05	0,000	6,00
Calmexcited	3,53	4,00	1,50	0,000	6,00
Indifferentandamazed	4,19	4,00	1,12	0,000	6,00
Revisit	5,37	6,00	1,34	1,00	7,00
Recommend	5,35	6,00	1,30	1,00	7,00
eWOM_recommend	4,47	5,00	1,69	1,00	7,00
Gender	0,495	0,000	0,501	0,000	1,00
Age	33,4	30,0	11,4	17,0	66,0
Tourist	0,319	0,000	0,467	0,000	1,00
Income	2,26	2,00	0,787	1,00	4,00

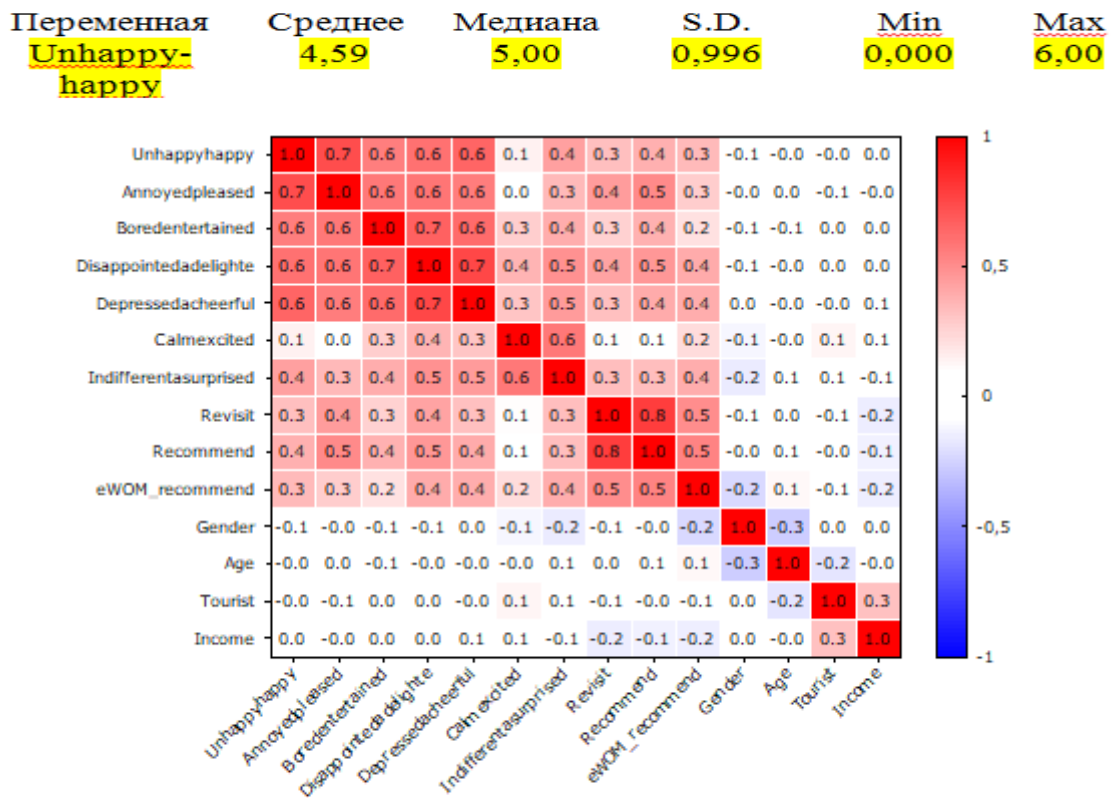


Рисунок 1. Корреляционная матрица

Таблица 3. Модель 1: МНК, использованы наблюдения 1-188
Зависимая переменная: Revisit
Робастные оценки стандартных ошибок (с поправкой на гетероскедастичность), вариант НС1

	Коэффициент	Ст. ошибка	t-статистика	P-значение	
const	2,55271	0,757012	3,372	0,0009	** *
Unhappy_happy	-0,143809	0,179215	-0,8024	0,4234	
Annoyed_pleased	0,478803	0,171835	2,786	0,0059	** *
Bored_entertained	-0,160695	0,124923	-1,286	0,2000	
Disappointed_delighted	0,410233	0,158823	2,583	0,0106	**
Depressed_cheerful	-0,0389420	0,143778	-0,2708	0,7868	
Calm_excited	-0,0575447	0,0757547	-0,7596	0,4485	
Indifferent_surprised	0,224979	0,137691	1,634	0,1040	
Age	0,000466167	0,00814190	0,05726	0,9544	
Tourist	-0,0663290	0,168726	-0,3931	0,6947	
Income	-0,213664	0,157090	-1,360	0,1755	

Среднее зав. перемен	5,372340	Ст. откл. зав. перемен	1,344301
Сумма кв. остатков	238,5263	Ст. ошибка модели	1,160864
R-квадрат	0,294168	Испр. R-квадрат	0,254290
F(10, 177)	5,468099	P-значение (F)	4,63e-07
Лог. правдоподобие	-289,1360	Крит. Акаике	600,2720
Крит. Шварца	635,8728	Крит. Хеннана-Куинна	614,6961

Таблица 4. Модель 2: МНК, использованы наблюдения 1-188

Зависимая переменная: Revisit

Робастные оценки стандартных ошибок (с поправкой на гетероскедастичность), вариант НС1

	<i>Коэффициент</i>	<i>Ст. ошибка</i>	<i>t-статистика</i>	<i>P-значение</i>	
const	2,08466	0,581579	3,584	0,0004	** *
Annoyed_pleased	0,394021	0,147446	2,672	0,0082	** *
Disappointed_delighted	0,316005	0,137176	2,304	0,0224	**

Среднее зав. перемен	5,372340		Ст. откл. зав. перемен	1,344301
Сумма кв. остатков	257,5707		Ст. ошибка модели	1,179947
R-квадрат	0,237813		Испр. R-квадрат	0,229573
F(2, 185)	17,65856		P-значение (F)	9,58e-08
Лог. правдоподобие	-296,3566		Крит. Акаике	598,7131
Крит. Шварца	608,4224		Крит. Хеннана-Куинна	602,6470

Bored_entertained -0,306529
 Gender -0,614308
 Income -0,335359

Таблица 5. Модель 3: МНК, использованы наблюдения 1-188

Зависимая переменная: eWOM_recommend

Робастные оценки стандартных ошибок (с поправкой на гетероскедастичность), вариант НС1

	<i>Коэффициент</i>	<i>Ст. ошибка</i>	<i>t-статистика</i>	<i>P-значение</i>	
const	1,57065	0,785231	2,000	0,0470	**
Annoyed_pleased	-0,0110692	0,191948	-0,05767	0,9541	
Disappointed_delighted	0,311751	0,211931	1,471	0,1431	
Unhappy_happy	0,196749	0,215158	0,9144	0,3617	
Bored_entertained	-0,306529	0,135942	-2,255	0,0254	**
Depressed_cheerful	0,385297	0,196193	1,964	0,0511	*
Calm_excited	0,0144245	0,0950823	0,1517	0,8796	
Indifferent_surprised	0,248066	0,147510	1,682	0,0944	*
Gender	-0,614308	0,222466	-2,761	0,0064	** *
Age	0,00928512	0,00948667	0,9788	0,3290	
Tourist	-0,0284559	0,247679	-0,1149	0,9087	
Income	-0,335359	0,160231	-2,093	0,0378	**

Среднее зав. перемен	4,473404		Ст. откл. зав. перемен	1,691228
Сумма кв. остатков	372,8948		Ст. ошибка модели	1,455583
R-квадрат	0,302827		Испр. R-квадрат	0,259254
F(11, 176)	7,612171		P-значение (F)	1,13e-10
Лог. правдоподобие	-331,1368		Крит. Акаике	686,2735
Крит. Шварца	725,1108		Крит. Хеннана-Куинна	702,0089

Таблица 1. Разделение причин посещения ресторана

Причина посещения	Тип причины
Возможность встретиться с друзьями в неформальной обстановке	гедонистическая
Желание отметить значимое событие	гедонистическая
Желание сэкономить время	рациональная
Стремление получить приятные эмоции и впечатления	гедонистическая
Отсутствие желания готовить	рациональная (сделаем допущение!)
Когда дома нету еды	рациональная
Бизнес-ланч	рациональная
Отсутствие возможности поесть дома	рациональная
Ненавижу готовить	рациональная

Большое количество рациональных причин обусловлено их «близостью». Условно «отсутствие желания готовить», «ненавижу готовить» и «когда дома нету еды» — взаимосвязанные и зачастую друг друга дополняющие причины. Условно их можно объединить в одну причину. Важнее рассмотреть выборку клиентов, чтобы проанализировать причины посещения ресторана.

Таблица 2. Классификация посетителей ресторана, в зависимости от причин

Причины посещения	Количество в выборке	Медиана «раздражен/удовлетворен»	Медиана «вернусь в ресторан» - как оценка лояльности
Только рациональные причины	9	5	5
Разные причины, но большинство рациональных	10	5	5
Разные, но большинство гедонистических	64	5	5
Только гедонистические причины	105	5	5
ИТОГО	188		

После оценки медианы по уровню удовлетворенности каждой группы посетителей, можно сделать выводы, что в не зависимости от того, по каким причинам пришел потребитель в ресторан (рационалист-гедонист), его уровень лояльности ожидаем как «скорее согласен» (вопрос о лояльности про повторное посещение). Тоже самое можно и сказать и о «удовлетворенности» от посещения ресторана – она равна 5 баллам. Таким образом, уровень удовлетворённости даже у рационалистов аналогично высок. Посещают ресторан гедонисты чаще, чем рационалисты по вполне объяснимым и логичным причинам.

Таким образом, результатом моделирования стало выявление видов эмоции и параметров, характерных для всех трех видов лояльности – повторного визита,

рекомендации и публикации отзыва в интернете, причем для клиентской лояльности типа «повторный визит» и «рекомендации» характеры одни и те же эмоции («удовлетворенность» и «восторженность»), а для «отзыва в интернете» — совершенно другие («развлечение» или ожидание, удивление, гендерный признак и уровень дохода). В результате чего можно сделать следующие выводы:

- 1) гипотеза о различии у посетителей разных возрастных групп в оценке важности эмоционального фактора для повторного посещения ресторана не подтвердилась.
- 2) гипотеза о наличии гендерных различий в оценке важности эмоционального фактора клиентской лояльности потребителей подтвердилась частично; Только «отзывы в интернете», как один из элементов клиентской лояльности, зависят от гендерного признака.
- 3) гипотеза, предполагающая, что гедонистические выгоды оказывают положительное влияние на уровень лояльности клиента ресторана подтвердилась.
- 4) гипотеза о том, что для клиентов тематических ресторанов гедонистические выгоды являются более значимыми факторами повторного посещения, чем утилитарные подтвердилась, более того, утилитарные факторы являются незначительными для повторного визита в ресторан.

Список литературы

1. Анализ рынка услуг ресторанов и кафе в России в 2019 году // <http://businessstat.ru/>
2. Хусенова С.Х. Ресторанный бизнес в России // Экономика и бизнес: теория и практика. №8. С. 132-134.
3. Ахмедов Н. А., Карпушенко П. Б. Маркетинг ресторанных услуг // Маркетинг в России и за рубежом. 2007. № 3. С. 16-24.
4. Мордовченков Н.В., Сидякова В.А. Определение качества услуг по средствам маркетинговых исследований ресторанов // Азимут научных исследований: экономика и управление. 2015. №6. С. 101-115.
5. Орлов А.И. Эконометрика. Изд. 4-е, доп. и перераб. Учебник для вузов. Гриф УМО. — Ростов-на-Дону: Феникс, 2009. — 572 с
6. Прикладная статистика. Учебник для вузов. — М.: Экзамен, 2006. — 672 с
7. Организационно-экономическое моделирование: теория принятия решений : учебник. Гриф УМО. — М. : КноРус, 2011. — 568 с.

Современные условия развития логистических процессов и управления цепями поставок региональной пространственно-отраслевой структуры
Modern conditions for the development of logistics processes and supply chain management in the regional spatial and industrial structure



УДК 338.43:658.5(007)

DOI 10.24411/2413-046X-2020-10519

Статья опубликована в соответствии с Планом научно-инновационной деятельности и научных изданий ФГБОУ ВО Пермский ГАТУ на 2020 год, в рамках научно-исследовательской работы на тему: Совершенствование механизма импортозамещения агропродукции в условиях неустойчивой экономики АААА-А16-116021210249-3

Черникова Светлана Александровна,

к.э.н., доцент, зав. кафедрой менеджмента. Факультет экономики и информационных технологий, Пермский государственный аграрно-технологический университет имени академика Д.Н. Прянишникова, 614990, Пермь, ул. Петропавловская, 23, E-mail: schernikova2014@yandex.ru

Chernikova Svetlana Aleksandrovna,

CSc, Management Department, Faculty of Economics and Information Technologies, Perm State Agro-Technological University named after Academician D.N. Pryanishnikov. 614990. Perm, st. Petropavlovskaya, 23

Аннотация. В статье рассмотрены результаты исследования современного состояния логистических процессов и управления цепями поставок региональной пространственно-отраслевой структуры позволяет сделать выводы об основных проблемах финансирования логистических процессов и управления цепями поставок.

Выявлены основные направления развития логистических процессов, определена стратегическая цель управления цепями поставок и логистическими процессами.

Summary. The article considers the results of research on the current state of logistics processes and supply chain management in the regional spatial and industrial structure. It allows us to draw

conclusions about the main problems of financing logistics processes and supply chain management.

The main directions of development of logistics processes are identified, and the strategic goal of supply chain management and logistics processes is defined.

Ключевые слова: логистические процессы, управление цепями поставок, региональная пространственно-отраслевая структура, комплексное управление, финансирование, эффективность.

Keywords: logistics processes, supply chain management, regional spatial and industrial structure, integrated management, financing, efficiency.

Исследование современного состояния логистических процессов и управления цепями поставок региональной пространственно-отраслевой структуры позволяет сделать выводы об основных проблемах финансирования логистических процессов и управления цепями поставок.

Восстановление масштабов производства сельскохозяйственной продукции в регионах и стране, усиление интенсификации предприятий аграрной сферы региональной пространственно-отраслевой структуры, заставляют пересматривать отношение к функционированию и финансированию логистических процессов и управления цепями поставок в региональной пространственно-отраслевой структуре.

Логистика в сельском хозяйстве призвана решать следующие задачи: выбор поставщиков и потребителей; планирование запасов, управление транспортом и организация перевозок, организация складского хозяйства, выполнение заказов, рационализация складских операций на региональных складах, исследования в области логистики, совершенствование логистических систем, организация процесса снабжения и сбыта, установление производственно-хозяйственных и коммерческих связей, управление информационными потоками.

Управление логистическими процессами и цепями поставок сопровождается существенным увеличением количества различных форм коммуникаций, которые усложняют процессы интеграции, координации и кооперации. Возрастают проблемы регионального продвижения продукции сельского хозяйства, товарно-материальных ценностей в рыночном пространстве региональной пространственно-отраслевой структуры.

Эффективное решение возникших проблем видится в комплексном управлении, включающем усовершенствование информационных потоков системы логистики и финансирования логистических процессов и цепей поставок, которое наиболее актуально

для крупных субъектов аграрного рынка – агрокомбинатов, агрохолдингов и других инновационно-интегрированных структур.

Сегодня, управление процессом логистических операций и цепей поставок связано с реализацией возможностей по комплексному управлению товарно-материальными потоками между всеми участниками региональной пространственно-отраслевой структуры, а также наличием достаточного количества финансовых ресурсов для организации управления логистическими процессами.

Основной целью комплексного управления является снижения затрат по всей цепи поставок, включающей более одной системы принятия решений, а также рациональное использование финансовых ресурсов предприятий региональной пространственно-отраслевой структуры, следовательно, максимальное получение прибыли.

Использование комплексного управления и экономико-математических моделей позволит оптимизировать цепи поставок по критерию минимума затрат, что будет соответствовать оптимальному использованию финансовых ресурсов [1].

В современных условиях, логистические процессы региональной пространственно-отраслевой структуры рассматривается как система управления цепочками поставок. Сфера логистики не ограничивается функциями внутри предприятия, а в первую очередь является частью пространственно-отраслевой структуры как интегратора.

Логистика как функциональный вид деятельности предприятия заменяет физическое распределение, связанное с поиском новых возможностей повышения эффективности материальных потоков. Основной задачей становится — объединение в единый интегрированный процесс всех стадий: снабжения, производства, транспортировки, хранения и сбыта произведенного продукта, а также связанной с ним информации (рисунок 1).

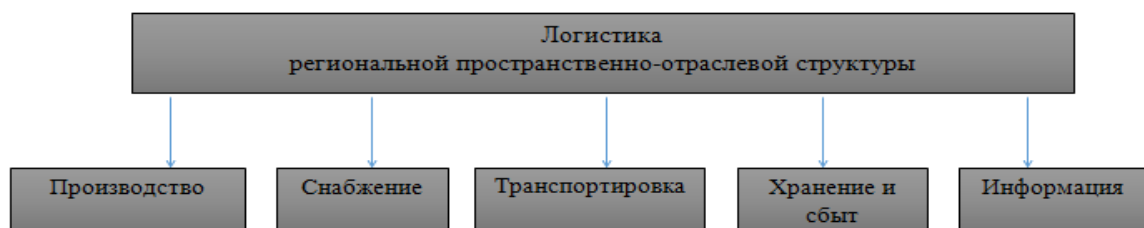


Рисунок 1- Объединение в единый интегрированный процесс всех стадий логистики

Процессы снабжения производства входят в сферу управления цепочками поставок [3] и включают в себя значительную долю общих затрат, в зависимости от количества звеньев цепи, участников региональной пространственно-отраслевой структуры. Поэтому, количество звеньев цепи всегда должно быть минимальное.

Интеграция и унификация логистических процессов и цепей поставок, обуславливается необходимостью снижения совокупных издержек, развитием аутсорсинга бизнес-процессов и функций управления, создает предпосылки к сокращению транзакционных и сопутствующих затрат, ведет к росту доходов и прибыли предприятий, а следовательно увеличению капитализации.

Стратегической целью управления цепями поставок региональной пространственно-отраслевой структуры, является минимизация совокупных затрат участников, что, в свою очередь, должно привести к максимизации прибыли участников цепи по отношению к их активам.

Эффективность цепи поставок региональной пространственно-отраслевой структуры ($R_{прос}$) можно рассматривать как сумму эффективности цепи поставок каждого участника (формула 1), а рассчитать по формуле 2:

$$R_{прос} = R_1 + R_2 + \dots + R_N \quad (1),$$

или

$$R_{прос} = \frac{D_1 - C_1}{A_1} \times 100\% + \frac{D_2 - C_2}{A_2} \times 100\% + \dots + \frac{D_N - C_N}{A_N} \times 100\% \quad (2),$$

где, D – доход каждого участника, относящийся к вкладу цепочки поставок в продажи товаров или услуг, млн руб.

C – текущие затраты, расходы понесенные в цепи поставок, млн руб.

A – активы, инвестиции в объекты и оборудование для поддержки процессов цепочки поставок, млн руб.

R_1, R_2, \dots, R_N – эффективность цепи поставок каждого участника.

$1, 2 \dots N$ – количество участников региональной пространственно-отраслевой структуры.

Показатель эффективности ($R_{прос}$) учитывает экономический результат вложений в развитие цепей поставок региональной пространственно-отраслевой структуры.

Результатом применения комплексного управления логистическими процессами станет:

- формирование крупных субъектов аграрного рынка – агрокомбинатов, агрохолдингов и других инновационно-интегрированных структур, на основе долгосрочного сотрудничества в цепях поставок;
- устойчивые темпы роста доходов и прибыли всех участников цепей поставок региональной пространственно-отраслевой структуры;

- минимизация совокупных затрат логистических процессов и цепей поставок региональной пространственно-отраслевой структуры, с учетом объемов финансирования;
- максимизация экономической эффективности логистических процессов и цепей поставок региональной пространственно-отраслевой структуры, с учетом объемов финансирования;
- оптимизация соотношения экономической, социальной и интеллектуальной эффективности логистических процессов и цепей поставок региональной пространственно-отраслевой структуры, с учетом объемов финансирования;
- уменьшение звенности цепей поставок, снижение транспортных, складских и погрузо-разгрузочных расходов.

Основные этапы совершенствования логистического процесса и цепей поставок

Совершенствование существующих логистических процессов и цепей поставок, это затратный и непрерывный процесс, основными этапами которого должны быть:

- определение роли и места предприятия в логистических процессах и цепях поставок региональной пространственно-отраслевой структуры, с учетом объемов финансирования. Менеджеры участников цепей поставок региональной пространственно-отраслевой структуры должны критически пересмотреть ценовые предложения продукции и услуг своей организации, а также определить необходимые основные компетенции. Разработать конкретные процессы и управленческие решения для поддержки основных компетенций;
- разработка взаимодействия логистических процессов и цепей поставок региональной пространственно-отраслевой структуры, с учетом объемов финансирования. Менеджеры участников цепи поставок региональной пространственно-отраслевой структуры должны определить: ведущие организации, роль и место своей организации, а также эффективность цепи поставок. Для этого необходимо составить блок-схему с определением критических точек логистических и основных технологических процессов производства продукции и предоставляемых услуг, с целью организации оптимальных взаимосвязей с существующими и потенциальными клиентами, а также принятия обоснованных управленческих решений;
- создание инфраструктуры логистических процессов и цепей поставок региональной пространственно-отраслевой структуры, с учетом объемов финансирования. В понятие инфраструктуры цепей поставок включаются взаимоотношения с заказчиками товаров и услуг, а также поставщиками каждого участника цепи поставок региональной пространственно-отраслевой структуры. Это требует группировки и ранжирования партнеров на входе и выходе цепи поставок по степени их важности, а также создания

дифференцированных отношений с различными группами клиентов. Некоторые отношения требуют интенсивного развития, а другие – применения эффективных и стандартизованных процессов и процедур принятия управленческих решений. Первоначальная классификация партнеров в цепи поставок должна проводиться по следующим признакам: их прибыльность, эффективность, долгосрочность роста, перспективы развития, финансовые возможности;

– повышенной доходности тех участников цепи поставок, кто проводит научно-исследовательские и внедряет инновационные разработки, для покрытия высоких расходов на начальном этапе разработки инновационных продуктов и услуг. В цепях поставок следует поощрять рост качества продукции и поставку ее инновационных видов, установкой специальных цен, на определенный период, обеспечивающих частичное возмещение производителям их повышенных расходов [2];

– развитие интеграционных механизмов логистических процессов и цепей поставок региональной пространственно-отраслевой структуры, с учетом объемов финансирования, предполагает выявление внутренних и внешних факторов препятствующих сотрудничеству, определение возможностей повышения степени взаимодействия и доверия, а также разработку приоритетных программ на основе принятия рациональных и оптимальных управленческих решений;

– периодический пересмотр и реформирование логистических процессов и цепей поставок региональной пространственно-отраслевой структуры, с учетом объемов финансирования, для повышения их динамичности, оперативности реагирования на изменение внешней среды и таких внутренних факторов развития, как рост ресурсного и инновационного потенциала цепей поставок;

– расширение сотрудничества и повышение координации логистических процессов и цепей поставок региональной пространственно-отраслевой структуры, как основы достижения преимуществ эффективного использования всех имеющихся ресурсов;

– использование современных IT-технологий в логистических процессах и цепях поставок региональной пространственно-отраслевой структуры. Различные программные продукты, стандартные программы и бизнес-приложения в области логистики позволяют оперативно решать вопросы рационального планирования производства и цепей поставок [5].

Вывод

В условиях, когда все участники логистических процессов и цепей поставок региональной пространственно-отраслевой структуры, в результате взаимодействия,

имеют высокие финансовые показатели бизнеса, их отношения должны развиваться, тем не менее, достаточно часто этого не происходит. Поэтому, необходим механизм, использование которого в логистических процессах и цепях поставок региональной пространственно-отраслевой структуры, обеспечит преимущества и сохранение стимулов для продолжения сотрудничества.

В основе экономической эффективности логистических процессов и цепей поставок региональной пространственно-отраслевой структуры лежат два базовых принципа – сотрудничество и доверие. Использование этих принципов управления цепями поставок требует учета особенностей распределения доходов в цепях поставок, стратегического планирования, формирования доходов участников цепи и признания общей ответственности за ее эффективное функционирование и развитие.

Список литературы

1. Гордеева С.Е. Логистическое моделирование планирования экономического размера партии товаров для сети магазинов «Пятерочка» в Самаре / С.Е. Гордеева, А.Ф. Крячков // Проблемы совершенствования организации производства и управления промышленными предприятиями: межвуз. сб. науч. тр. / редкол.: Н.А. Чечин, С.А. Ерошевский (отв. ред.) и др. — Вып.1, ч.1. — Самара: Изд-во Самар. гос. экон. ун-та, 2008. – 308 с.
2. Детерминанты развития логистики и управления цепями поставок [Электронный ресурс] / Л.Х. Мухаметзянова // Российское предпринимательство. – 2014 . – №15 . – С. 114-123 . – Режим доступа: <https://rucont.ru/efd/530181>
3. Современное состояние и тенденции развития логистики и управления цепями поставок в России [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.creativeconomy.ru/articles/7064/>
4. Черникова С.А. [Инновационно-технологические аспекты совершенствования управления развитием региональной пространственно-отраслевой структуры](#) / Пыткин А.Н., Черникова С.А., Тирон Г.Г. // В сборнике: Инновационные технологии управления социально-экономическим развитием регионов России. Материалы XI Всероссийской научно-практической конференции с международным участием. 2019. С. 113-119.
5. Управление цепочками поставок (SCM) [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.hetnet.ru/business/solutions/20/>

Переход к системе централизованного бюджетного учета
Transition to the system of centralized budget accounting



DOI 10.24411/2413-046X-2020-10520

Садаев Сулейман Шайх-Ахмедович,

Высшая школа государственного аудита МГУ им. М.В. Ломоносова, РФ, Москва E—mail: s.sh.sadaev@mail.ru

Боканов Александр Авангардович,

доцент кафедры государственных и муниципальных финансов, Высшая школа государственного аудита МГУ имени М.В. Ломоносова, кандидат экономических наук, РФ, Москва, E—mail: bokanov@inbox.ru

Sadaev Suleiman SHaikh-Akhmedovich

Bokanov Aleksandr Avangardovich

Аннотация. В статье рассматривается вопрос централизации бюджетного учета и отчетности Федеральным казначейством. Для этого была проанализирована деятельность Федерального казначейства за 2016-2019 гг. для понимания концепции централизации функций ведения бюджетного (бухгалтерского) учета и формирования отчетности. Аргументирована необходимость автоматизации всей деятельности субъектов бюджетных правоотношений.

Summary. This article explored the centralization of budget accounting and reporting by Federal Treasury. For understanding the concept of centralization of budget accounting functions and reporting, Federal Treasury activities since 2016 to 2019 y. have been analyzed. In addition, this article describes the need to automation of all budget relationship subject activities.

Ключевые слова: централизация бюджетного учета, автоматизация процессов, электронный документооборот.

Key words: centralization of budget accounting, process automation, electronic workflow.

Введение

Реформирование государственного сектора российской экономики в настоящее время направлено на создание новой системы государственных (муниципальных) учреждений,

ориентированных на выполнение государственного (муниципального) задания, развитие их внебюджетной деятельности, повышение эффективности использования бюджетных средств и государственной собственности, формирование достоверной учетной информации, совершенствование системы внутреннего и внешнего бюджетного контроля.

По результатам проверок, проведенных органами государственного финансового контроля, за 2016-2019 гг. выявлено множество нарушений при расходовании бюджетных средств, из них нарушения ведения бухгалтерского учета, составления и представления бухгалтерской (бюджетной) отчетности, недостаточная эффективность использования бюджетных средств.

Учитывая вышесказанное можно констатировать, что актуальность данной темы обусловлена тем, что повышение качества государственного управления остается приоритетным направлением развития страны и требует от Федерального казначейства выработки решений, направленных на обеспечение эффективного управления государственными финансами и государственной собственностью.

Анализ деятельности Федерального казначейства

В рамках деятельности Федерального казначейства на 2018 г. были установлены определенные цели, одна из которых звучала как «Формирование единого информационного пространства финансовой деятельности публично-правовых образований». Данное направление предполагает создание единого централизованного бюджетного (бухгалтерского) учета и формирование бюджетной (бухгалтерской) отчетности публично-правовых образований органами Федерального казначейства. Достижению данной цели должны способствовать уже начатые направления деятельности Федерального казначейства, такие как казначейское сопровождение и единый портал бюджетной системы.

В 2016 году внедрено казначейское сопровождение бюджетных средств. С 2016 года бюджетные средства предоставлялись юридическим лицам через счета, открытые им в Казначействе России. В части субсидий казначейское сопровождение обеспечивает предоставление бюджетных средств только под фактическую потребность. В 2016 году с участием Государственной корпорации по космической деятельности «Роскосмос», Государственной корпорации по атомной энергии «Росатом» и Минпромторга России проведен эксперимент по применению казначейского аккредитива.

Указом Президента Российской Федерации от 2 февраля 2016 г. № 41 «О некоторых вопросах государственного контроля и надзора в финансово-бюджетной сфере» была упразднена Федеральная служба финансово-бюджетного надзора, а ее функции по

контролю и надзору в финансово-бюджетной сфере переданы Федеральному казначейству.

В 2017 году в соответствии с положениями постановления Правительства Российской Федерации от 3 марта 2017 г. № 249 «О казначейском сопровождении средств в валюте Российской Федерации, получаемых при осуществлении расчетов в целях исполнения государственных контрактов (контрактов) по государственному оборонному заказу» осуществлялось казначейское сопровождение средств в валюте Российской Федерации, предоставляемых юридическим лицам на основании государственных контрактов, заключенных в целях реализации государственного оборонного заказа, а также контрактов (договоров), заключаемых в рамках их исполнения.

Также в 2017 году обеспечено проведение эксперимента по бюджетному мониторингу при осуществлении казначейского сопровождения средств, получаемых на основании отдельных государственных контрактов, договоров (соглашений), а также контрактов (договоров), заключаемых в рамках их исполнения, по 5 объектам в области транспорта, здравоохранения, сельского хозяйства, космической деятельности, социально-экономического развития Республики Крым.

Результаты от применения казначейского сопровождения- остатки неиспользованных ассигнований в рамках казначейского сопровождения госконтрактов составили 11 миллиардов рублей и 32 миллиарда рублей- остатки при казначейском сопровождении целевых субсидий.

По состоянию на 1 января 2019 года в территориальные органы Федерального казначейства обратилось 103 финансовых органа субъектов Российской Федерации (муниципальных образований) об осуществлении казначейского сопровождения субсидий, предоставляемых из бюджетов субъектов Российской Федерации (местных бюджетов) юридическим лицам, крестьянским (фермерским) хозяйствам, индивидуальным предпринимателям, источником финансового обеспечения которых являются субсидии, предоставляемые из федерального бюджета бюджетам субъектов Российской Федерации в целях софинансирования расходных обязательств указанных субъектов Российской Федерации по поддержке отраслей промышленности и сельского хозяйства. По состоянию на 1 января 2019 года в территориальных органах Федерального казначейства открыто 87 814 соответствующих лицевых счета бюджетным и автономным учреждениям субъектов Российской Федерации и муниципальным бюджетным и автономным учреждениям, что на 1 236 единиц (на 1,4 %) больше по сравнению с 1 июля 2018 года.

**Концепция централизации в Федеральном казначействе функций ведения
бюджетного (бухгалтерского) учета и формирования отчетности**

Единый портал бюджетной системы Российской Федерации создан в соответствии с приказом Министерства финансов Российской Федерации от 27 декабря 2013 г. № 141н «О создании и ведении единого портала бюджетной системы Российской Федерации» и введен в эксплуатацию с 1 июля 2015 года приказом Министерства финансов Российской Федерации от 30 июня 2015 г. № 192 «О вводе в эксплуатацию единого портала бюджетной системы Российской Федерации». 28 декабря 2016 г. утвержден приказ Минфина России № 243н «О составе и порядке размещения и предоставления информации на едином портале бюджетной системы Российской Федерации».

На едином портале бюджетной системы Российской Федерации (budget.gov.ru) обеспечено размещение реестра соглашений. По состоянию на 1 января 2017 года 75 главными распорядителями средств федерального бюджета (далее – ГРБС) в реестр соглашений включены информация и документы о приблизительно 37 727 соглашениях (договорах) о предоставлении из федерального бюджета в установленном порядке субсидий, бюджетных инвестиций юридическим лицам, субсидий, субвенций, иных межбюджетных трансфертов, имеющих целевое назначение, бюджетам субъектов Российской Федерации, а также о законодательных и иных нормативных правовых актах Российской Федерации, определяющих правила (порядки) предоставления субсидий, бюджетных инвестиций, межбюджетных трансфертов.

Важно понимать, что для достижения главной цели- централизации бюджетного учета, необходимо автоматизировать всю деятельность субъектов бюджетных правоотношений, перевести весь бумажный документооборот в электронный.

Таким образом, в 2017 году Федеральным казначейством проведены мероприятия по актуализации нормативно-правовой базы в целях регулирования полномочий по контролю в финансово-бюджетной сфере, регулирующих отношения, подлежащие автоматизации.

С учетом существующих изменений и принятия ряда новых нормативных правовых актов в декабре 2017 года обеспечена подготовка проекта функциональных требований в части автоматизации осуществления Федеральным казначейством полномочий по контролю в финансово-бюджетной сфере, предусматривающих создание единого информационного пространства для взаимодействия всех участников контроля в финансово-бюджетной сфере (Федеральное казначейство и его территориальные органы по субъектам Российской Федерации, в том числе их структурные подразделения (управления, отделы)), ФКУ «ЦОКР», объекты контроля, иные органы исполнительной

власти), реализацию сквозного юридически значимого электронного документооборота между вышеуказанными участниками в рамках всех бизнес-процессов (планирование контрольных мероприятий, планирование потребности в проведении экспертиз, подготовка, назначение и проведение контрольных мероприятий, оформление результатов контрольных мероприятий и реализация принятых решений, ведение административного производства, формирование регламентной отчетности и так далее), сквозного мониторинга осуществления контроля в финансово-бюджетной сфере на всех его этапах, а также тесную интеграцию с информационными системами Федерального казначейства и иными внешними информационными системами.

Более наглядно увидеть распределение функций между федеральными органами и Федеральным казначейством и весь процесс по централизации бюджетного учета можно на рисунке 1:



Рисунок 1. Модель централизации бюджетного учета

Источник: составлено авторами

Таблица 1. План-график централизации функций участников процесса федерального уровня в части ведения бюджетного учета

1-я очередь (с 01.01.2019г.)	2-я очередь (с 01.01.2020г.)	3-я очередь (с 01.01.2021г.)
13 ФОИВ	21 ФОИВ	18 ФОИВ

Процесс централизации бюджетного учета требует автоматизации практически всех бизнес-процессов. Способы автоматизации и методы проведения финансового контроля

постоянно совершенствуются и основную часть процесса проведения проверок роботизируют и переводят в режим, где участие человека не является необходимым.

Что можно ожидать в перспективе? Одна из самых активно обсуждаемых сегодня областей технологических открытий – это тема искусственного интеллекта (ИИ). Это теоретическая конструкция, которую можно описать как компьютерную систему, способную решать задачи, обычно решаемые с привлечением человеческого разума, способная к самообучению. Однако технологии искусственного интеллекта – также иногда называемые когнитивными (cognitive technologies) – распространяют возможности информационных технологий на задачи, традиционно решаемые людьми. Они позволяют пользователям выйти за вечные рамки ограничений, накладываемых скоростью, издержками и качеством.

Внедрение искусственного интеллекта в систему финансового контроля, будет представляться как непрерывный процесс в реальном времени. Можно сказать, что это будет чем-то вроде отчетности «нового класса», подразумевая представление отчетности в любой момент времени по желанию контрольного органа, только здесь это не будет требовать огромных команд, работающих за сверхурочных специалистов, поскольку все будет выполняться машинами.

Заключение

Таким образом Федеральное казначейство на протяжении последних нескольких лет ведет активную подготовительную работу к тому, чтобы приступить к поэтапному исключению специалистов учреждений из учетно-расчетных процедур бюджетного процесса. Создается новая информационная система, готовятся изменения в законодательство, на своей подведомственной сети отрабатываются схемы взаимодействия и организации новой формы бюджетного учета. Постепенно традиционные для бухгалтера и экономиста учреждения функции начинает выполнять государственная информационная система, а специалисты централизованной бухгалтерии Федерального казначейства плавно эволюционируют в аналитиков учета.

Результат проекта к 1 января 2021 года должен привести к ведению Федеральным казначейством централизованного бюджетного (бухгалтерского) учета, к формированию бюджетной (бухгалтерской) отчетности, начисления и выплаты заработной платы не менее, чем в 30-ти федеральных органах исполнительной власти и их территориальных органах.

Результат проекта к 2024 году- обеспечение централизации в Федеральном казначействе полномочий по ведению бюджетного учета и формированию бюджетной

отчетности федеральных органов исполнительной власти, руководство деятельностью которых осуществляет Правительство Российской Федерации.

Список литературы

1. Конституция Российской Федерации (принята всенародным голосованием 12.12.1993) (с учетом поправок, внесенных Законами РФ о поправках к Конституции РФ от 30.12.2008 N 6-ФКЗ, от 30.12.2008 N 7-ФКЗ, от 05.02.2014 N 2-ФКЗ, от 21.07.2014 N 11-ФКЗ)
2. Бюджетный кодекс Российской Федерации от 31.07.1998 N 145-ФЗ (ред. от 15.04.2019)
3. Указ Президента РФ от 09.03.2004 N 314 (ред. от 12.04.2019) «О системе и структуре федеральных органов исполнительной власти
4. Артюхин Р.Е. «Федеральное казначейство: итоги и задачи» Финансы №3/2014
5. Боканов А. А., Зубков А. Д., Калмыкова Т. Н. Использование искусственного интеллекта для целей финансового контроля в сфере здравоохранения // Научно-практическая конференция Стратегические ресурсы развития системы здравоохранения: Сборник научных статей. — Либри Плюс Москва, 2018. — С. 5–12.
6. Бубнова О.А. «Электронный документооборот и исполнение бюджетов» Финансы №10/2016
7. Доценко Д.В. «Финансовый контроль в казначейской системе» Финансы №10/2017
8. Горбунова О.Н., Грачева Е.Ю. Финансовое право. М.-2017.
9. Жданчиков, П. А. Казначейство. Автоматизированные бизнес- технологии управления финансовыми потоками: учеб. пособие / П. А. Жданчиков ; Гос. ун-т — Высшая школа экономики. — М.: Изд. дом Гос. ун-та — Высшей школы экономики, 2018 — 363 с.
10. Костюченко В.Ф. «История воссоздания и этапы становления казначейской системы в России» Экономический вестник Ростовского государственного университета Том 3 №4, 2015
11. Леверьева Е. В. Финансовый контроль. Пути повышения эффективности государственного финансового контроля // Молодой ученый. — 2015. — №12. — С. 445-448. — URL <https://moluch.ru/archive/92/20280/>
12. Финансовое управление и организация государственного финансового контроля в Российской Империи в XIX – начале XX в. <http://www.ach.gov.ru/about/history/in-xix-beginning-of-xx-century/financial-management-and-organization-of-the-state-financial-control-in-the-russian-empire-in-the-xi>
13. Хоршенина О.Л. «Коллегия Казначейства России: курс на оптимизацию и модернизацию» Бюджет №3/2015

**Влияние технологического прогресса на стратегическую устойчивость
металлургических предприятий**
Technological progress impact on the strategic sustainability of metal companies



DOI 10.24411/2413-046X-2020-10522

Петижев А.Д.,

аспирант Департамента «Менеджмент», Финансовый университет при Правительстве РФ (г. Москва), petizhev_amal@mail.ru

Petizhev A.D.,

post-graduate student of Management Department, Financial University under the Government of the RF (Moscow), petizhev_amal@mail.ru

Аннотация. В современных условиях реализации финансово-экономической деятельности большое влияние на стратегическую устойчивость предприятий металлургической отрасли оказывают процессы цифровизации и постоянно развивающиеся технологии. Целью данного исследования является определение влияния указанных факторов на стратегическую устойчивость, а также изучение технологий, оптимизирующих деятельность металлургических компаний и позволяющих достигать поставленных целей.

Summary. In the current conditions of financial and economic activities, technological progress, total digitalization and continuously evolving technologies have a significant influence on the strategic sustainability of metallurgical enterprises. The purpose of this research is to identify the impact of these factors on strategic sustainability, as well as investigate technologies that optimize the metallurgical companies' operations and allow to achieve its goals.

Ключевые слова: цифровая трансформация, технологический прогресс, промышленный интернет вещей, металлургия, стратегическая устойчивость, цифровые двойники, большие данные.

Keywords: digital transformation, technological progress, Industrial Internet of Things (IIOT), metal industry, strategic sustainability, digital twin, big data.

Вопросы обеспечения стратегической устойчивости экономических субъектов являются важнейшим инструментом обеспечения высокого уровня их финансовой устойчивости, конкурентоспособности и развития. Актуальность исследования заключается в необходимости изучения факторов, влияющих на функционирование компании и оптимизации её деятельности с целью обеспечения стратегической устойчивости.

В последние годы темпы изменений в рамках развития технологического прогресса и повсеместного внедрения цифровых технологий, были обусловлены несколькими факторами: доступностью капитала, географическим распределением ключевых операций, значительными отличиями в составе применяемого производственного оборудования, принципов, методов и механизмов управления (отчасти в результате централизации отрасли) и внутренней сложностью некоторых операций.

Важнейшей тенденцией для металлургической отрасли, как и для большинства отраслей российской и мировой экономики, является цифровизация производственных и иных процессов, что является основой обеспечения стратегической устойчивости для металлургических предприятий.

В рамках данного исследования проведен анализ понятийного аппарата «стратегической устойчивости», выявлены её особенности, различные подходы российских и зарубежных авторов (табл. 1).

Таблица 1

Подходы к определению стратегической устойчивости

Автор	Подходы к определению стратегической устойчивости
Emst & Young, 2018 ¹	Специалисты консалтинговой корпорации EY определяют устойчивость как способность организации адаптироваться к потенциальному воздействию глобальных тенденций и сохранять эффективность деятельности со временем. Оценка стратегической устойчивости дает возможность улучшить повседневную работу, а также предвидеть трансформацию бизнеса в будущем.
Corporate Citizenship, Sustainability Strategy: Simplified, 2015 ²	Стратегическая устойчивость фокусируется на нескольких аспектах развития бизнеса: экономическом, социальном, этическом и экологическом, так как именно эти элементы в большей степени влияют на взаимоотношения с обществом. В то же время при разработке стратегии развития, компания решает самостоятельно, какой подход использовать в управлении и какой из этих элементов является приоритетным.
Т. Мальре, Ш. Клири, 2011 ³	Стратегическая устойчивость проявляется в способности поддерживать низкий уровень издержек и высокую инновационную активность на предприятии, а также возможность гибко реагировать на все изменения.
Н. А. Сабанчиев, 2009 ⁴	Стратегическая устойчивость – это сохранение целостности коммерческого предприятия и реализация долгосрочных стратегических целей, а также эффективное управление в ответ на негативные воздействия внешней среды.
В. В. Шеметов, С. П. Бараненко, 2004 ⁵	В соответствии с мнением авторов стратегическая устойчивость заключается в устойчивости систем управления и характеризуется организационной и структурной устойчивостью.
Е. С. Григорян, Н.С. Яшин, 2015 ⁶	Стратегическая устойчивость обеспечивает стабильность функционирования организации, которая проявляется в финансовой, организационной, маркетинговой, организационной, инновационной, кадровой и др. устойчивости.

¹ How an integrated sustainability strategy can help you stand out / [Электронный ресурс] // Официальный сайт «Emst & Young Global» URL: https://www.ey.com/en_gl/assurance/how-an-integrated-sustainability-strategy-can-help-you-stand-out (дата обращения: 17.05.2020 г.)

² Sustainability Strategy: Simplified / [Электронный ресурс] // Официальный сайт «Corporate Citizenship» URL: https://corporate-citizenship.com/wp-content/uploads/dlm_uploads/Sustainability-Strategy-Simplified1.pdf (дата обращения: 17.05.2020 г.)

³ Клири Ш., Мальре Т. Глобальные риски: деловой успех в неспокойные времена // Москва: Вопросы экономики. - 2011. - 223 с.

⁴ Сабанчиев Н.А. Теоретико-методические основы организационного обеспечения стратегической устойчивости: автореф. дис. ... канд. экон. Наук // Москва, 2009. – 22 с.

⁵ Бараненко С.П., Шеметов В.В. Стратегическая устойчивость предприятия // Москва: Полиграф. – 2004. – 496 с.

⁶ Григорян Е.С., Яшин Н.С. Методология стратегической устойчивости предприятия // Вестник Саратовского государственного социально-экономического университета. - 2015. - №1 (55). – С. 18-22

Таблица 2

Сравнительные характеристики концепций стратегической устойчивости и устойчивого развития (составлено автором)

Параметр	Стратегическая устойчивость	Устойчивое развитие
Направленность	Для внутренних пользователей и управленцев компании	Для внешних и внутренних пользователей
Аспекты для анализа	Все подсистемы организации: финансы, маркетинг, производство, организационное управление, кадровое управление и др.	Экономический, социальный, экологический
Официальные методические рекомендации для оценки	Не существует	Большое количество, например: <ul style="list-style-type: none"> • RobecoSam • Global 100 Index • BloombergESGIndex • GlobalReportInitiative • Методология Российского союза промышленников и предпринимателей и др.
Оценка факторов внешней среды	Оценивается влияние факторов внешней среды на компанию	Оценивается в одинаковой степени взаимное влияние компании и внешнего окружения
Цель анализа	Оценить эффективность всех подсистем компании, оценить влияние внешней среды на организацию, сформировать необходимые выводы для принятия стратегических управленческих решений	Оценить комплексное положение дел в компании, предоставить интересующую информацию инвесторам и другим стейкхолдерам, оценить влияние организации на внешнюю среду и социальную ответственность бизнеса

С учётом нарастающих темпов развития технологий и сокращения времени перехода от одной индустриальной революции к последующей [7], крайне важно использовать основные драйверы роста Индустрии 4.0 — цифровые технологии. По данным исследования [8] компании Deloitte и Центра стратегических разработок металлургическая отрасль в России по степени сложности внедрённых цифровых технологий является второй после сферы ТМТ (телекоммуникации, медиа и технологии), а по степени сложности планируемых к внедрению и вовсе первой. На рисунке 1 представлены данные по внедрению цифровых технологий в российские компании металлургической отрасли.

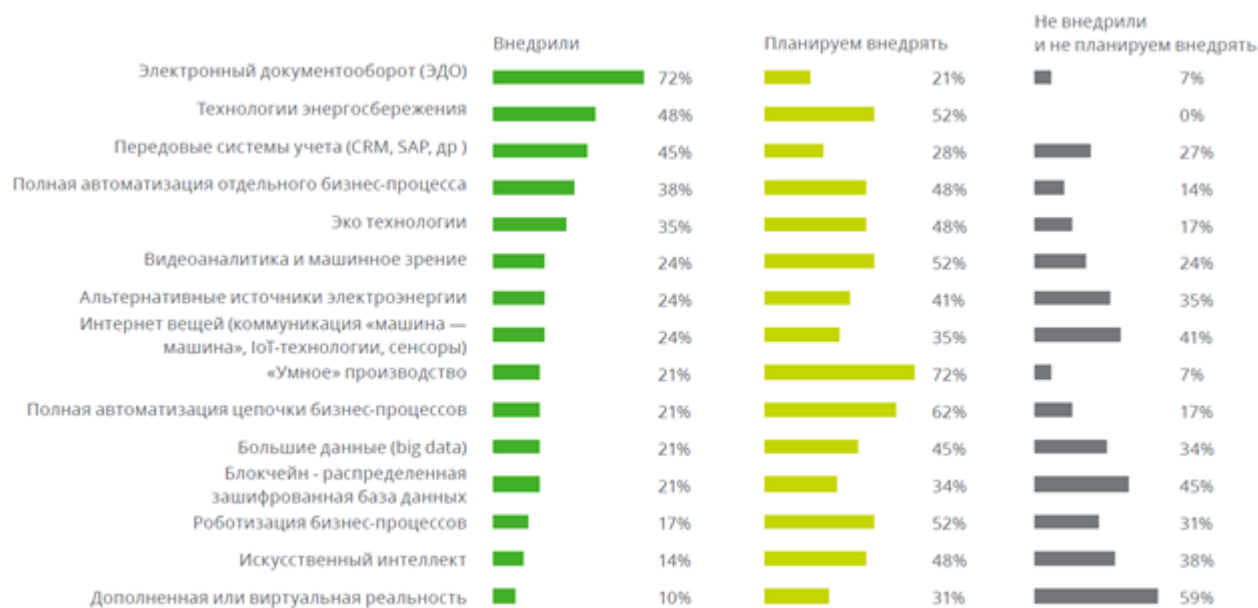


Рисунок 1 - Внедрение цифровых технологий на предприятиях черной металлургии⁹

При этом одним из важнейших направлений развития является направление «умное производство», которое подразумевает мониторинг и автоматизацию основных фондов на производстве. В металлургической промышленности используется крайне дорогостоящее оборудование, его техническое обслуживание и амортизационный срок оказывают существенное влияние на объёмы выпуска продукции, величину эксплуатационных расходов и текущие операционные затраты. Для повышения эффективности использования производственного оборудования, необходимо внедрение цифровых технологий, в т.ч. промышленный интернет вещей (IIoT), который является инструментом реализации киберфизических систем на производстве и одной из технологий Индустрии 4.0.

Особое значение при этом имеет обязательность наличия в киберфизических системах визуальных, тепловых и тактильных датчиков на оборудовании, грузовиках, конвейерах и прокатных станах, которые используются для сбора и обмена информацией об

оборудовании, производственных процессах и условиях окружающей среды. Более того, для большинства предприятий по добыче и переработке металлов автоматизация с цифровым управлением означает, что специалисты принимают решения и контролируют операции, а машины выполняют физическую работу.

Важно отметить, что необходимо разделять понятия IoT (интернет вещей) и IIoT (промышленный интернет вещей), хотя используемые технологии в этих двух определениях частично пересекаются, например, различные датчики, хабы для сбора показателей с датчиков, облачные вычисления для анализа собираемых данных, тем не менее, различаются технические особенности и цели применения (табл. 3).

Таблица 3

Различия между IoT и IIoT (составлено автором)

Характеристики	IoT	IIoT
Цель применения	Повышение комфорта в быту	Повышение рентабельности производства
Суть	<ul style="list-style-type: none"> • автоматизация бытовых сценариев (создание алгоритмов, дистанционное управление техникой) • обеспечение безопасности (охранная система, оповещение в случае задымления/протечки) • снижение затрат на электроэнергию (отключение освещения при отсутствии людей) 	<ul style="list-style-type: none"> • автоматизация планирования производственных процессов (максимизация загрузки производственных мощностей и транспорта) • снижение брака (постоянный контроль конвертерных процессов, а также процессов литья, проката и покрытия) • ТОиР - техническое обслуживание и ремонты (превентивные ремонты, снижение риска непредвиденных простоев производства)
Объём генерируемых данных	Незначительные объёмы данных (мегабайты в день)	Значительные объёмы данных (гигабайты/терабайты в день)
Оборудование для обработки данных	<ul style="list-style-type: none"> • хабы для сбора данных с датчиков • облачные сервисы для хранения и обработки информации • мобильные устройства для контроля и управления 	<ul style="list-style-type: none"> • система хабов для сбора данных с датчиков • значительные серверные мощности для хранения и обработки больших данных • корпоративные ноутбуки и компьютеры, обеспечивающие сохранность и конфиденциальность данных

Технологический прогресс вносит значительные изменения в развитие промышленности в целом и улучшение методов функционирования металлургических предприятий, в частности. В настоящее время производители стали и металлов сталкиваются с необходимостью решения важнейших задач:

- трансформировать свою операционную модель посредством внедрения новых цифровых технологий (основными эффектами являются повышение операционной эффективности, выраженное в автоматизации процесса проверки исполнимости производственных заказов, снижение объёма незавершенного производства, снижение бумажной бюрократии при взаимодействии бизнес-единиц, снижение влияния человеческого фактора;

- улучшить качество клиентского сервиса путём снижения длительности подготовки коммерческого предложения и предоставления точных сроков поставки заказа (большие данные, которые собираются на всей цепочке производства металлургического предприятия используются в автоматизированных системах планирования, которые позволяют с точностью до недели определить отгрузки продукции и сократить время на подготовку коммерческого предложения для клиента);
- максимизировать загрузку оборудования (формирование оптимальных графиков плавки и литья с учётом простоев и перераспределения задач при поступлении новых заказов для эффективного планирования);
- повысить финансовую устойчивость (уменьшение затрат на ремонт и построение графика обслуживания оборудования, путём автоматизации процессов ТОиР[9], позволяющих проводить превентивное обслуживание оборудования и исключить непредвиденные простои, которые крайне негативно влияют на финансовую устойчивость).

Влияние технологического прогресса на стратегическую устойчивость металлургических предприятий обуславливается не только технологиями для автоматизации процессов производства и планирования, но и повышением корпоративной ответственности, что обеспечивает снижение выбросов углекислого газа на производстве, травматичности для персонала. Цифровые инструменты (BIM-проектирование, 3D-позиционирование сотрудников в цехах) используются для информирования производственного управления и цехового персонала – реализуемых операциях, что позволяет им эффективнее использовать производственное оборудование и устранять проблемы его функционирования, такие как снижение планового периода полезного использования.

Учитывая опасные условия работы на местах и риски загрязнения окружающей среды, мест дислокации металлургических производств, подключенные датчики, мониторы и аварийные сигналы стали ключевыми инструментами для сообщения о потенциально опасных событиях и условиях и быстрого оповещения сотрудников и руководства о возможных проблемах.

По мере того, как основные представители металлургической отрасли становились всё более крупными и становились частью глобального рынка, цифровизация связывала разрозненные операции и согласовывала корпоративные процессы с помощью систем планирования ресурсов (ERP – Enterprise Resource Planning). На уровне производственных операций применяются системы управления производством (MES – Manufacturing

Execution System), которые в настоящее время являются стандартной системой для контроля жизненного цикла заказов на производстве.

Внедрение данных систем является лишь частью цифровой трансформации, которая является сложным и долгим процессом, в ходе которой кроме технических сложностей возникают проблемы с сопротивлением к изменениям персонала компании, которые необходимо преодолеть между различными сторонами (производственный и управленческий персонал) в производственной цепочке. Для решения проблемы позитивного восприятия изменений крайне важно уделять внимание коммуникациям на всех уровнях управления и доведения до сотрудников компании всех положительных параметров и выгод, которые принесёт цифровая трансформация. Автором были рассмотрены примеры использования отдельных составляющих «умного производства» из практики металлургической отрасли (табл. 4).

Таблица 4

Преимущества и новые возможности от внедрения цифровых технологий для металлургических предприятий (составлено автором на основе¹⁰)

Направление цифровизации	Новые возможности
Системы качества продукции	<ul style="list-style-type: none"> • моделирование характеристик материала и поверхности для локального управления процессом, обеспечивающего оптимальное качество (DigitalTwin) • компьютерный контроль качества со 100% тестированием, проверкой и хранением данных, относящихся к горячекатаным рулонам, сводя к минимуму претензии и стоимость потенциальных проблем с качеством (DigitalTwin) • интеллектуальное комбинирование заказов и изменение маршрутов в производственных линиях, с целью выявления соответствия с очередностью заказов и оптимальной загрузкой мощностей (OC – ordercombinator, RG – routegenerator) • оперативное исследование данных (BigData) прокатных линий для выявления неисправностей и эффективности процесса • динамическое планирование в реальном времени и настройка параметров процесса с помощью IT-систем при прокатке и покрытии продукции
Прогнозирование ТОиР	<ul style="list-style-type: none"> • прогнозируемое обслуживание оборудования, увеличивающее время безотказной работы благодаря предварительным предупреждениям о сбоях (predictivemaintenance) • дистанционная помощь ремонтных команд с помощью умных очков (AR – artificialreality, дополненная реальность)
Управление процессом и безопасность	<ul style="list-style-type: none"> • динамический анализ в реальном времени и контроль параметров процесса доменной печи с использованием звуковой, лазерной и радиолокационной визуализации (IIOT) • обнаружение датчиками вредных паразитных газов, шумы и температуры, а также оповещение операторов об угрозах (IIOT) • использование беспилотной техники для проверки труднодоступных мест на заводе
Логистика	<ul style="list-style-type: none"> • отслеживание поставок и заказов в режиме реального времени с помощью точного позиционирования внутри и снаружи помещений (GPS, RFID) • динамическое управление производственными запасами, расходными материалами и запчастями

В сравнении с другими отраслями, такими как телеком или ритейл, процесс цифровой трансформации в металлургической отрасли в настоящее время находится на

относительно ранней стадии развития, по причине превалирования физических активов, как специфики отрасли. Металлургические предприятия, которые осознают необходимость использования цифровых технологий и реализуют комплекс соответствующих действий с целью извлечения из них выгоды, становятся первопроходцами в данном направлении с получением решающего конкурентного преимущества – стратегической устойчивости. В свою очередь, компании, которые будут игнорировать цифровые технологии, рискуют потерять свои позиции на рынке с соответствующим снижением финансовой устойчивости, появления признаков несостоятельности и возбуждения процедуры банкротства.

На современном этапе развития влияние технологического прогресса на функционирование промышленных предприятий чрезвычайно важно и существенно. Основным драйвером роста является цифровая трансформация. Данный процесс требует учёта возможностей, которые может предоставить внедрение цифровых технологий для обеспечения стратегической устойчивости. Важно отметить, что не существует универсальной методологии проведения цифровой трансформации – для каждой компании это долгий и сложный путь. Анализ лучших отраслевых практик и развёртывание некоторых проверенных на рынке инструментов могут обеспечить промышленным предприятиям возможность тестирования новых технологий на пилотных проектах и позволить ответить на вопросы – уменьшает ли существующие проблемы тот или иной набор современных технологий и позволяет ли он достигнуть поставленные задачи развития. В случае получения положительных результатов необходимо подготовить компанию к будущим крупномасштабным преобразованиям, если же ожидания не оправданы, стоит продолжить поиск необходимой комбинации инструментов для обеспечения стратегической устойчивости компании.

Список литературы

1. Бараненко С.П., Шеметов В.В. Стратегическая устойчивость предприятия // Москва: Полиграф. – 2004. – 496 с.
2. Григорян Е.С., Яшин Н.С. Методология стратегической устойчивости предприятия // Вестник Саратовского государственного социально-экономического университета. — 2015. — №1 (55). – 193 с.
3. Клири Ш., Мальре Т. Глобальные риски: деловой успех в беспокойные времена // Москва: Вопросы экономики. — 2011. — 223 с.
4. Обзор рынка чёрной металлургии // Обзор компании Deloitte и Центра стратегических разработок за второе полугодие 2019 года. – 2019. – 39 с. / [Электронный ресурс] //

- Официальный сайт «Deloitte»
 URL: <https://www2.deloitte.com/content/dam/Deloitte/ru/Documents/manufacturing/russian/Deloitte-steel-iron-russia-survey-2019-h2.pdf> (дата обращения: 19.05.2020 г.).
5. Петижев А.Д. Глобальные научные революции: пути развития и угрозы потери устойчивости промышленности // Евразийский международный научно-аналитический журнал «Проблемы современной экономики». – 2018. — №3 (67). – 282 с.
6. Сабанчиев Н.А. Теоретико-методические основы организационного обеспечения стратегической устойчивости: автореф. дис. ... канд. экон. наук // Москва, 2009. – 22 с.
7. How an integrated sustainability strategy can help you stand out / [Электронный ресурс] // Официальный сайт «Ernst & Young Global» URL: https://www.ey.com/en_gl/assurance/how-an-integrated-sustainability-strategy-can-help-you-stand-out (дата обращения: 17.05.2020 г.).
8. Smart Manufacturing / [Электронный ресурс] // Официальный сайт «World Steel» URL: <https://www.worldsteel.org/about-steel/smart-manufacturing.html> (дата обращения: 19.05.2020 г.).
9. Sustainability Strategy: Simplified / [Электронный ресурс] // Официальный сайт «Corporate Citizenship» URL: https://corporate-citizenship.com/wp-content/uploads/dlm_uploads/Sustainability-Strategy-Simplified1.pdf (дата обращения: 17.05.2020 г.).
- [7] Петижев А.Д. Глобальные научные революции: пути развития и угрозы потери устойчивости промышленности // Евразийский международный научно-аналитический журнал «Проблемы современной экономики». – 2018. — №3 (67). – С. 100
- [8] Обзор рынка чёрной металлургии // Обзор компании Deloitte и Центра стратегических разработок за второе полугодие 2019 года. – 2019. – С. 36
- [9] ТОиР — техническое обслуживание и ремонты производственного оборудования
- [10] Smart Manufacturing / [Электронный ресурс] // Официальный сайт «World Steel» URL: <https://www.worldsteel.org/about-steel/smart-manufacturing.html> (дата обращения: 19.05.2020 г.)

Оценка влияния распространения COVID-19 на финансовое состояние и инвестиционную привлекательность ПАО «Татнефть»
Assessment of the impact of COVID-19 distribution on the financial condition and investment attractiveness of public company «Tatneft»



УДК 336.6

DOI 10.24411/2413-046X-2020-10523

Самсонов Алексей Владимирович,

ИНОТЭКУ ФГБОУ ВО «КГТУ», 513980@mail.ru

Васильев Игорь Викторович,

начальник Управления профориентационной работы и содействия трудоустройству ФГБОУ ВО «КГТУ», к.э.н., доцент кафедры отраслевых и корпоративных финансов, igor.vasilev@klgtu.ru

Samsonov Alexey Vladimirovich,

«KSTU», 513980@mail.ru

Vasiliev Igor Viktorovich,

head of Department of vocational guidance and employment promotion of the «KSTU», Ph. D., associate Professor of industrial and corporate Finance igor.vasilev@klgtu.ru

Аннотация. В статье приводится комплексная оценка влияния распространения пандемии COVID-19 на финансовое состояние, финансовые результаты и инвестиционную привлекательность ПАО «Татнефть», по результатам деятельности предприятия в первом полугодии 2020 года. Проводится сравнительный анализ инвестиционной привлекательности крупнейших предприятий нефтегазовой отрасли в России, по результатам деятельности в первом полугодии 2020 года. Для оценки инвестиционной привлекательности использовались бально-рейтинговая оценка, метод сравнения мультипликаторов, метод экстраполяции и метод экспертных оценок. Проведено согласование полученных результатов с использованием метода анализа иерархий и выведена итоговая интегральная оценка инвестиционной привлекательности сравниваемых предприятий.

Summary. The article provides a comprehensive assessment of the impact of the spread of the covid-19 pandemic on the financial condition, financial results and investment attractiveness of PJSC Tatneft, based on the company's performance in the first half of 2020. A comparative analysis of the investment attractiveness of the largest oil and gas companies in Russia, based on the results of operations in the first half of 2020. Used a score-rating assessment, a method of comparing multipliers, an extrapolation method, and a method of expert evaluations to assess investment attractiveness. The results obtained were coordinated using the hierarchy analysis method and the final integrated assessment of the investment attractiveness of the compared enterprises was derived.

Ключевые слова: финансовое состояние предприятия, инвестиционная привлекательность, метод экстраполяции бально-рейтинговая оценка, метод сравнения мультипликаторов, метод экспертных оценок, анализ иерархий, интегральная оценка инвестиционной привлекательности.

Keywords: financial condition of the enterprise, investment attractiveness, extrapolation method score-rating assessment, method of comparison of multipliers, method of expert assessments, analysis of hierarchies, integral assessment of investment attractiveness.

В современных условиях инвестиционная привлекательность коммерческого предприятия является важным показателем, характеризующим финансовое и экономическое положение субъекта хозяйствования в условиях конкурентного рынка. На уровень инвестиционной привлекательности предприятия оказывает влияние совокупность множества факторов как внутренней, так и внешней среды. Важно отметить, что динамика данного показателя демонстрирует оценку потенциальных инвесторов будущих перспектив развития компании.

Распространение пандемии COVID-19 в 2020 году оказало существенное влияние на мировую экономику и экономический рост, как отдельных стран, так и предприятий различных отраслей экономики в разных странах. В связи с падением мирового спроса на нефтяные энергоносители, инвестиционная привлекательность большинства предприятий нефтегазовой отрасли оказалась под существенным давлением.

Так, по данным Московской биржи, в 2020 году отраслевой «индекс Мосбиржи нефти и газа» снизился почти на 18,55% к концу июля 2020 года [6].

Данный факт свидетельствует о том, что потенциальные инвесторы ожидают существенного ухудшения финансового состояния крупнейших нефтегазовых компаний в РФ, а также снижения дивидендных выплат.

В рамках данного исследования, проведем оценку влияния распространения пандемии COVID-19 на финансовое состояние и инвестиционную привлекательность ПАО «Татнефть» в сравнении с другими предприятиями нефтегазовой отрасли в РФ, полученные результаты согласуем методом анализа иерархий и сделаем соответствующие выводы. В результате исследования сделаем вывод об инвестиционной привлекательности покупки акций предприятий нефтегазовой отрасли РФ и ПАО «Татнефть» в частности.

Для оценки финансового состояния ПАО «Татнефть» используем бухгалтерскую (финансовую) отчетность эмитента за первое полугодие 2020 года составленную по российским стандартам бухгалтерского учета [10].

Оценим динамику основных экономических показателей деятельности ПАО «Татнефть» (таблица 1).

На основании данных, представленных в таблице 1, можно сделать вывод о том, что первое полугодие 2020 года характеризуется существенным ухудшением финансовых результатов нефтегазовой компании по сравнению с первым полугодием 2019 года. Наблюдается существенное снижение выручки (почти на 14%), при одновременном росте себестоимости продаж. Однако валовая прибыль имеет положительное значение и составила 73784715 тыс. руб., издержкостность увеличилась до 0,79, следовательно, 79 копеек себестоимости продаж приходится на каждый рубль выручки.

Рентабельность продаж ПАО «Татнефть» по итогам первого полугодия 2020 года имеет составляет 21,46%, что является положительным фактом.

Важно отметить, что для деятельности ПАО «Татнефть» характерна низкая долговая нагрузка, что традиционно поддерживает инвестиционную привлекательность ПАО «Татнефть» на высоком уровне. По итогам первого полугодия 2020 года финансовый рычаг незначительно увеличился с 0,33 до 0,34, что обусловлено снижением заемного капитала нефтегазовой компании на 9,34% при не слишком быстром снижении собственного капитала на 11,71%.

Таблица 1 – Динамика основных экономических показателей деятельности ПАО «Татнефть» за первое полугодие 2020 года

Показатели	30.06.2019	30.06.2020	Абсолютное отклонение, тыс. руб.	Темп прироста, %
1. Объем проданной продукции (выручка), тыс. руб.	399736403	343801208	-55935195	-13,99
2. Себестоимость реализованной продукции, тыс. руб.	239409941	270016493	30606552	12,78
3. Валовая прибыль, тыс. руб.	160326462	73784715	-86541747	-53,98
4. Издержкоемкость, руб.	0,60	0,79	0,19	31,13
5. Рентабельность продаж %	40,11	21,46	-18,6	-
6. Собственный капитал тыс. руб.	672660637	593899494	-78761143	-11,71
7. Заемный капитал тыс. руб.	225129072	204092999	-21036073	-9,34
8. Финансовый рычаг	0,33	0,34	0,01	3
9. Дебиторская задолженность тыс. руб.	352857490	342621266	-10236224	-2,90
10. Кредиторская задолженность тыс. руб.	151924754	73699895	-78224859	-51,49
11. Коэффициент соотношения кредиторской и дебиторской задолженности	0,43	0,22	-0,22	-50,04
12. Чистая прибыль тыс. руб.	93311575	23123323	-70188252	-75,22
13. Рентабельность собственного капитала, %	13,87	3,89	-9,98	-

При анализе дебиторской и кредиторской задолженности важно отметить, что краткосрочная дебиторская задолженность ПАО «Татнефть» на 30.06.2020 составляет лишь 87405485 тыс. руб., кредиторская задолженность – 73699895 тыс. руб. Соотношение данных показателей в целом не свидетельствует об угрозе банкротства нефтегазовой компании.

Чистая прибыль ПАО «Татнефть» за первое полугодие 2020 года имеет положительное значение, что обусловлено низкой долговой нагрузкой и отказом от выплаты итоговых дивидендов за 2019 год.

Таким образом, деятельность нефтегазовой компании осталась прибыльной по итогам первого полугодия 2020 года, что свидетельствует об устойчивом финансовом положении ПАО «Татнефть».

Проведем коэффициентный анализ ликвидности, финансовой устойчивости, деловой активности и рентабельности деятельности ПАО «Татнефть» за первое полугодие 2020 года и сравним с соответствующим периодом 2019 года (таблица 2).

Расчет коэффициентов ликвидности и финансовой устойчивости ПАО «Татнефть» представлен в таблице 2.

По данным, представленным в таблице 2, можно сделать вывод о том, что коэффициенты ликвидности демонстрируют существенную негативную динамику и не соответствуют нормативным значениям (за исключением коэффициента срочной ликвидности), данный факт можно свидетельствовать об угрозе нехватки высоколиквидных оборотных активов в случае необходимости быстрой уплаты части

кредиторской задолженности. Однако, коэффициенты финансовой устойчивости ПАО «Татнефть» практически не претерпели существенных изменений и соответствуют нормативным значениям, следовательно, ПАО «Татнефть» в первом полугодии 2020 года удалось уверенно вести операционную деятельность, без существенного роста долговой нагрузки.

Таблица 2 – Расчет коэффициентов ликвидности и финансовой устойчивости ПАО «Татнефть»

Коэффициент	Норматив	30.06.2019	30.06.2020
Коэффициент абсолютной ликвидности	0,2-0,25	0,42	0,06
Коэффициент срочной ликвидности	0,7-0,8	1,50	0,85
Коэффициент текущей ликвидности	2-2,5	1,94	1,13
Коэффициент финансовой независимости	0,6-0,7	0,75	0,75
Коэффициент заемного капитала	0,3-0,4	0,25	0,25
Коэффициент финансовой зависимости	< 1	0,33	0,34
Коэффициент обеспеченности оборотных активов собственными средствами	0,6-0,8	0,56	0,48
Коэффициент обеспеченности запасов собственными средствами	1,06-1,08	4,13	5,65

Расчет коэффициентов деловой активности и рентабельности деятельности ПАО «Татнефть» представлен в таблице 3.

Таблица 3 – Расчет коэффициентов деловой активности и рентабельности деятельности ПАО «Татнефть»

Коэффициент	30.06.2019	30.06.2020
Коэффициент оборачиваемости активов	0,46	0,41
Коэффициент оборачиваемости оборотных активов	0,85	0,77
Коэффициент оборачиваемости запасов	5,93	6,49
Коэффициент оборачиваемости дебиторской задолженности	2,60	1,56
Коэффициент оборачиваемости кредиторской задолженности	3,71	3,05
Коэффициент рентабельности затрат	0,50	0,16
Коэффициент рентабельности продаж	0,34	0,13
Коэффициент рентабельности основных средств	0,53	0,17
Коэффициент рентабельности оборотных активов	0,29	0,10

По данным, представленным в таблице 3, можно сделать вывод о том, что на данный момент пандемия COVID-19 в целом не критично повлияла на деловую активность ПАО «Татнефть», снижение оборачиваемости активов обусловлено существенным снижением оборачиваемости дебиторской задолженности, так как в структуре дебиторской задолженности преобладает долгосрочная дебиторская задолженность, следовательно, данное снижение показателей оборачиваемости не свидетельствует о критичных негативных тенденциях в операционной деятельности. При этом оборачиваемость запасов увеличилась с 5,93 до 6,49, что является положительным фактом. Однако коэффициенты рентабельности существенно снизились, что обусловлено одновременным снижением финансовых результатов деятельности и ростом валюты баланса нефтегазовой компании.

Таким образом, можно сделать общий вывод о том, что в результате снижения мировых цен на углеводороды финансовые результаты деятельности ПАО «Татнефть» за первое полугодие 2020 года существенно снизились, о чем также свидетельствует снижение показателей рентабельности. Однако низкая долговая нагрузка и отказ от итоговых дивидендов за 2019 год позволили компании получить чистую прибыль без существенных ухудшений показателей деловой активности и финансовой устойчивости. Данные факты свидетельствуют о высокой эффективности финансового менеджмента анализируемой компании.

Проведем сравнительный анализ инвестиционной привлекательности ПАО «Татнефть» с другими нефтегазовыми предприятиями России, имеющими сопоставимые объемы добычи углеводородов, а именно ПАО «Газпром нефть», ПАО «Лукойл» и ПАО «Сургутнефтегаз». В качестве критериев сравнения используем балльно-рейтинговую оценку, метод сравнения финансовых мультипликаторов, метод экстраполяции, метод экспертных оценок.

Проведем оценку инвестиционной привлекательности данных организаций, используя каждую методику, а затем согласуем полученные результаты методом анализа иерархий (для оценки инвестиционной привлекательности по данным методикам используются данные бухгалтерской (финансовой) отчетности предприятий составленной по российским стандартам бухгалтерского учета за первое полугодие 2020 года) [7, 8, 9, 10].

В качестве первого метода оценки инвестиционной привлекательности предприятия используем методику определения кредитоспособности заемщика на основе методологических разработок Сбербанка РФ в соответствии с регламентом предоставления кредитов юридическим лицам Сбербанком России и его филиалами от 8 декабря 1997 г. № 285-р.

В соответствии с методикой, которую использует Сбербанк, рассчитаем следующие коэффициенты для каждого из оцениваемых предприятий:

- 1) К1 – коэффициент абсолютной ликвидности;
- 2) К2 – коэффициент критической оценки (срочной ликвидности);
- 3) К3 – коэффициент текущей ликвидности;
- 4) К4 – коэффициент соотношения собственных и заемных средств;
- 5) К5 — коэффициент рентабельности продаж.

Рассчитав данные коэффициенты, определим соответствующую им категорию, а затем выведем итоговый рейтинг для каждого предприятия (результат представлен в таблице 4) [1].

Таблица 4 – Расчет суммы баллов для оценки инвестиционной привлекательности

Показатель	Фактическое значение за первое полугодие 2020 год/категория				Вес показателя	Расчет суммы баллов			
	"Татнефть"	"Газпром нефть"	"НК Лукойл"	"Сургутнефтегаз"		"Татнефть"	"Газпром нефть"	"НК Лукойл"	"Сургутнефтегаз"
K1	0,04/3	0,08/3	0,25/1	0,48/1	0,11	0,33	0,33	0,11	0,11
K2	2,71/1	0,84/1	0,47/2	10,50/1	0,05	0,05	0,05	0,10	0,05
K3	2,98/1	0,90/3	0,47/3	11,29/1	0,42	0,42	1,26	1,26	0,42
K4	2,91/1	0,36/3	0,56/3	21,05/1	0,21	0,21	0,63	0,63	0,21
K5	0,13/2	-0,01/3	0,86/1	0,12/2	0,21	0,42	0,63	0,21	0,42
Итого	-	-	-	-	1	1,43	2,9	2,31	1,21

Таким образом, на основании данных, представленных в таблице 4, можно сделать вывод о том, что ПАО «Татнефть», ПАО «НК «Сургутнефтегаз» и ПАО «Лукойл» по итогам первого полугодия 2020 года, согласно методике Сбербанка, можно отнести ко второму классу кредитоспособности, ПАО «Газпром нефть» к третьему. Данный факт свидетельствует о том, что анализируемые компании в целом не имеют существенного риска банкротства.

В качестве второго метода оценки инвестиционной привлекательности анализируемых предприятий сравним финансовые мультипликаторы (таблица 5). Данные для расчета мультипликаторов получены из годовых отчетов эмитентов и данных Московской Биржи [6].

Таблица 5 – Оценка финансовых мультипликаторов анализируемых компаний по итогам первого полугодия 2020 года

Показатель	ПАО "Татнефть"	ПАО "Газпром нефть"	ПАО "Лукойл"	ПАО "Сургутнефтегаз"
Стоимость компании к чистой прибыли, руб.	55,92	11,65	30,41	3,69
Стоимость компании к добыче нефти в год, руб.	43	16	40	26
Стоимость компании к доказанным запасам, руб.	193	130	210	289

На основании данных, представленных в таблице 5, можно сделать вывод о том, что инвесторы в целом позитивно оценивают финансовые перспективы ПАО «Татнефть», так как данная компания является самой дорогой по отношению к чистой прибыли. Рассчитанные мультипликаторы в сравнении с конкурентами, характеризую ПАО «Татнефть» для потенциального инвестора как дорогую, но крайне эффективную компанию.

Рассчитаем прогнозные значения прибыли до налогообложения и рыночной стоимости акций анализируемых предприятий методом экстраполяции. Прибыль до

налогообложения получена из данных бухгалтерской (финансовой) отчетности, составленной по РСБУ, динамика цен на акции представлена на сайте Московской биржи (таблица 6, 7) [6].

Таблица 6 – Прогноз показателя рыночной цены акций и прибыли до налогообложения ПАО «Татнефть» и ПАО «Газпром нефть» на конец 2020 года

Год	ПАО "Татнефть"				ПАО "Газпром нефть"			
	Прибыль до налогообложения (тыс. руб.)		Рыночная стоимость одной акции, руб.		Прибыль до налогообложения (тыс. руб.)		Рыночная стоимость одной акции, руб.	
	Сумма	Прирост, %	Цена	Прирост, %	Сумма	Прирост, %	Цена	Прирост, %
2013	83 484 947	-	208	-	82 088 622	-	141,37	-
2014	104 058 430	25	229	10	36 606 012	-55	156,9	11
2015	111 508 861	7	318	39	22 270 062	-39	145,75	-7
2016	133 564 356	20	427	34	115 085 363	417	230,7	58
2017	131 803 204	-1	479	12	157 836 759	37	279,1	21
2018	253 879 731	93	738	54	86 112 394	-45	342	23
2019	203 088 454	-20	777	5	215 819 870	151	446,45	31
2020	242 876 493	20	865,8	11	193 084 612	-11	451,58	1

Таблица 7 – Прогноз показателя рыночной цены акций и прибыли до налогообложения ПАО «Лукойл» и ПАО «Сургутнефтегаз» на конец 2020 года

Год	ПАО "Лукойл"				ПАО "Сургутнефтегаз"			
	Прибыль до налогообложения (тыс. руб.)		Рыночная стоимость одной акции, руб.		Прибыль до налогообложения (тыс. руб.)		Рыночная стоимость одной акции, руб.	
	Сумма	Прирост, %	Цена	Прирост, %	Сумма	Прирост, %	Цена	Прирост, %
2013	217 208 078	-	2 040	-	313 117 785	-	25,9	-
2014	398 502 652	83	2 225	9	1 068 136 266	241	29,5	14
2015	325 097 817	-18	2 346	5	902 534 422	-16	44,2	50
2016	182 734 237	-44	3 449	47	-123 074 863	-114	32,0	-28
2017	213 693 478	17	3 335	-3	184 499 227	-250	28,0	-13
2018	228 081 298	7	4 997	50	1 008 390 471	447	39,4	41
2019	405 146 104	78	6294	26	123 294 709	-88	53,4	35
2020	297 432 956	-27	6283	0	295 700 286	140	48,3	-9

По данным, представленным в таблицах 6 и 7, можно сделать вывод о том, что лидером по приросту прибыли до налогообложения и рыночной стоимости акций к концу 2020 года должна стать ПАО «Татнефть», однако данные результаты трудно прогнозируемы методом простой экстраполяции, так как не учитывают изменения мировых цен на углеводороды.

Для сравнения анализируемых предприятий методом экспертной оценки, сравним кредитные рейтинги крупнейших нефтегазовых предприятий РФ [5, 7, 8, 9, 10]

Так, к концу первого полугодия 2020 года все анализируемые предприятия (кроме ПАО «Сургутнефтегаз») имеют не менее двух оценок от ведущих рейтинговых агентств, результат представлен в таблице 8.

Таблица 8 – Кредитный рейтинг российских нефтяных компаний, по оценке национальных и зарубежных рейтинговых агентств.

Рейтинговое агентство	ПАО "Татнефть"	ПАО "Газпром нефть"	ПАО "Лукойл"	ПАО "Сургутнефтегаз"
Moody's	Baa2	Baa2	Baa2	-
Standard and Poor's	-	BBB-	BBB	-
Fitch IBCA	BBB-	BBB	BBB+	-
"Эксперт РА"	ruAAA	-	-	-
"АКРА"	-	AAA (RU)	-	-

По данным таблицы 8, можно сделать вывод о том, что все анализируемые нефтегазовые компании РФ имеют «инвестиционный» рейтинг.

Отметим, что для ПАО «Татнефть» Fitch Ratings в мае 2020 года подтвердило рейтинг на уровне «BBB-», прогноз рейтинга – «стабильный». Специалисты агентства отмечают, что важным фактором, поддерживающим данный кредитный рейтинг, является низкая долговая нагрузка. Однако негативным фактором инвестиционной привлекательности в 2020 году является наличие банковских активов ПАО «Татнефть» (в первую очередь банк «Зенит»), так как коммерческие банки вынуждены создавать большие резервы на возможные потери, что может негативно повлиять на ликвидность банковского сектора. Инвестиции в банковские активы, по мнению специалистов Fitch Ratings, свидетельствуют о более низком качестве корпоративного управления по сравнению с конкурентами.

Для ПАО «Лукойл» Fitch Ratings сохранило долгосрочные рейтинги эмитента на уровне «BBB+», прогноз стабильный. Специалисты отмечают низкую долговую нагрузку эмитента, низкую себестоимость на баррель нефтяного эквивалента. Сдерживающим фактором кредитного рейтинга является концентрация активов в России (отсутствие страновой диверсификации).

Таким образом, по данным таблицы можно сделать вывод о том, что пандемия COVID-19 не привела к снижению кредитных рейтингов крупнейших нефтегазовых компаний РФ, не смотря на падение мировых цен на нефть. Текущие рейтинги являются «инвестиционными» и свидетельствуют о низкой вероятности банкротства анализируемых компаний.

Отдельно стоит отметить, что для ПАО «Сургутнефтегаз» отсутствуют рейтинговые оценки, данный факт свидетельствует о недостаточной прозрачности деятельности компании и снижает ее инвестиционную привлекательность.

Для согласования полученных данных и выявления наиболее оптимального объекта инвестирования на начало второго полугодия 2020 года используем метод анализа иерархий.

Для установления относительной важности элементов иерархии используем шкалу отношений. Данная шкала позволяет ставить в соответствие степеням предпочтения одного сравниваемого объекта перед другим некоторые числа (таблица 9) [2, 3].

Таблица 9 – Шкала отношений используемая для установления относительной важности элементов иерархии

Степень значимости	Определение	Объяснение
1	Одинаковая значимость	Два действия вносят одинаковый вклад в достижение цели
3	Некоторое преобладание значимости одного действия над другим	Существуют соображения в пользу предпочтения одного из действий, однако эти соображения недостаточно убедительны
5	Существенная или сильная значимость	Имеются надежные данные или логические суждения для того, чтобы показать предпочтительность одного из действий
7	Очевидная или очень сильная значимость	Убедительное свидетельство в пользу одного действия перед другим
9	Абсолютная значимость	Свидетельства в пользу предпочтения одного действия перед другим в высшей степени убедительны

Используя шкалу отношений, составим матрицу сравнения методик оценки инвестиционной привлекательности организаций (таблица 10) [3].

Таблица 10 – Матрица сравнения методик оценки инвестиционной привлекательности организаций

Метод	Бально-рейтинговая оценка	Метод экстраполяции	Метод сравнения мультипликаторов	Метод экспертной оценки
Бально-рейтинговая оценка	1	7	3	1
Метод экстраполяции	0,14	1	0,2	0,11
Метод сравнения мультипликаторов	0,33	5	1	0,33
Метод экспертной оценки	1	9	3	1

Аналогично составим матрицы сравнения альтернатив по каждому критерию, методу (таблицы 11 и 12) [3].

Таблица 11 - Матрицы сравнения альтернатив по каждому критерию (бально-рейтинговая оценка и метод экспертной оценки)

Бально-рейтинговая оценка	ПАО "Татнефть"	ПАО "Газпром нефть"	ПАО "Лукойл"	ПАО "Сургутнефтегаз"
ПАО "Татнефть"	1	5	1	1
ПАО "Газпром нефть"	0,2	1	0,20	0,20
ПАО "Лукойл"	1,00	5	1	1,00
ПАО "Сургутнефтегаз"	1	5	1	1
Метод экспертной оценки	ПАО "Татнефть"	ПАО "Газпром нефть"	ПАО "Лукойл"	ПАО "Сургутнефтегаз"
ПАО "Татнефть"	1	0,33	0,33	7
ПАО "Газпром нефть"	3	1	0,33	7
ПАО "Лукойл"	3	3	1	7
ПАО "Сургутнефтегаз"	0,14	0,14	0,14	1

Таблица 12 - Матрицы сравнения альтернатив по каждому критерию (метод экстраполяции и метод сравнения мультипликаторов)

Метод экстраполяции	ПАО "Татнефть"	ПАО "Газпром нефть"	ПАО "Лукойл"	ПАО "Сургутнефтегаз"
ПАО "Татнефть"	1	5	7	3
ПАО "Газпром нефть"	0,2	1	3	0,33
ПАО "Лукойл"	0,14	0,33	1	0,2
ПАО "Сургутнефтегаз"	0,33	3	5	1
Метод сравнения мультипликаторов	ПАО "Татнефть"	ПАО "Газпром нефть"	ПАО "Лукойл"	ПАО "Сургутнефтегаз"
ПАО "Татнефть"	1	0,2	0,33	0,14
ПАО "Газпром нефть"	5	1	5	0,2
ПАО "Лукойл"	3,00	0,20	1	0,14
ПАО "Сургутнефтегаз"	7,00	5,00	7	1

Для таблицы 10 найдем сумму элементов каждого столбца, а затем разделим все элементы матрицы на сумму элементов соответствующего столбца. Последним шагом найдем среднее значения для каждой строки, результат представлен в таблице 13 [3].

Таблица 13 - Расчет среднего значения веса критериев с точки зрения поставленной цели

Метод	Бально-рейтинговая оценка	Метод экстраполяции	Метод сравнения мультипликаторов	Метод экспертной оценки	Среднее значение
Бально-рейтинговая оценка	0,40	0,32	0,42	0,41	0,39
Метод экстраполяции	0,06	0,05	0,03	0,05	0,04
Метод сравнения мультипликаторов	0,13	0,23	0,14	0,14	0,16
Метод экспертной оценки	0,40	0,41	0,42	0,41	0,41

По данным таблицы 13, наиболее важными методами при оценке инвестиционной привлекательности анализируемых предприятий являются бально-рейтинговая оценка и метод экспертных оценок.

Аналогично проведем расчет средних значений для матриц попарного сравнения по критериям. В итоге получаем столбцы (векторы) весовых коэффициентов объектов сравнения с точки зрения соответствия отдельным критериям. Результат представим в виде матрицы весов альтернатив по каждому критерию (таблица 14) [3].

Таблица 14 – Матрица весов альтернатив по каждому критерию

-	Бально-рейтинговая оценка	Метод экстраполяции	Метод сравнения мультипликаторов	Метод экспертной оценки
ПАО "Татнефть"	0,31	0,56	0,05	0,18
ПАО "НК "Роснефть"	0,06	0,12	0,24	0,29
ПАО "Лукойл"	0,31	0,06	0,10	0,49
ПАО "Сургутнефтегаз"	0,31	0,26	0,60	0,04

Последним шагом произведем умножение матрицы вектора весов критериев (таблица 13) и матрицы весов альтернатив по каждому критерию (таблица 14) [3].

Проведя умножение матриц, получаем итоговую интегральную оценку инвестиционной привлекательности сравниваемых предприятий:

$$\begin{pmatrix} 0,31 & 0,56 & 0,05 & 0,18 \\ 0,06 & 0,12 & 0,24 & 0,29 \\ 0,31 & 0,06 & 0,1 & 0,49 \\ 0,31 & 0,26 & 0,6 & 0,04 \end{pmatrix} \begin{pmatrix} 0,39 \\ 0,04 \\ 0,16 \\ 0,41 \end{pmatrix} = \begin{pmatrix} 0,2251 \\ 0,1855 \\ 0,3402 \\ 0,2437 \end{pmatrix}$$

Таким образом, наибольшую долю в структуре оценки инвестиционной привлекательности занимает ПАО «Лукойл» (почти 34%), второе место принадлежит ПАО «Сургутнефтегаз» (почти 24,4%). Для ПАО «Татнефть» данный показатель составил около 22,5% и для ПАО «Газпром нефть» почти 18,5%.

Отметим, что акции ПАО «Татнефть» характеризуются высокой стоимостью относительно других компаний в отрасли, что обусловлено высоким уровнем корпоративного управления, низкой долговой нагрузкой и высокой дивидендной доходностью.

По результатам деятельности российских нефтегазовых компаний в первом полугодии 2020 года и оценке их инвестиционной привлекательности можно сделать вывод о том, что все анализируемые компании имеют в целом устойчивое финансовое положение, снижение индекса «Мосбиржи нефти и газа» в целом обусловлено неопределенностью перспектив финансовых результатов и будущих дивидендов компаний. Однако проведенное исследование показывает, что, не смотря на снижение мировых цен на углеводороды из-за пандемии COVID-19, кредитные рейтинги анализируемых компаний не снижаются, при этом финансовое положение предприятий характеризуется как устойчивое.

Список литературы

1. Регламент предоставления кредитов юридическим лицам Сбербанком России и его филиалами от 8 декабря 1997 г. N 285-р (утв. Комитетом Сбербанка РФ по предоставлению кредитов и инвестиций) (с изменениями и дополнениями)

2. Саати Т. Принятие решений. Метод анализа иерархий. — М.: Радио и связь, 1993. — 278 с.
3. Самсонов А.В., Васильев И.В. Анализ инвестиционной привлекательности предприятий нефтегазовой отрасли в России // Московский экономический журнал. — 2020. — №2. — С. 439-450.
4. Джурабаева Г. К. Методология оценки инвестиционной привлекательности промышленного предприятия // Известия УрГЭУ. — 2014. — № 10. — С. 64–72.
5. Официальный сайт рейтингового агентства «Эксперт Ра». — [Электронный ресурс]: Raexpert. — Режим доступа: <https://raexpert.ru/>
6. Официальный сайт ПАО «Московская биржа». — [Электронный ресурс]: Моех. — Режим доступа: <https://www.moex.com/>
7. Официальный сайт ПАО «Лукойл». — [Электронный ресурс]: Lukoil. — Режим доступа: <http://www.lukoil.ru/>
8. Официальный сайт ПАО «Газпром нефть». — [Электронный ресурс]: gazprom-neft. — Режим доступа: <https://www.gazprom-neft.ru/>
9. Официальный сайт ПАО «Сургутнефтегаз». — [Электронный ресурс]: Surgutneftegaz. — Режим доступа: <http://surgutneftegas39.ru/>
10. Официальный сайт ПАО «Татнефть». — [Электронный ресурс]: Tatneft. — Режим доступа: <http://www.tatneft.ru/?lang=ru#>

Сегментирование рынка как исходный компонент формирования маркетинговой стратегии региональной коммерческой организации

Market segmentation as an initial component for forming a marketing strategy of a regional commercial organization



УДК 339.138

DOI 10.24411/2413-046X-2020-10527

Скуба Роман Васильевич,

кандидат экономических наук, доцент, доцент кафедры «Стратегическое планирование и управление жилищно-коммунальным комплексом», ФГБОУ ВО «Владимирский государственный университет имени Александра Григорьевича и Николая Григорьевича Столетовых», г. Владимир

Scuba Roman Vasilievich,

PhD in Economics, Associate Professor, Associate Professor of the Department «Strategic Planning and Management of the Housing and Communal Complex», FSBEI of HE «Vladimir State University named after Alexander Grigoryevich and Nikolay Grigoryevich Stoletovs», Vladimir

Аннотация. В статье исследованы основные факторы, с помощью которых руководство региональной коммерческой организации может дифференцировать различия в потребностях покупателей. Помимо этого, рассмотрены основные этапы процесса сегментирования потребительского рынка, их специфика, а также основные характеристики, обуславливающие привлекательность сегментов в аспекте формирования маркетинговой стратегии региональной коммерческой организации. В исследуемом процессе сегментирования сделан вывод о том, что часто потребности покупателей описываются посредством характеристик социального профиля, однако не всегда это могут служить основой для идентификации рыночных сегментов.

Summary. The article examines the main factors by which the management of a regional commercial organization can differentiate the differences in the needs of buyers. In addition, the main stages of the process of segmenting the consumer market, their specificity, as well as the

main characteristics that determine the attractiveness of segments in the aspect of forming the marketing strategy of a regional commercial organization are considered. In the studied process of segmentation, it was concluded that often the needs of buyers are described through the characteristics of a social profile, but this can not always serve as a basis for identifying market segments.

Ключевые слова: Сегментирование рынка, позиционирование, маркетинговая стратегия, региональная коммерческая организация.

Keywords: Market segmentation, positioning, marketing strategy, regional commercial organization.

Сегментирование рынка является основополагающим элементом маркетинговой стратегии компании и важным фактором, повышающим рентабельность фирмы. С ним связана идентификация отдельных групп покупателей со специфическим спросом и поведением, а также определение особенных признаков, характерных для каждого сегмента. Сегментирование рынка является главным источником разнообразных товарно-рыночных стратегий. Оно открывает возможности для повышения объёма продаж и роста прибыли.

В данной статье будут исследованы основные факторы, с помощью которых руководство региональной коммерческой организации может дифференцировать различия в потребностях покупателей. Помимо этого, будут рассмотрены основные этапы процесса сегментирования потребительского рынка, их специфика, а также основные характеристики, обуславливающие привлекательность сегментов в аспекте формирования маркетинговой стратегии региональной коммерческой организации.

Постоянное изучение и понимание потребностей покупателей является главным условием для успешного сегментирования рынка. Ориентированная на своих покупателей организация должна стремиться к этому и формировать стратегии, направленные на привлечение, удовлетворение и удержание целевых клиентов. Так как потенциальные покупатели достаточно редко имеют схожие потребности, ориентированной на своих клиентов организации необходимо внутри обслуживаемого рынка выделить сегменты, каждый из которых представляет собой специфическую группу потребителей с однородными запросами, покупательским поведением и отличительными характеристиками [2].

Знание отправных моментов всей совокупности потребностей покупателей способствует более эффективной сегментации рынка. Понятно, что покупатели очень часто не похожи друг на друга, предпочитая различные продукты и услуги. При этом

условия, определяющие их предпочтения, не столь очевидны. И хотя многие из них оказывают влияние на возникновение этих различий, необходимо обозначить три ключевых фактора, формирующих запросы покупателей на целевых рынках (рис. 1) [2].

Рассмотрим основные факторы, определяющие различия в потребностях покупателей на рынке товаров широкого потребления более подробно:

1. Характеристики социального профиля: в процессе трансформации этапов жизненного цикла нужды и потребности индивидов меняются. Перемены, связанные с уровнем дохода, образования, видами занятий, способствуют изменениям в потребностях и соответственно в запросах на определённые товары и услуги. Разные социальные факторы определяют дифференциацию в покупательской способности людей. В той степени, в какой они отражают потребности покупателей, их можно задействовать для идентификации сегментов рынка.

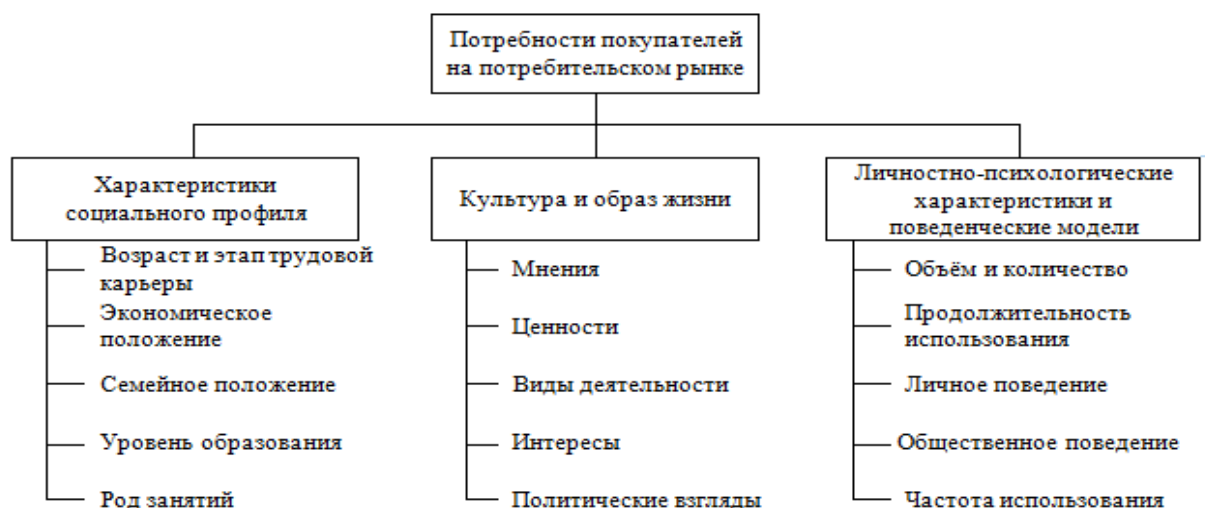


Рис. 1. Основные факторы, определяющие различия в потребностях покупателей на рынке товаров широкого потребления

2. Культура и образ жизни: факторы, определяющие образ жизни на основе индивидуальных мнений, ценностей и интересов, также влияют на дифференциацию запросов покупателей. Например, два покупателя, обладающие одинаковыми характеристиками социального профиля, могут различаться своим мнением по тем или иным вопросам и жизненными установками. Подобные отличия формируют потребительские предпочтения, выраженные в конкретных видах товаров и услуг. В той степени, в какой признаки культурных ценностей и образа жизни отражают предпочтения потребителей, их можно задействовать для идентификации сегментов рынка.

3. Личностно-психологические характеристики и поведенческие модели: запросы на конкретные виды товаров и услуг могут быть связаны с поведенческой моделью их

использования в зависимости от объёма и количества, продолжительности и частоты потребления. Например, две семьи с различным количеством детей будут по-разному пользоваться автомобилем. В той степени, в какой личностно-психологические характеристики и поведенческие модели использования товара отражают потребности клиентов, их можно задействовать для идентификации сегментов рынка.

Принципы сегментирования рынка хорошо изучены и активно применяются относительно потребительских рынков. По отношению к деловым рынкам организаций экстраполирование известных принципов сегментирования имеет свои особенности. При небольших различиях мотивов, рождающих платёжеспособный спрос, различия в содержании факторов, формирующих эти мотивы, довольно значительны (рис. 2) [2].

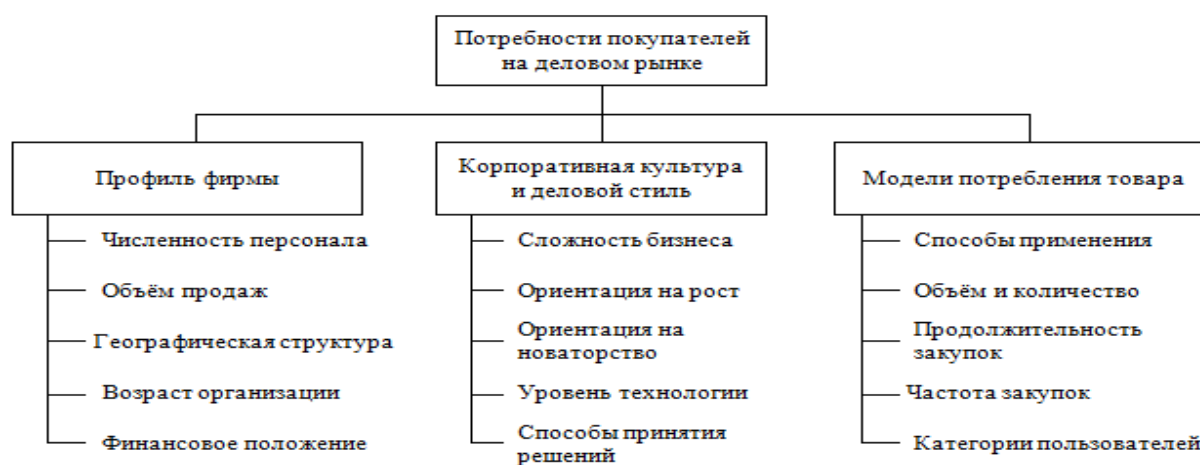


Рис. 2. Основные факторы, определяющие различия в потребностях покупателей на деловом рынке товаров производственного назначения

Таблица 1

Основные этапы и действия процесса сегментирования потребительского рынка

Этапы процесса сегментирования	Действия в процессе сегментирования
1. Сегментирование на основе потребностей	Упорядочить покупателей на основе объединения идентичных потребностей и ожидаемых выгод при решении конкретной проблемы потребителя.
2. Идентификация сегментов	Определить отличительные характеристики сегмента, моменты образа жизни и модели использования товара.
3. Выявление привлекательности сегментов	Установить привлекательность каждого сегмента в целом по заданным критериям.
4. Определение прибыльности сегментов	Определить прибыльность каждого сегмента.
5. Позиционирование сегментов	Разработать стратегию позиционирования «товар – цена» на основе специфических потребностей и отличительных характеристик покупателей сегмента.
6. Критическая оценка стратегии позиционирования	Разработать «сегментные сценарии» для выявления эффективности стратегии позиционирования сегмента.
7. Формирование сегментной стратегии комплекса маркетинга	Адаптировать стратегию позиционирования сегмента относительно элементов комплекса маркетинга (товар, цена, размещение и продвижение).

Рассмотрим представленные в таблице 1 этапы сегментирования более подробно:

1. Сегментирование на основе потребностей: процесс сегментирования начинается с определения потребностей покупателей путём их группировки с идентичными характеристиками, отличающих их от покупателей с другими потребностями. При этом здесь важно учитывать специфические сочетания внешних факторов, что делает невозможным искусственное гиперсегментирование рынка со множеством малозначимых характеристик покупателей, которые не являются факторами, определяющих потребности.

2. Идентификация сегментов: сегментирование осуществляется на основе специфических требований покупателей. Поэтому, чтобы сделать сегментирование действенным, необходимо выявить отличительные характеристики социального профиля и модели покупательского поведения, наиболее ясным образом отличающие сегменты друг от друга [4].

3. Выявление привлекательности сегментов: в основе большинства оценок привлекательности сегмента лежат показатели рыночного роста, интенсивности конкуренции и доступа к рынку:

а) Факторы, влияющие на рост рынка, связаны с размером сегмента, темпами роста продаж внутри сегмента и его рыночным потенциалом. Очевидно, что достаточно крупные, растущие сегменты с высоким прогнозным потенциалом можно отнести к более привлекательным сегментам, чем небольшие сегменты с низким потенциалом развития. Каждый из перечисленных факторов оказывает непосредственное влияние на возможность роста прибыли. Поэтому анализ привлекательности сегментов необходимо начинать с определения ключевых факторов, способствующих созданию такой возможности.

б) Интенсивность конкуренции связана с количеством товаров-субститутов, численностью конкурентов и соперничеством между ними. Множество конкурентов и невысокие барьеры входа на сегмент значительно снижают его привлекательность, поскольку данные факторы препятствуют получению прибыли. На это также влияют разнообразие товаров-заменителей и слабые возможности дифференциации товаров. Очевидно, что внутри достаточно привлекательного сегмента рынка должно быть небольшое число соперников с низким уровнем ценовой конкуренции, товаров-заменителей и значительными барьерами доступа на рынок.

в) Доступ к рынку: без знания клиентской базы и доступа к каналам сбыта вероятность успеха крайне мала. Привлекательность сегментов значительно улучшается, когда у

фирмы имеются достаточные ресурсы для широкого доступа к клиентам и в этой связи её возможности соответствуют потребностям клиентов в достаточной мере [2].

4. Определение прибыльности сегментов: отсутствие потенциала для получения прибыли при прочих равных условиях привлекательности сегмента вполне может вынудить фирму не работать на нём. При расчёте прибыльности сегмента оценивается чистая прибыль от затрат, прогнозируемая при определенном уровне проникновения на него.

5. Позиционирование сегментов: стратегия позиционирования основывается на разработке товарного предложения, адаптированного под индивидуальные особенности целевых клиентов. Данное предложение должно учитывать как специфику различных ситуаций потребления, так и ключевые выгоды, которые целевой покупатель желает извлечь из покупки [5].

Если организация способна увязать индивидуальные особенности покупателей со специфическими свойствами и достоинствами товара, то вероятность успеха её маркетинговой стратегии на данном сегменте значительно увеличится. Если данная увязка будет непродуманной и слабозначимой, существует небольшая вероятность, что целевые покупатели признают такое решение привлекательным и выгодным [6].

6. Критическая оценка стратегии позиционирования: проверка способности компании перевести понимание потребностей сегмента в товарное предложение требует создания трёх чётких сегментных сценария, каждый из которых предполагает различные стратегии позиционирования в сегменте. Затем нужно опросить потенциальных покупателей относительно сегментных сценариев и определить, тот, который самым лучшим образом соответствует их потребностям.

Чем точнее детализация информации по каждому сценарию, тем благоприятнее возможность реализации компанией её стратегии позиционирования. Если целевых покупателей не устраивает ни один из сегментных сценариев, это означает, что компании не удалось перевести особенности покупателей сегмента в привлекательное товарное предложение и эффективную стратегию сегментного позиционирования [5].

7. Формирование сегментной стратегии комплекса маркетинга: в основе неудачного сегментирования обычно лежит крайне слабая реализация сегментной стратегии. Успех сегментной стратегии базируется на качественной проработке всех элементов комплекса маркетинга, а именно товарные, ценовые стратегии, а также стратегии коммуникаций и места распространения. Если потребители целевого сегмента плохо осведомлены о товарном предложении или не могут сделать покупку в удобных для них местах, сегментная стратегия, скорей всего, обречена на провал.

При этом чёткие ценностные предложения и различия в товарном позиционировании должны быть уникальны для каждого целевого сегмента, а реклама общего характера, не произвела бы того эффекта, на который рассчитана специфическая реклама каждого сегмента, сконцентрированная на отличительных свойствах товара [7].

Подводя определённый итог исследования, можно отметить следующее:

Качественное и искусное сегментирование рынка является первоосновой формирования маркетинговой стратегии, которая охватывает специфические потребности покупателей. Чем глубже фирма понимает различия в покупательских предпочтениях, тем эффективней она сможет трансформировать их в результативные маркетинговые стратегии сегментов.

В исследуемом процессе сегментирования выделяется особая важность формирования сегментов с ориентацией на потребности. Часто потребности описываются посредством характеристик социального профиля, которые не всегда могут служить основой для идентификации рыночных сегментов.

Для выбора целевых сегментов необходимо оценить их общую привлекательности и потенциал для получения прибыли. После этого для целевого сегмента нужно сформировать товарное предложение и стратегию комплекса маркетинга. Чтобы убедиться в том, что компания успешно трансформировала потребности целевых покупателей и их отличительные особенности в стратегию позиционирования, относительно сегмента проводится критическая оценка. Оценка позволяет фирме выявить степень привлекательности для покупателей созданное для них сочетание товарного предложения и сегментной стратегии комплекса маркетинга. Обратной связью от клиентов позволит скорректировать и реализовать маркетинговую стратегию.

Список литературы

1. Котлер, Ф. Маркетинг менеджмент [Текст] / Ф. Котлер — СПб.: Питер, 2002. — 496 с.
2. Бест, Р. Маркетинг от потребителя [Текст] / Р. Бест – М.: Манн, Иванов, Фербер, 2008. – 760 с.
3. Лапыгин, Ю.Н. Стратегический маркетинг в конкурентной борьбе. [Текст] / Ю.Н. Лапыгин, Р.В. Скуба – Владимир: ВлГУ, 2003. – 98 с.
4. О ‘Шонесси, Дж. Конкурентный маркетинг: стратегический подход [Текст] / Дж. О ‘Шонесси – СПб.: Питер, 2001. — 309 с.
5. Райс, Э. Позиционирование: битва за узнаваемость [Текст] / Эл Райс, Джек Траут – СПб.: Питер, 2004. – 256 с.

6. Скуба Р.В. Стратегия и тактика позиционирования на рынке товаров широкого потребления [Текст] // Экономика и предпринимательство – 2018 – №7 – С. 1115-1118.
7. Ламбен, Ж.-Ж. Менеджмент, ориентированный на рынок. Стратегический и операционный маркетинг [Текст] / Ж.Ж. Ламбен – СПб.: Питер, 2006. – 800 с.

**Стратегии сегментирования рынка как инструмент повышения результативности
маркетинговой деятельности региональной коммерческой организации**
**Market segmentation strategies as a tool for increasing the performance of marketing
activities of a regional commercial organization**



УДК 339.138

DOI 10.24411/2413-046X-2020-10528

Скуба Роман Васильевич,

кандидат экономических наук, доцент, доцент кафедры «Стратегическое планирование и управление жилищно-коммунальным комплексом», ФГБОУ ВО «Владимирский государственный университет имени Александра Григорьевича и Николая Григорьевича Столетовых», г. Владимир

Scuba Roman Vasilievich,

PhD in Economics, Associate Professor, Associate Professor of the Department «Strategic Planning and Management of the Housing and Communal Complex», FSBEI of HE «Vladimir State University named after Alexander Grigoryevich and Nikolay Grigoryevich Stoletovs», Vladimir

Аннотация. В статье исследованы основные разновидности стратегий сегментирования рынка, с помощью которых руководство региональной коммерческой организации может осуществлять более эффективное удовлетворение потребностей покупателей, увеличивая количество лояльных клиентов компании. Помимо этого, рассмотрены основные факторы, обуславливающие применение стратегий сегментирования рынка. Сформулирована логика трансформации стратегий сегментирования при наступлении определённых событий на рынке. Представлены основные направления выхода на рынок региональной коммерческой организации при осуществлении окончательного отбора сегментов рынка.

Summary. The article examines the main types of market segmentation strategies, with the help of which the leadership of a regional commercial organization can more effectively meet the needs of customers, increasing the number of loyal customers of the company. In addition, the main factors that determine the use of market segmentation strategies are considered. The logic

of transformation of segmentation strategies has been formulated upon the occurrence of certain events in the market. The main directions of entering the market of a regional commercial organization in the implementation of the final selection of market segments are presented.

Ключевые слова: Сегментирование рынка, стратегии сегментирования рынка, маркетинговая деятельность, региональная коммерческая организация.

Keywords: Market segmentation, market segmentation strategies, marketing activities, regional commercial organization.

Грамотное сегментирование рынка является фундаментом разработки маркетинговой стратегии, направленной на удовлетворение специфических предпочтений настоящих и потенциальных клиентов. Чем лучше компания разберётся в особенностях потребностей покупателей, тем результативней она сможет использовать эти знания в долгосрочной деятельности по завоеванию и удержанию позиций на выбранных сегментах.

Оценка потенциала рынка, привлекательности, рентабельности, существующих ресурсов и возможностей даёт компании необходимую основу для формирования и реализации стратегий его сегментирования. Стратегии сегментирования в зависимости от результатов данной оценки могут сильно различаться (рис. 1) [1]. В данной статье будут рассмотрены разновидности стратегий сегментирования, основные моменты и факторы, которые обуславливают их применение.

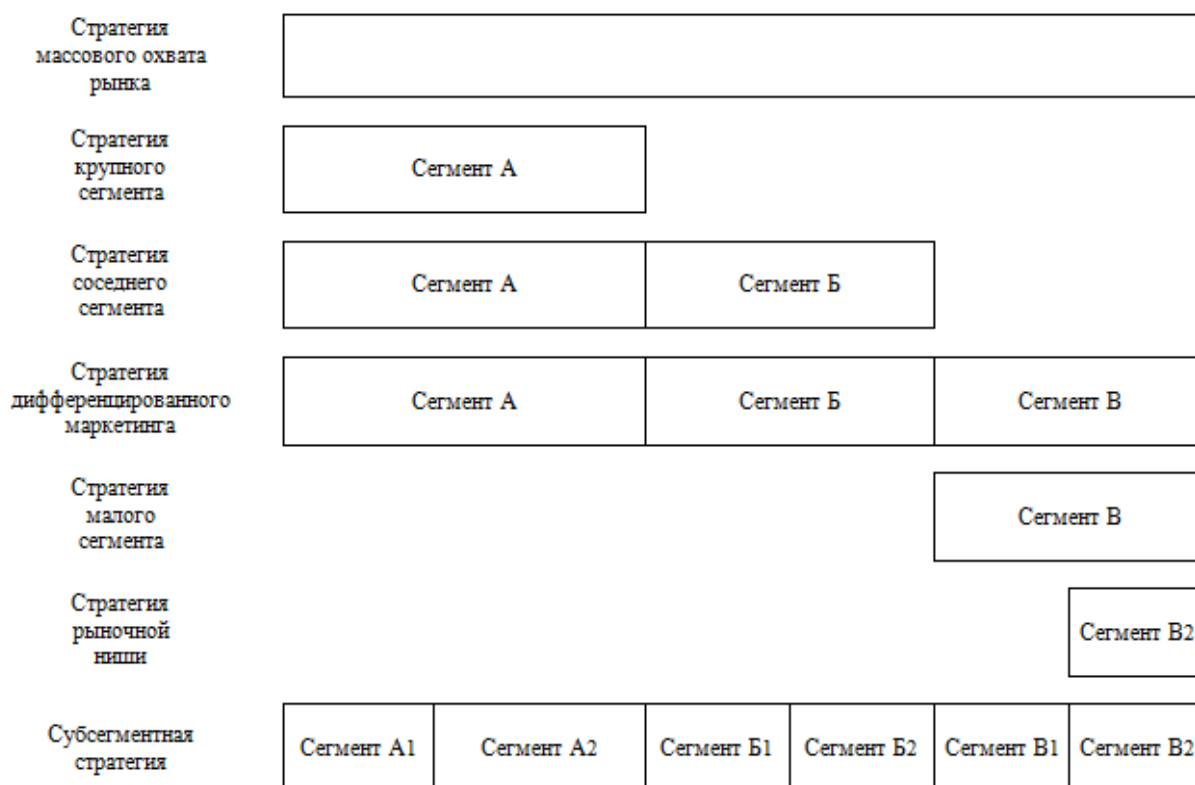


Рис. 1. Стратегии сегментирования рынка

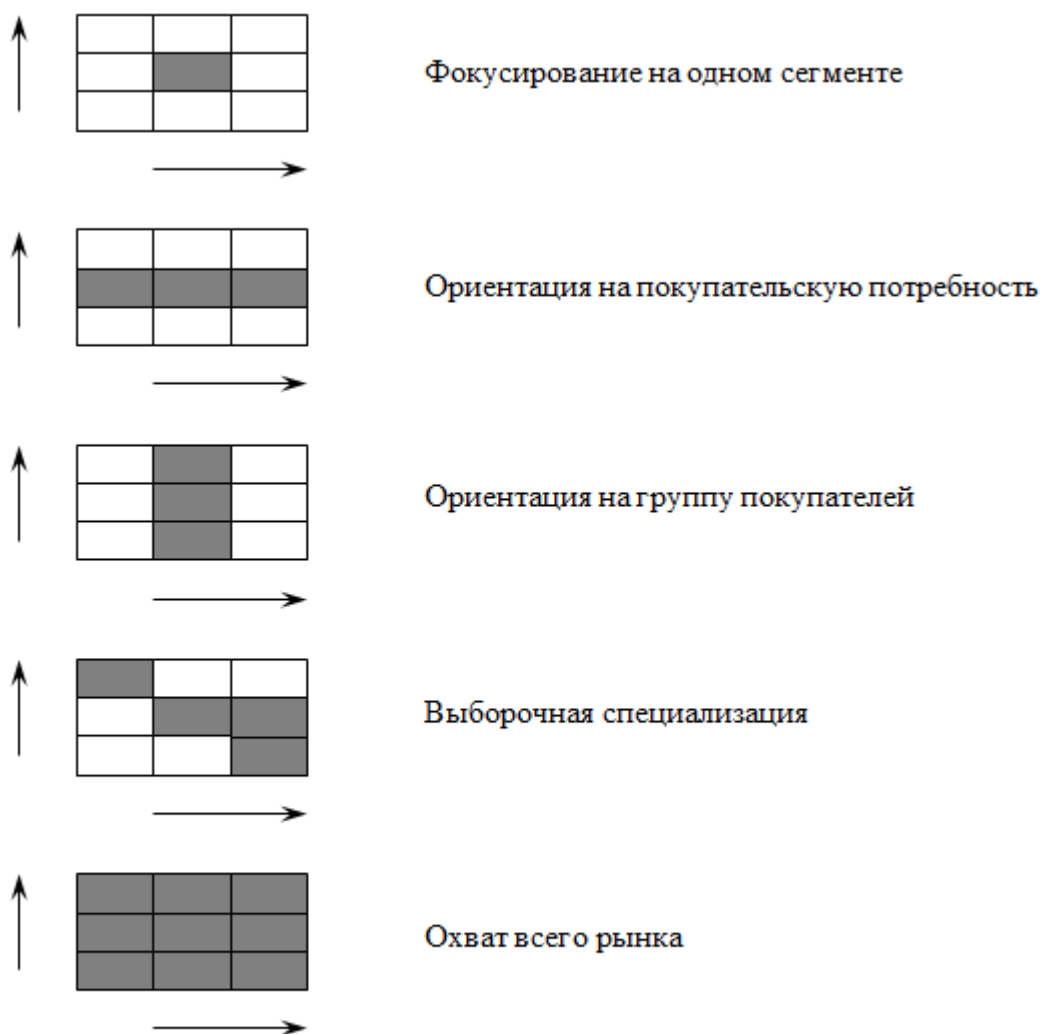


Рис. 2. Направления выбора целевых сегментов рынка

В определённые моменты ресурсы компании могут быть ограничены. В этой связи она может организовывать свою маркетинговую деятельность в рамках одного сегмента или ниши (субсегмента) внутри него. В противоположном случае маркетинговые ресурсы и возможности ориентируют компанию на применение стратегии дифференцированного маркетинга. Чем разнообразнее стратегии сегментирования компании, тем труднее ей сохранять чёткую рыночную направленность для каждой из них.

Список литературы

1. Ламбен, Ж.-Ж. Менеджмент, ориентированный на рынок. Стратегический и операционный маркетинг [Текст] / Ж.Ж. Ламбен – СПб.: Питер, 2006. – 800 с.
2. Котлер, Ф. Маркетинг менеджмент [Текст] / Ф. Котлер — СПб.: Питер, 2002. — 496 с.
3. Бест, Р. Маркетинг от потребителя [Текст] / Р. Бест – М.: Манн, Иванов, Фербер, 2008. – 760 с.

4. О 'Шонесси, Дж. Конкурентный маркетинг: стратегический подход [Текст] / Дж. О 'Шонесси – СПб.: Питер, 2001. — 309 с.
5. Райс, Э. Positioning: битва за узнаваемость [Текст] / Эл Райс, Джек Траут – СПб.: Питер, 2004. – 256 с.
6. Скуба Р.В. Стратегия и тактика позиционирования на рынке товаров широкого потребления [Текст] // Экономика и предпринимательство – 2018 – №7 – С. 1115-1118.
7. Лапыгин, Ю.Н. Стратегический маркетинг в конкурентной борьбе. [Текст] / Ю.Н. Лапыгин, Р.В. Скуба – Владимир: ВлГУ, 2003. – 98 с.

Стратегии маркетинга взаимоотношений с клиентами региональной коммерческой организации

Relationship marketing strategies with clients of a regional commercial organization



УДК 339.138

DOI 10.24411/2413-046X-2020-10529

Скуба Роман Васильевич,

кандидат экономических наук, доцент, доцент кафедры «Стратегическое планирование и управление жилищно-коммунальным комплексом», ФГБОУ ВО «Владимирский государственный университет имени Александра Григорьевича и Николая Григорьевича Столетовых», г. Владимир

Scuba Roman Vasilievich,

PhD in Economics, Associate Professor, Associate Professor of the Department «Strategic Planning and Management of the Housing and Communal Complex», FSBEI of HE «Vladimir State University named after Alexander Grigoryevich and Nikolay Grigoryevich Stoletovs», Vladimir

Аннотация. В статье исследованы основные разновидности стратегий маркетинга взаимоотношений с клиентами, с помощью которых руководство региональной коммерческой организации может осуществлять более эффективную массовую персонализацию, приспособление продукции к требованиям клиентов и управления взаимосвязью с ними. Представлена последовательность трансформации уровней сегментирования рынка и перехода к маркетингу взаимоотношений с клиентами в зависимости от роста воспринимаемой потребительской ценности и ценности клиента. Помимо этого, рассмотрены ключевые понятия и выделены основные приёмы, связанные с маркетингом взаимоотношений с клиентами, а также сформулированы основные этапы стратегии управления взаимоотношениями с клиентами.

Summary. The article explores the main types of customer relationship marketing strategies, with the help of which the leadership of a regional commercial organization can carry out more effective mass personalization, product adaptation to customer requirements and management of

relationship with them. The sequence of the transformation of the levels of market segmentation and the transition to marketing of customer relationships, depending on the growth of perceived customer value and customer value, is presented. In addition, key concepts are considered and the main techniques associated with marketing of customer relationships are highlighted, and the main stages of the strategy of customer relationship management are formulated.

Ключевые слова: Маркетинг взаимоотношения с клиентами, управление взаимоотношениями с клиентами, стратегии сегментирования рынка, региональная коммерческая организация.

Keywords: Customer relationship marketing, customer relationship management, market segmentation strategies, regional commercial organization.

Маркетинг взаимоотношений с клиентами представляет собой систему программ двусторонних коммуникаций, которая базируется на поддержании высокого уровня воспринимаемой потребительской ценности товара и компании. Ориентированные на потребителей фирмы усиленно работают над привлечением новых покупателей, однако на этом их отношения с последними нередко заканчиваются. В то же время маркетинг взаимоотношений с покупателями в большей степени направлен на дальнейшее развитие связей со своими клиентами на основе взаимовыгодного сотрудничества.

В данной статье будут рассмотрены ключевые понятия, связанные с маркетингом взаимоотношений с клиентами, выделены основные виды стратегий маркетинга взаимоотношений и применяемые внутри них приёмы, а также сформулированы основные этапы стратегии управления взаимоотношениями с клиентами.

С увеличением размера воспринимаемой ценности продукции в глазах покупателей фирма может трансформировать уровни сегментирования рынка с охвата отдельных сегментов и ниш до конечных потребителей. В этой связи при построении двустороннего общения важно показать взаимосвязь воспринимаемой потребительской ценности продукции и ценности компании.

Воспринимаемая потребительская ценность будет возрастать, если совокупные преимущества, извлечённые из используемых продуктов, сервиса и товарной марки, существенно превышают издержки на их приобретение. Как раз главная цель маркетинга взаимоотношений с клиентами заключается в формировании дополнительной ценности посредством индивидуализации коммуникаций, персонификации обслуживания, адаптации продукта и предложения специальных ценовых условий. Понятно, что такие дополнительные выгоды во многом возмещаются за счёт клиентов. Но когда покупатель понимает, что совокупные преимущества для потребителя существенно превосходят

общие затраты, во взаимоотношениях с компанией через воспринимаемую ценность развивается осязаемый прогресс [1].

С точки зрения компании ценность покупателей носит экономический характер. Значительное число повторных, часто дорогостоящих, покупок товаров и услуг со стороны преданных клиентов в течение длительного временного периода позволяет компании получить более высокую финансовую выгоду от покупателя. При этом общий доход за время взаимоотношений с покупателем увеличивается. Таким образом, более высокая потребительская ценность и связанная с ней лояльность покупателя обеспечивает стабильно высокий доход в расчёте на одного потребителя, определяемого с учётом фактора дисконтирования потока денежных средств за весь цикл сотрудничества.

На рис. 1 представлена последовательность трансформации уровней сегментирования рынка и перехода к маркетингу взаимоотношений с клиентами в зависимости от роста воспринимаемой потребительской ценности и ценности клиента. При этом стоит учитывать тот факт, что внутри целевого сегмента или рыночной ниши не всегда подавляющее большинство клиентов будет иметь однозначно высокий потенциал с точки зрения воспринимаемой потребительской ценности и ценности клиента [2].

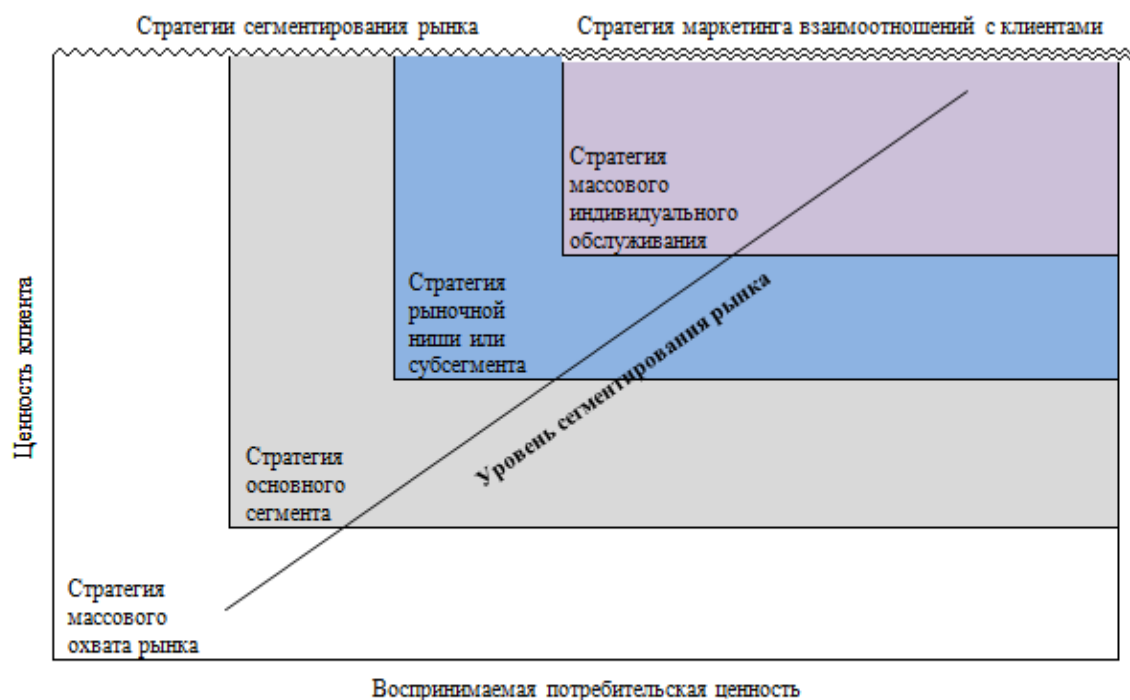


Рис. 1. Уровень сегментирования рынка в зависимости от воспринимаемой потребительской ценности и ценности клиента

Маркетинг взаимоотношений с клиентами связан с более энергичными маркетинговыми мероприятиями и более высоким уровнем затрат. Очевидно, что

дополнительные усилия фирмы должны быть оправданны и окупаемы. Для увеличения воспринимаемой потребительской ценности фирме желательно одновременно осуществлять разнообразные программы взаимоотношений с клиентами, так как существует возможность перехода клиентов из одного уровня лояльности-выгодности в другой.

В основе маркетинга взаимоотношений каждый потребитель представляется как уникальная личность. В связи с этим главной задачей маркетинга является построение индивидуальных отношений между фирмой и клиентом. Основные отличия программ маркетинга взаимоотношений связаны с объёмом предлагаемых клиентам преимуществ и прилагаемых фирмой усилий. Поэтому очень важно иметь необходимую информацию по каждому клиенту, начиная с имени и других персональных данных и заканчивая описанием потребностей, типа покупательского поведения и индивидуальных предпочтений. На первый план здесь выходит маркетинг с использованием баз данных [3].

Стремительное развитие технологий с использованием баз данных клиентов позволило многим компаниям опрометчиво воспринимать их появление не в качестве средства для разработки решения, а самим решением. Без подкреплённых возможностей, позволяющих удовлетворить индивидуальные потребности покупателей, данные организации могут попасть в технологическую западню, затратив огромные ресурсы. впустую на создание технологических решений без должного подкрепления в виде программ маркетинга взаимоотношений с клиентами.

Объём требуемой информации о покупателях обеспечивается стратегиями маркетинга взаимоотношений с ними. Для отдельных клиентов вполне достаточной будет стратегия массовой персонализации, в основе которой лежат индивидуальной коммуникации. Относительно других покупателей важным является реализация стратегии массовой адаптации продукции к требованиям клиентов с учётом их покупательского поведения и конкретных предпочтений. Для ещё одной категории клиентов более подходящей станет стратегия управления индивидуальными взаимоотношениями, направленная на формирование высокого уровня воспринимаемой потребительской ценности [2].

Рассмотрим перечисленные выше стратегии более подробно:

1. Стратегия массовой персонализации: данная стратегия обобщает индивидуальные особенности клиентов, их покупательское поведение и персональные потребности. При этом активно применяются базы данных, чтобы определить разновидности покупателей, историю сделок, предпочтения и в итоге сформировать ценностное товарное

предложение. Обобщённые сведения также применяются при создании индивидуальных маркетинговых коммуникаций с целевыми покупателями [4].

2. Массовая адаптация продукции к требованиям клиентов: многие клиенты даже внутри одного сегмента изъявляют желание заплатить больше за дополнительные преимущества. Хорошим способом решения такой проблемы является создание программы массовой адаптации товаров под конкретного потребителя. Массовое приспособления под покупательское поведение и конкретные потребности в товарах и услугах создаёт возможность разработки для каждого покупателя эксклюзивного товара («под заказ»), соответствующего его соображениям относительно товарно-ценовых конфигураций.

Применяя стратегию адаптации продукции под конкретного потребителя, компании обычно исходят из того, что в основном целевым покупателям вполне по силам самостоятельно сочетать различные комбинации функционала товара, его свойств и предлагаемого сервиса, максимально приближенных к их предпочтениям и возможностям. Другими словами, фирма продаёт свой товар на основе выбранной покупателем спецификации. Однако данная стратегия будет эффективной лишь тогда, когда рост потребительской ценности станет существенным как для покупателей, так и для организации.

Поскольку запросы одного и того же клиента варьируются в зависимости от ситуации, реализация данной стратегии значительно облегчает потребителям составлять индивидуальные сегменты рынка. Это выгодно и для организации, и для покупателя. Реализуя стратегию массовой адаптации под специфические вкусы конкретного клиента от автомобилей до игрушечных кукол, ведущие компании предоставляют возможность «создать товар», отталкиваясь от личных предпочтений и материальных факторов, придавая реальное значение понятиям «customer», «эксклюзивность», «индивидуальная траектория». Такой подход при должном технологическом обеспечении совмещает и развивает достоинства и возможности стратегии рыночных ниш.

Также стоит отметить, реализуя стратегию адаптации продукции к требованиям клиентов, фирмы не только поставляют продукцию по их спецификации, но и аккумулирует важнейшие сведения об их предпочтениях, разнообразных социально-демографических параметрах и динамики их изменения. Эта информация имеет важнейшее значение для обеспечения успешного результата реализации всех стратегий и программ маркетинга взаимоотношений с клиентами [5].

3. Стратегия управления взаимоотношениями с клиентами: управление взаимоотношениями с клиентами (CRM – Customer Relationship Management) – это

многоуровневая маркетинговая программа, способствующая созданию прочных двусторонних связей с целевыми потребителями в условиях, при которых воспринимаемая потребительская ценность продукции и ценность клиента имеют высокий уровень для реализации маркетинговых мероприятий. Главная цель программ CRM, помимо удовлетворения и сохранения клиентов, направлена на формирование устойчивых двусторонних отношений между фирмой и индивидуальными покупателями [6].

Первый шаг в разработке результативной стратегии CRM связан с определением уровня воспринимаемой потребительской ценности продукции для отдельного клиента и на этой основе непосредственно потенциальных клиентов. Для этого требуется качественный обзор сведений относительно индивидуальных предпочтений покупателей, их требований к качеству и отдельным свойствам товара, специфики поведения при осуществлении покупки, их преданности и выгоды. Действенным инструментом обеспечения такого понимания являются программы, основанные на использовании баз данных. Однако управление взаимоотношениями с клиентами – это значительно большее, чем просто технология, так как CRM, прежде всего, вырабатывает и поддерживает двусторонние связи с ключевыми клиентами.

Основными этапами успешного формирования и реализации стратегии управления взаимоотношениями с клиентами являются:

1. Выявление потенциальных клиентов на основании определения воспринимаемой потребительской ценности продукции.
2. Изучение индивидуальных потребностей, товарных предпочтений и особенностей покупательского поведения.
3. Разработка индивидуальных решений с учётом предпочтений покупателей и планирование точек соприкосновения при установлении и дальнейшем поддержании взаимоотношений.
4. Определение степени потребительской удовлетворённости и качества опыта взаимоотношений с клиентами в целях поддержания высокого уровня лояльности и выгоды покупателей.

Ключевую роль в реализации стратегии управления взаимоотношениями играют точки соприкосновения с клиентами, представляющие собой любое взаимодействие с клиентом или потенциальным покупателем. К ним относятся витрины магазинов или сервисных организаций, интернет-сайты, прямая почтовая реклама, рассылка писем по электронной почте, помещение для приёма заказов (ресепшен) [7]. Некоторые точки

соприкосновения не столь очевидны, но тем не менее важны для превращения потенциальных покупателей в реальных, так как внушают доверие и нужное восприятие организации, предлагаемых ею товаров и услуг. Средства коммуникаций фирмы в любой точке контакта до, во время и после сделки определяют качество её взаимоотношений с клиентами. Умение организации управлять отношениями с каждым клиентом, начиная с момента их первого контакта формирует потенциал получения выгоды от него в долгосрочной перспективе.

Подводя определённый итог исследования, можно отметить следующее:

Применяя базы данных, компании посредством массовой персонализации, приспособления продукции к требованиям клиентов и управления взаимоотношениями с клиентами стремятся адаптировать под конкретных потребителей товарное предложение и рыночное позиционирование. Такой подход позволяет ориентированным на покупателей организациям усилить свои рыночные на целевых рынках. Основная цель управления взаимоотношениями с клиентами направлена на регулярную взаимосвязь между компанией и индивидуальными покупателями. Однако не все клиенты могут быть обслужены посредством системы CRM, основополагающим условием здесь является сегментирование рынка. После того, как разработан профиль целевых покупателей, через установленные точки соприкосновения относительно них можно формировать и реализовывать специальные программы для повышения степени их удовлетворения и удержания.

Список литературы

1. Котлер, Ф. Маркетинг менеджмент [Текст] / Ф. Котлер — СПб.: Питер, 2002. — 496 с.
2. Бест, Р. Маркетинг от потребителя [Текст] / Р. Бест – М.: Манн, Иванов, Фербер, 2008. – 760 с.
3. О ‘Шонесси, Дж. Конкурентный маркетинг: стратегический подход [Текст] / Дж. О ‘Шонесси – СПб.: Питер, 2001. — 309 с.
4. Скуба Р.В. Покупательское поведение как фактор выбора целевых сегментов рынка [Текст] // Экономика и предпринимательство – 2018 – № 9 – С. 1180-1185.
5. Ламбен, Ж.-Ж. Менеджмент, ориентированный на рынок. Стратегический и операционный маркетинг [Текст] / Ж.Ж. Ламбен – СПб.: Питер, 2006. – 800 с.
6. Акулич М.В. Управление взаимоотношениями с клиентами (CRM) [Текст] / М.В. Акулич – Екатеринбург.: Издательские решения, 2019. – 102 с.
7. Лапыгин, Ю.Н. Стратегический маркетинг в конкурентной борьбе. [Текст] / Ю.Н. Лапыгин, Р.В. Скуба – Владимир: ВлГУ, 2003. – 98 с.

Маркетинговые стратегии в конкурентной борьбе региональной коммерческой организации

Marketing strategies in competitive fighting regional commercial organization



УДК 339.138

DOI 10.24411/2413-046X-2020-10530

Скуба Роман Васильевич,

кандидат экономических наук, доцент, доцент кафедры «Стратегическое планирование и управление жилищно-коммунальным комплексом», ФГБОУ ВО «Владимирский государственный университет имени Александра Григорьевича и Николая Григорьевича Столетовых», г. Владимир

Scuba Roman Vasilievich,

PhD in Economics, Associate Professor, Associate Professor of the Department «Strategic Planning and Management of the Housing and Communal Complex», FSBEI of HE «Vladimir State University named after Alexander Grigoryevich and Nikolay Grigoryevich Stoletovs», Vladimir.

Аннотация. В статье исследованы основные стратегические подходы ведения конкурентной борьбы, отталкиваясь от принципов, сформулированных древнекитайским военачальником Сунь-Цзы. На основе определения уровней маркетинговых знаний обобщены основные маркетинговые стратегии, посредством которых организация может в разной степени результативности вести конкурентную борьбу. Помимо этого, рассмотрены конкурентные ходы или приёмы, основанные на отличной осведомлённости о потребителях и соперниках, благодаря которым конкурентная стратегия реализуется наилучшим способом. Показано, что непрямые конкурентные стратегии являются более скрытыми, они больше сконцентрированы на покупателях и направлены на создание дополнительной воспринимаемой потребительской ценности товара.

Summary. The article examines the main strategic approaches to competitive struggle, starting from the principles formulated by the ancient Chinese commander Sun Tzu. Based on the definition of the level of marketing knowledge, the main marketing strategies are summarized,

through which an organization can, in varying degrees of effectiveness, compete. In addition, competitive moves or techniques based on excellent awareness of consumers and competitors are considered, due to which the competitive strategy is implemented in the best way. It is shown that non-linear competitive strategies are more hidden, they are more focused on buyers and are aimed at creating additional perceived consumer value of the product.

Ключевые слова: Маркетинговые стратегии, конкуренция, знания, воспринимаемая потребительская ценность, региональная коммерческая организация.

Keywords: Marketing Strategies, Competition, Knowledge, Perceived Customer Value, Regional Commercial Organization.

При формировании эффективной конкурентной стратегии региональной коммерческой организации очень важно поддержать баланс внимания как по отношению к потребителям, так и по отношению к конкурентам. Современная компания должна успешно совмещать в себе два вида организаций: ориентированные на соперников фирмы, формирующие свою маркетинговую стратегию, отталкиваясь от действий своих конкурентов, и ориентированные на покупателей фирмы, фокусирующих свою маркетинговую деятельность на отношениях с ними путём осуществления маркетинговых исследований, сегментирования и позиционирования, разрабатывая при этом на высоком качественном уровне четыре элемента комплекса маркетинга – продукт, цена, размещение, продвижение.

В данной статье, отталкиваясь от принципов, сформулированных древнекитайским военачальником Сунь-Цзы, будут исследованы основные стратегические подходы ведения конкурентной борьбы. На основе определения уровней маркетинговых знаний обобщены основные маркетинговые стратегии, посредством которых организация может в разной степени результативности вести конкурентную борьбу. Помимо этого, рассмотрены конкурентные ходы или приёмы, основанные на отличной осведомлённости о потребителях и соперниках, благодаря которым конкурентная стратегия реализуется наилучшим способом. Показано, что непрямые конкурентные стратегии являются более скрытыми, они больше сконцентрированы на покупателях и направлены на создание дополнительной воспринимаемой потребительской ценности товара.

Более 2500 лет тому назад известный древнекитайский полководец и военный теоретик Сунь-Цзы в своём трактате «Искусство войны» пришёл к выводу, что абсолютный разгром врага приводит к большим потерям, чем приносит выгод. Он считал, что хитрость, самообладание и минимализм – лучшие качества для нанесения поражения противнику. При этом нейтрализация и последующее покорение соперника без боевых

действий являются основополагающей идеей искусства войны. Именно поэтому принципы соперничества Сунь-Цзы активно изучаются и адаптируются к сегодняшним реалиям конкурентной борьбы.

В своём труде Сунь-Цзы показывает стратегию противоборства как процесс развития преимуществ знаний и дальнейшего незаметного нападения самым скрытым образом, которые в конечном итоге заставляют соперника пускаться вдогонку. Великий военачальник полагал, что при меньшей конфронтации можно достичь лучших результатов и избежать значительных потерь. Сосредоточившись на преимуществе знания, Сунь-Цзы создал конкурентоспособные стратегии, основанные на наибольшей осведомлённости о местности (потребителях) и о противнике (конкурентах) [1].

В любой конфликтной ситуации знание является основным источником превосходства над соперниками. В бизнесе компания пытается победить ради клиентов, а конкуренты – это те силы, с которыми ей приходится бороться для достижения данной цели. Без необходимого знания о потребителях и конкурентах организации будет нелегко формировать стратегию завоевания покупателей и увеличения рыночной доли. Знание в достаточном количестве и качестве крайне важно для разработки непрямой стратегии (рис. 1) [2].

Сведения о покупателях	Исчерпывающие	<u>Ответная стратегия</u> – широкие знания о клиентуре – ограниченные знания о конкурентах Излишняя реакция на требования рынка из-за ограниченных знаний о конкурентах	<u>Непрямолинейная стратегия</u> – широкие знания о клиентуре – широкие знания о конкурентах Усиление конкурентных преимуществ на основе знаний о клиентуре и конкурентах			
	Выше среднего уровня					
	Среднего уровня	<u>Ограниченная стратегия</u> – ограниченные знания о клиентуре – ограниченные знания о конкурентах Действия вслепую из-за минимальных знаний о клиентуре и конкурентах	<u>Ответная стратегия</u> – ограниченные знания о клиентуре – широкие знания о конкурентах Излишняя реакция на действия конкурентов из-за ограниченных знаний о клиентуре			
	Ниже среднего уровня					
Минимальные						
		Минимальные	Ниже среднего уровня	Среднего уровня	Выше среднего уровня	Исчерпывающие
		Сведения о конкурентах				

Рис. 1. Стратегии конкуренции в зависимости от уровня маркетинговых знаний

Ограниченное знание вряд ли можно считать преимуществом фирмы, но, как представлено на рис. 1 оно часто приводит к ответным стратегиям. Организация, обладающая знаниями о своей клиентуре, но не имеющая достаточных сведений о конкурентах, по всей видимости, станет проявлять избыточную активность на потребительский спрос. И наоборот, отличное знание о конкурентах на фоне слабой информации о покупателях, как правило, приводит к излишней ответной реакции на действия соперников [3].

Как показано на рис. 1, компании с недостатком информации как о клиентах, так и о конкурентах реализуют внутренне ограниченную стратегию, то есть они совершают конкурентные ходы, основываясь на внутренней перспективе и минимальном или ограниченном знании рынка. Такие фирмы попытаются достичь успеха вслепую, а это чаще приводит к поражению, нежели к победе. Другие, частично информированные о потребителях или конкурентах, вероятно, будут применять ответные стратегии, что

является нормальной реакцией в ситуации, когда компания видит только один аспект рынка [4].

Конкурентная стратегия с ограниченным или частичным знанием потребителя и/или конкурента обычно легко трансформируется в стратегию фронтальной атаки, то есть прямого наступления на позицию конкурента. Стратегия фронтальной атаки применяется, когда компания бросает прямой вызов соперникам, начиная борьбу с ними за долю рынка. В этой борьбе за объём единиц, объём продаж и рыночную долю данная стратегия часто приводит к исходу «победил-проиграл»: фирма достигает своей маркетинговой цели (выигрывает бой), однако в результате получает меньшую прибыль (проигрывает войну) [5].

Непрямолинейная стратегия основывается на иных подходах конкурентной борьбы. Обладая преимуществом знания, можно разработать ориентированную на рынок стратегию и достичь желаемых целей без значительных убытков. В соответствии с подходом полководца Сунь-Цзы маркетинговые стратегии, усиливающие преимущество знания в отношении потребителей и конкурентов, могут быть внедрены посредством бесконфликтного метода, который сводит убытки к минимуму. Такая стратегия называется непрямолинейной, поскольку она стремится к получению конкурентного преимущества без прямой конфронтации.

Непрямолинейная стратегия представляет собой скрытое нападение на позицию конкурента в попытке завоевать долю рынка с минимальными затратами. Главная идея здесь состоит в том, чтобы достичь своей цели в борьбе за долю рынка, но сделать это с наименьшими издержками, минимизировав при этом реакцию конкурента [6].

Непрямолинейная стратегия реализуется наилучшим образом тогда, когда организация усиливает источник преимущества, оцененного клиентами (знание потребителей), который, однако, не так просто заметить, понять или скопировать конкурентам (знание конкурентов). Стратегия этого типа не атакует конкурентов напрямую.

Непрямолинейные стратегии являются более скрытыми, они больше сконцентрированы на потребителях, и их идеальный результат – расстроить планы конкурентов и сбить их с толку. Такие стратегии могут включать в себя едва различимые, но важные товарные инновации, усовершенствованный продукт и/или качество обслуживания, новаторские программы маркетинга, снижение затрат на приобретение и использование, применение продуктов и избавление от них, а также новые маркетинговые каналы с более эффективными выгодами для потребителей внутри канала дистрибуции

[7]. Каждый из этих приёмов предполагает возможность создания дополнительной воспринимаемой потребительской ценности и лояльности потребителей без прямой конфронтации с конкурентами и таким образом уменьшает расходы на увеличение доли рынка.

Подводя определённый итог исследования, можно отметить следующее:

Маркетинговое знание о потребителях и конкурентах является источником конкурентного преимущества. Обладая необходимыми сведениями, компания может осуществить непрямую атаку, которое заставит конкурентов перейти в разряд догоняющих. Непрямолинейная стратегия является более выгодной, чем прямая фронтальная атака, которая требует больше ресурсов, однако не приводит к гарантированному завоеванию доли рынка.

Список литературы

1. Сунь-Цзы. Искусство войны [Текст] / Сунь-Цзы ; пер. с англ. М. Михайлова. – М.: Издательство АСТ, 2019. – 160 с.
2. Бест, Р. Маркетинг от потребителя [Текст] / Р. Бест – М.: Манн, Иванов, Фербер, 2008. – 760 с.
3. Варли, Р. Основы управления розничной торговлей [Текст] / Р. Варли, М. Рафик — М.: ИД Гребенникова, 2005. – 456 с.
4. Котлер, Ф. Маркетинг менеджмент [Текст] / Ф. Котлер — СПб.: Питер, 2002. — 496 с.
5. О ‘Шонесси, Дж. Конкурентный маркетинг: стратегический подход [Текст] / Дж. О ‘Шонесси – СПб.: Питер, 2001. — 309 с.
6. Скуба Р.В. Стратегия и тактика позиционирования на рынке товаров широкого потребления [Текст] // Экономика и предпринимательство – 2018 – № 7 – С. 1115-1118.
7. Лапыгин, Ю.Н. Стратегический маркетинг в конкурентной борьбе. [Текст] / Ю.Н. Лапыгин, Р.В. Скуба – Владимир: ВлГУ, 2003. – 98 с.

**Маркетинговый анализ внешних источников конкурентоспособности региональной
коммерческой организации**

**Marketing analysis of external sources of competitiveness regional commercial
organization**



УДК 339.138

DOI 10.24411/2413-046X-2020-10531

Скуба Роман Васильевич,

кандидат экономических наук, доцент, доцент кафедры «Стратегическое планирование и управление жилищно-коммунальным комплексом», ФГБОУ ВО «Владимирский государственный университет имени Александра Григорьевича и Николая Григорьевича Столетовых», г. Владимир

Scuba Roman Vasilievich,

PhD in Economics, Associate Professor, Associate Professor of the Department «Strategic Planning and Management of the Housing and Communal Complex», FSBEI of HE «Vladimir State University named after Alexander Grigoryevich and Nikolay Grigoryevich Stoletovs», Vladimir

Аннотация. В статье исследованы основные внешние источники, определяющие степень конкурентоспособности региональной коммерческой организации. Рассмотрены отраслевые факторы, которые формируют привлекательность конкурентной среды и определяют выбор перспективных рынков (отраслей), где компании предстоит конкурировать. Помимо этого, обобщены главные направления сравнительного анализа конкурентов, позволяющие компании скорректировать и улучшить основные позиции и источники конкурентоспособности. Представлены индикаторы проблем конкурента, которые дают понять о его затруднительном положении или признаках потери лидирующих позиций на рынке.

Summary. The article examines the main external sources that determine the degree of competitiveness of a regional commercial organization. The sectoral factors that form the attractiveness of the competitive environment and determine the choice of promising markets

(industries) where the company will have to compete are considered. In addition, the main directions of comparative analysis of competitors are summarized, allowing the company to adjust and improve the main positions and sources of competitiveness. Indicators of a competitor's problems are presented, which make it clear about his predicament or signs of losing a leading position in the market.

Ключевые слова: Маркетинговый анализ, отраслевые рынки, конкурентная среда, конкурентоспособность, региональная коммерческая организация.

Keywords: Marketing Analysis, Industry Markets, Competitive Environment, Competitiveness, Regional Commercial Organization.

Конкуренция и конкурентная среда постоянно меняются, поэтому различным компаниям нелегко сохранять конкурентные преимущества. Чтобы оставаться в лидерах, необходимо непрерывно повышать свои знания о клиентах и конкурентах и контролировать уровень своего конкурентного преимущества.

Можно привести достаточно примеров, где известный лидер рынка когда-то занимал прочное, почти неприступное, конкурентоспособное положение. И всякий раз, когда появлялись новые конкуренты, это положение оказывалось серьезно подорвано. Важно учесть, что в каждом конкретном случае лидер рынка не ухудшал качество, не поднимал цены и не сокращал маркетинговые мероприятия, скорее напротив, стремился улучшить товары, снизить цены и расширить объём маркетинговых действий для сохранения клиентов. Тем не менее в каждом из случаев конкуренты начинали негативно влиять на его рынок сбыта, сначала бросая лидеру вызов, а затем ослабляя его лидирующее положение [1].

В данной статье, будут исследованы основные внешние источники, определяющие степень конкурентоспособности региональной коммерческой организации. Также будут рассмотрены отраслевые факторы, которые формируют привлекательность конкурентной среды и определяют выбор перспективных рынков (отраслей), где компании предстоит конкурировать. Помимо этого, будут обобщены главные направления сравнительного анализа конкурентов, позволяющие компании скорректировать и улучшить основные позиции и источники конкурентоспособности. Будут представлены индикаторы проблем конкурента, которые дают понять о его затруднительном положении или признаках потери лидирующих позиций на рынке.

Можно выделить два аспекта конкуренции, которые со стороны внешней среды оказывают на конкурентоспособность компании и, как следствие, её рентабельность стратегическое влияние (рис. 1). Первый аспект – отраслевые факторы – силы,

формирующие привлекательность рынка и потенциал получения прибыли на нём, и которые определяют специфику отраслевой конкуренции. Важным моментом в анализе рынка здесь является исследование отдельной отрасли с целью отбора тех рынков, которые предлагают лучший потенциал получения прибыли [2].

Второй аспект – конкурентный анализ. Компании необходимо проводить сравнительный анализ своей конкурентоспособности по отношению к своим соперникам. Оценка на внешнем рынке относительного качества товара, качества обслуживания, удовлетворенности потребителей, осведомленности о бренде, а также доли рынка представляет основные маркетинговые показатели, которые определяют устойчивость конкурентоспособности региональной коммерческой организации [3].

Рассмотрим основные факторы, определяющие степень конкурентоспособности региональной коммерческой организации более подробно:

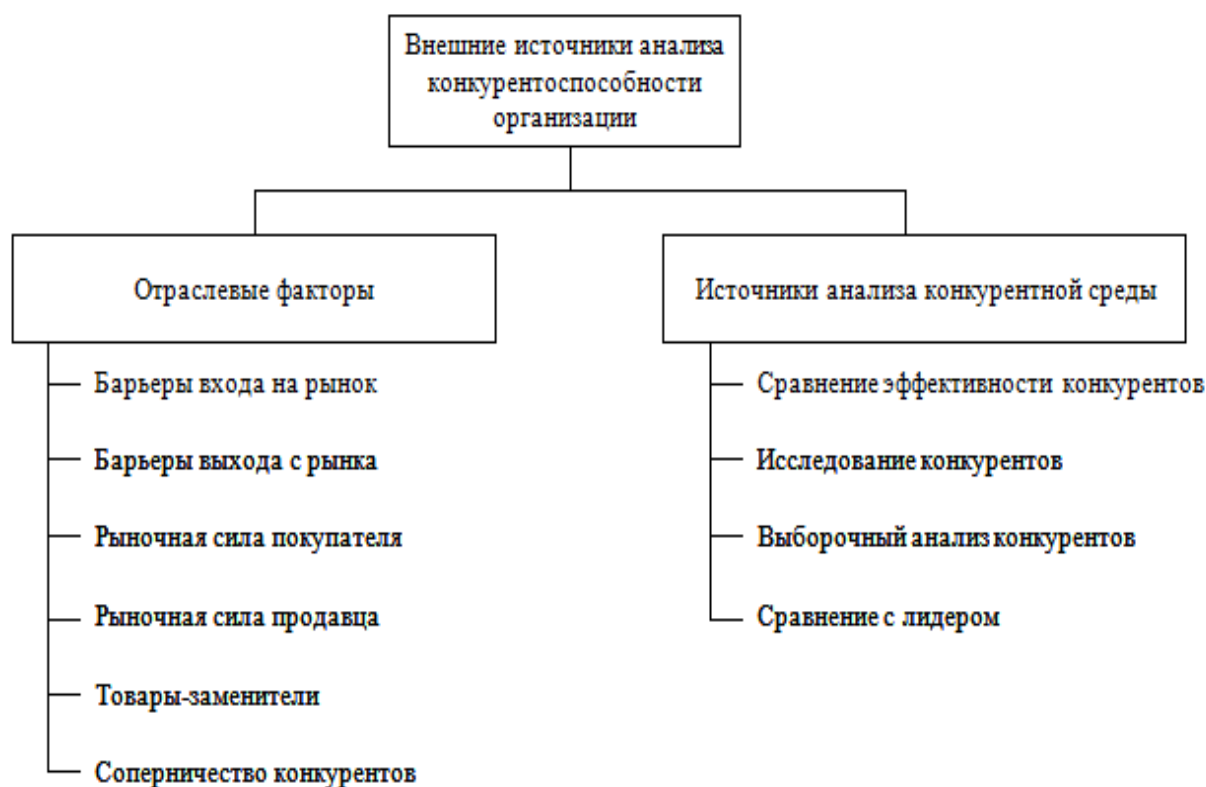


Рис. 1. Внешние источники анализа конкурентоспособности организации



Рис. 2. Индикаторы проблем конкурента

Эти сведения обычно содержатся в опубликованных финансовых документах, помимо этого информацию можно получить в разговоре с посредниками. Каждое изменение поведения конкурента требует корректировки маркетинговых стратегий, которые компания должна реализовать особенно тогда, когда конкуренту сложнее всего отреагировать. Например, вкладывая меньше ресурсов в научно-исследовательские и опытно-конструкторские работы, конкурент даёт отличную возможность для внедрения на рынок новых продуктов. Если же он часто меняет средства рекламы и её содержательную часть, появляется прекрасный шанс для продвижения привлекательного товарного предложения для потребителей организации.

в) Выборочный анализ конкурентов: как правило, анализ конкурентов можно разбить на два направления деятельности: рыночная эффективность и эффективность функционирования. К характеристике рыночной эффективности относятся такие показатели как доля рынка, относительная цена, относительное качество товаров, относительное качество обслуживания, количество посредников по их разновидностям, расходы на стимулирование продаж и рекламу от объёма продаж, коммерческие и

административные расходы от объёма продаж. Эффективность функционирования определяют такие специфические показатели как себестоимость реализованной продукции от объёма продаж, прямые расходы от объёма продаж, накладные расходы, рентабельность активов и продаж, оборачиваемость активов, дебиторская задолженность, объём продаж на одного работника [3].

г) Сравнение с лидером: для существенного улучшения слабой конкурентоспособности и получения конкурентного преимущества компании нужно проводить сравнительный анализ эффективности результатов мирового класса (бенчмаркинг). Иногда фирме нужно выйти за рамки своей отрасли, чтобы сравнить собственную эффективность с другим бизнесом – признанным лидером в какой-нибудь иной сфере деятельности для улучшения её конкурентоспособности по отношению основным соперникам. Идея состоит в том, чтобы определить основную область своей конкурентной слабости, а затем провести сравнение с компанией из другой отрасли, которая признана мировым лидером в исследуемой сфере. Таким образом, любая компания может получить возможность доступа к основным методам, обеспечивающим лучшее практическое решение и такое развитие системы, при котором возникает потенциал для обретения превосходства над главными конкурентами [7].

Подводя определённый итог исследования, можно отметить следующее:

Анализ внешних источников конкурентоспособности региональной коммерческой организации проводится по двум направлениям, обобщающим группы факторов: отраслевые факторы и факторы конкурентной среды. При анализе отраслевых факторов такие характеристики, как возможность входа на рынок или ухода с него, количество товаров-заменителей, рыночная сила покупателей или продавцов, а также уровень конкуренции, влияют на потенциал получения прибыли. Когда общее влияние этих факторов становится благоприятным, потенциал прибыльности растёт. Чтобы добиться большего потенциала, компании следует провести соответствующую оценку. Анализ конкурентной среды является способом сбора воедино всех источников конкурентоспособности компании с целью уточнения соответствующей позиции её на данном рынке. Профильный портрет конкурента позволяет компании лучше понять собственные основные достоинства и недостатки.

Часто организация может не замечать некоторые основные слабости в своей структуре конкурентоспособности. Анализ отставания от конкурентов предназначен для их выявления. Часто анализ конкурентов вскрывает область слабости, которую необходимо глубже изучить. Бенчмаркинг – это процесс, в ходе которого компания

обычно выбирает лидера из другой сферы деятельности для сравнения. Исследуя бизнес мирового класса, компания получает возможность не только укрепить свои слабые области, но и выйти на такой уровень конкурентоспособности, который позволит ей получить преимущество над своими конкурентами.

Список литературы

1. Котлер, Ф. Маркетинг менеджмент [Текст] / Ф. Котлер — СПб.: Питер, 2002. — 496 с.
2. Портер, М. Конкурентное преимущество: как достичь высокого результата и обеспечить его устойчивость [Текст] / Майкл Е. Портер – М.: Альпина Бизнес Букс, 2005. – 715 с.
3. Бест, Р. Маркетинг от потребителя [Текст] / Р. Бест – М.: Манн, Иванов, Фербер, 2008. – 760 с.
4. Скуба Р.В. Экономика отраслевых рынков [Текст] / Р.В. Скуба – Владимир: ВлГУ, 2011 – 59 с.
5. Дойль, П. Маркетинг-менеджмент и стратегии: [Текст] / П. Дойль — СПб.: Питер, 2002. — 544 с.
6. О ‘Шонесси, Дж. Конкурентный маркетинг: стратегический подход [Текст] / Дж. О ‘Шонесси – СПб.: Питер, 2001. — 309 с.
7. Лапыгин, Ю.Н. Стратегический маркетинг в конкурентной борьбе. [Текст] / Ю.Н. Лапыгин, Р.В. Скуба – Владимир: ВлГУ, 2003. – 98 с.

**Исследование новых подходов управления персоналом как инструмента повышения
эффективности деятельности предприятия**

**The study of new approaches to personnel management as a tool to improve the efficiency
of the enterprise**



УДК 331.108.26

DOI 10.24411/2413-046X-2020-10534

Абрамова Лариса Сергеевна,

*кандидат экономических наук, доцент кафедры «Экономика предприятия»,
Севастопольский государственный университет, г. Севастополь*

Аблаев Ремзи Рустемович,

*кандидат экономических наук, доцент кафедры «Экономика предприятия»,
Севастопольский государственный университет, г. Севастополь*

Аблаев Алим Рустемович,

*кандидат технических наук, доцент кафедры «Энергоустановки морских судов и
сооружений», Севастопольский государственный университет, г. Севастополь*

Панфелюк Екатерина Александровна,

*специалист Дирекции программы развития, Севастопольский государственный
университет, г. Севастополь*

Abramova L.S.,

larisaabramova1407@mail.ru

Ablaev R.R.,

ablaev.expert@mail.ru

Ablaev A.R.,

alim_ablaev@mail.ru

Panfelyuk E.A.,

katya.panfelyuk@mail.ru

Аннотация. Современные условия ведения предпринимательской деятельности формируют острую потребность в поиске новых путей усиления конкурентных

преимуществ. На сегодняшний день именно человеческий капитал выступает необходимым инструментарием, позволяющим повышать качество продукции и ее конкурентоспособность. В современных условиях ни одна организация не может успешно функционировать, когда отсутствует эффективное управление, поэтому, можно утверждать, что, развивая и совершенствуя систему управления коллективом, можно сформировать основу успешного, стабильного предприятия. Поэтому предметом исследования выступает изучение новых подходов управления персоналом. Целью данного исследования является представление новых подходов управления, способствующих повышению эффективности деятельности предприятия. Новизна данного исследования заключается в представлении новых подходов управления персоналом в рамках банковского сектора. Подход к исследованию управления персоналом является междисциплинарным, само исследование было осуществлено с помощью метода дедукции. Результат исследования выражается в определении подходов управления персоналом для предприятий банковской сферы.

Summary. The current business environment is forcing organizations to find new ways to enhance their competitive advantage. Today, human capital is the tool that improve the quality of products and their competitiveness. In modern conditions, no organization can function successfully when there is no effective management, therefore, it can be argued that, by developing and improving the team management system, it is possible to form the basis of a successful, stable enterprise. Therefore, the subject of the study is the new approaches to personnel management. The aim of this study is to present new management approaches that contribute to improving the efficiency of the enterprise. The novelty of this study is the presentation of new approaches to personnel management within the banking sector. The approach to the study of personnel management is multidisciplinary, the study itself was carried out using the method of deduction. The result of the study is expressed in the definition of personnel management approaches for enterprises in the banking sector.

Ключевые слова: эффективность, персонал, человеческий капитал, управление, предприятие.

Key words: efficiency, staff, human capital, management, enterprise.

Введение. Фундаментальной и сложной категорией в экономической теории выступает эффективность осуществления хозяйственных мероприятий и эффективность деятельности предприятия в целом [1]. Значимость данной категории подтверждает тот факт, что одна из основных задач человека рискующего, то есть предпринимателя, является наилучшее удовлетворение безграничных потребностей человечества при

оптимальном использовании ограниченных ресурсов. Так, абстрактная категория эффективность отражает успешность функционирования предприятия. Как указывалось ранее, можно определять эффективность ведения бизнеса в целом, так и эффективность отдельного хозяйственного мероприятия. В качестве хозяйственного мероприятия могут выступать: инвестиционный проект, заключение коммерческой сделки, внедрение новой техники, социальные мероприятия, применение новых подходов к управлению персоналом. В определении понятия эффективности морфологическим признаком можно выделить результат. Исходя из этого, эффективность – есть конечный результат процесса оптимального использования ресурсов (материальных, финансовых, трудовых), то есть рассматривается не только корреляция результата с поставленными целями [2].

Современный мир и рыночные условия диктуют свои правила игры на деловом рынке. Если раньше, в процессе первоначального накопления капитала, протекавшего с конца XV по XVIII век, основной задачей предприятия и государства было накопление основного капитала, именно в этом определялся источник богатства и с этим связывался экономический рост, при этом роль труда была второстепенной, ей отводилась пассивная позиция. То необходимо понимать, что на современном этапе именно человеческий капитал является главным инструментом экономического роста [3]. Так, качество и эффективность использования основных ресурсов зависят от качества трудовых, человеческий капитал теперь принимает активную позицию, является центральным элементом производства [4].

Методы исследования. Объектом фокусирования настоящего исследования является персонал. Подход к исследованию этой категории является междисциплинарным, ведь такие науки, как экономика, юриспруденция, психология, медицина, социальная педагогика, а также учет этнических особенностей и принципов общего менеджмента, формируют принципы и методы исследования персонала. При этом, эмпирическое и теоретическое исследования выступают уровнями научного познания. Аспекты теоретического исследования управления персоналом были сформулированы с помощью метода дедукции, то есть перехода от общего к частному, посредством использования общих положений.

Вышеуказанное обуславливает то, что такой кластер познания в науке, как управление персоналом, является предметом разработки специфической научной теории, которая фокусируется на значимости этого процесса для развития предприятия.

Результаты. Повышение эффективности деятельности предприятия, в частности, рост финансовых показателей интересует не только собственников капитала, а также менеджеров, управляющих имуществом компании, и работников предприятия [5].

Убедительным выступает утверждение, что на сегодняшний день ни одна организация не может достичь успеха, исключив необходимость эффективного менеджмента, поэтому развитие и совершенствование управленческой парадигмы выступило важным условием успешного, стабильного функционирования предприятия. Ни одна предпринимательская структура не может достигнуть намеченных целей в условиях отсутствия компетентного и квалифицированного персонала, который будет заинтересован в результатах своего труда. Так, главная ценность предприятия – трудовые ресурсы, от деятельности которых зависят развитие организации, рабочий процесс и, в конечном счете, прибыль [6].

В первую очередь, на каждом предприятии должна присутствовать система дифференциации труда, то есть происходить процесс оценки сотрудника и определение эффективности выполнения каждым сотрудником своих должностных обязанностей [7]. Данная система повышает эффективность управления кадрами предприятия посредством:

- положительного влияния на мотивацию: возможность получения более высокой заработной платы и возможность карьерного роста влияют на эффективность работы сотрудников;
- планирования профессионального обучения: оценивая персонал, можно выявить недостатки, слабые места сотрудника и определить пути и мероприятия повышения квалификационного уровня сотрудников;
- принятия менеджментом решений о продвижении, вознаграждении, увольнении сотрудника.

Самым распространенным методом оценки персонала является аттестация. Данный метод является архаичным и известным. Важно исследовать новые методы управления персоналом в рамках условий, где конкурентоспособность играет важную роль и требует новых методов и подходов.

Неудовлетворенность предприятий архаичными методами управления персоналом привели их к поиску нетрадиционных методов оценки сотрудников. Выделим основные черты нетрадиционных методов: во-первых, основной единицей организации выступает рабочая группа, а именно подразделение, бригада, временный коллектив и т.д., то есть работника оценивают его коллеги, и рассматривается его способность работать в команде; во-вторых, каждый отдельный сотрудник и рабочая группа оцениваются в условиях учета результатов всей организации; последним можно выделить фокусирование внимания не

столько на успешное выполнение оговоренных функций, сколько способность сотрудника обучаться, развиваться, профессионально расти, а также осваивать новые навыки и профессии.

Далее рассмотрим современные принципы, методы и подходы к управлению персоналом.

«Reward strategy» как способ повысить систему эффективности вознаграждения и оптимизации ФОТ (фонда оплаты труда): другими словами, это стратегия совокупных доходов, когда суммируются финансовые и нефинансовые доходы сотрудника, получаемые на предприятии. Данная стратегия состоит из следующих элементов: статичная часть или, как ее еще называют, базовая и непостоянная, переменная часть (вознаграждения, премии). Также в состав совокупных доходов включают нематериальные доходы и доплаты, надбавки, пакеты льгот – все это называют «бенефиты» [8]. Отметим, применение данной стратегии возможно при условии ее соответствия целям организации, а также, что важно, стратегия должна способствовать достижению этих целей.

Приведем пример, выделив важную HR-цель (где HR значит сектор работы по подбору и управлению персоналом), а именно, привлечение и удержание сотрудников, обладающих высокими профессиональными способностями, понимаем, что система оплаты труда в рамках данной цели должна быть такой, в которую входит система квалификационных уровней, при этом система должна быть четкой и прозрачной. Каждый сотрудник должен ясно понимать, что организация квалифицированный труд материально оценивает выше, ценит профессионализм и компетентность. При этом молодые сотрудники должны понимать, что они имеют возможность профессионального роста. Все это приводит к повышению постоянства кадров.

Когда у организации стоит цель повысить результативность сотрудников посредством системы оплаты труда, то целесообразным будет следующее действие – использование KPI (ключевые показатели эффективности). KPI – это показатели деятельности предприятия (подразделения), выраженные в числовом измерении, помогающие предприятию достигать целей своей деятельности или оптимальности процесса: результативности и эффективности. Метод KPI является методом целевого управления и заключается в том, что целевые показатели закрепляются за руководителями подразделений или конкретными должностными лицами, а также отметим, что за выполнение целевых показателей сотрудники отвечают своей переменной частью

заработной платы. Так, организация может достичь поставленных целей, если все сотрудники компании будут достигать очерченных целей [9].

Когда компания планирует достичь такую цель, как рост собственной аттрактивности на рынке труда, тогда можно дополнить существующую систему оплаты труда, так называемыми «бенефитами», – льготами.

Так, когда организация разрабатывает «Reward Strategy» или стратегию совокупных доходов, она должна ответить на ряд вопросов, а именно: какие цели системы оплаты труда определяет организация; каким образом определять уровень заработной платы, учитывая рыночные условия и возможности предприятия; необходимо ли вознаграждать сотрудников, как за коллективные, так и за индивидуальные результаты; от чего зависит значение вознаграждения сотрудника (результативность, компетенция сотрудника, вклад в работу); насколько прозрачна информация о системе оплаты труда для сотрудников [10].

Одним из новых и нестандартных методов оценки персонала считается «360 градусов». Суть данной оценки отражается в названии метода и характеризуется всесторонней оценкой [11]. Сотрудник оценивается своим руководителем, коллегами, которые равны ему по рангу, и подчиненными, если таковые имеются. Сотрудника могут оценить клиенты, а также он сам себя.

Одним из нетрадиционных способов управления персоналом, который ведет к дискуссиям, является метод, который носит следующее название – метод работы на пределе возможностей. Есть мнения, что трудовая деятельность, которая реализуется на пределе временных и человеческих ресурсов, дает крайне положительные результаты. Так, перед сотрудником ставят некую сложно достигаемую задачу, это позволяет ему раскрыться и показать весь свой потенциал, что, в свою очередь, способствует росту потенциала предприятия. Как правило, персонал в таких организациях более мотивирован.

Необходимо также отметить метод «сверхквалифицированного сотрудника», в котором знания являются главной ценностью, а основным принципом является инвестирование в обучение и повышение квалификации сотрудников.

Основной посыл всех современных, нетрадиционных методов оценки персонала – это определение его потенциала, способности к профессиональному росту, а не определение эффективности работы в рамках занимаемой должности.

Проводя анализ систем управления персоналом на предприятии логично было бы рассмотреть их виды на примере конкретной сферы деятельности, например банковского сектора.

На сегодняшний день руководитель такой организации, как банк, должен являться большим профессионалом, и при этом обладать новым уровнем мышления, активно комбинировать в себе требовательность, готовность к риску и, что является важнейшим навыком, принимать на себя полную ответственность за итоговый результат деятельности предприятий банковской сферы. Важно отметить, что если руководство банка сосредотачивает свое внимание только на финансовых ресурсах, то этого крайне недостаточно для поддержания успешности введения бизнеса в банковском кластере.

Основная ценность банковского сектора – это люди, так как они находятся в центре деятельности данной сферы. Сотрудник банка в рамках видения клиента и есть сам банк. Поэтому эффективное и грамотное управление персоналом способствует тому, что имеющиеся навыки, способности и компетенции сотрудников позволяют повысить лояльность клиентов, создать положительный имидж банка, решать все возникающие проблемы. Рассмотрим основные подходы в управлении персоналом банка:

- в первую очередь, банк – это сильная команда, так как общий результат зависит от действий каждого сотрудника. Руководитель в своем коллективе должен создать атмосферу поддержки, взаимопомощи и заинтересованности в общем результате. При этом в каждом офисе или филиале должна соблюдаться корпоративная этика. Ведь это способствует формированию положительного имиджа в видении клиента, что является одной из основных целей банковской организации. Поэтому применение методов тимбилдинга крайне важны и актуальны;
- сотрудник банка каждый день сталкивается с большим количеством людей, у которых разные настроения, цели, настроения (иногда негативные и агрессивные). При этом руководитель должен обеспечить уверенность сотрудника в том, что в случае нестандартной, конфликтной и негативной ситуации он будет защищен;
- возможность карьерного роста: необходимо создать условия для продвижения сотрудника, наиболее эффективный руководитель банка – человек, которые прошел все ступени данной сферы и знает все тонкости. Так, например, периодически региональные менеджеры некоторых банков оценивают работу сотрудников в офисе, ведут с ними разговоры о возможности роста;
- система оплаты труда: должна включать, помимо некоего базиса, возможности для получения дополнительных денежных средств, а именно это выплаты премий за выполнение и перевыполнение поставленных планов, за получение многочисленных положительных отзывов от клиентов, за продажу комиссионных продуктов;

- наличие льгот и всевозможных поощрений: предоставление сотрудникам кредитов под более низкий процент, оплата путевок в санаторно-курортные места и тому подобное способствуют тому, что сотрудник не думает о смене места работы, для него созданы все условия для комфортного существования и осуществления трудовой деятельности;
- профессиональное обучение сотрудников: персонал банка должен у клиентов вызывать доверие, что возможно посредством обучения, получения новых знаний, личностного роста.

Представим подходы в управлении персоналом банка на рисунке 1.

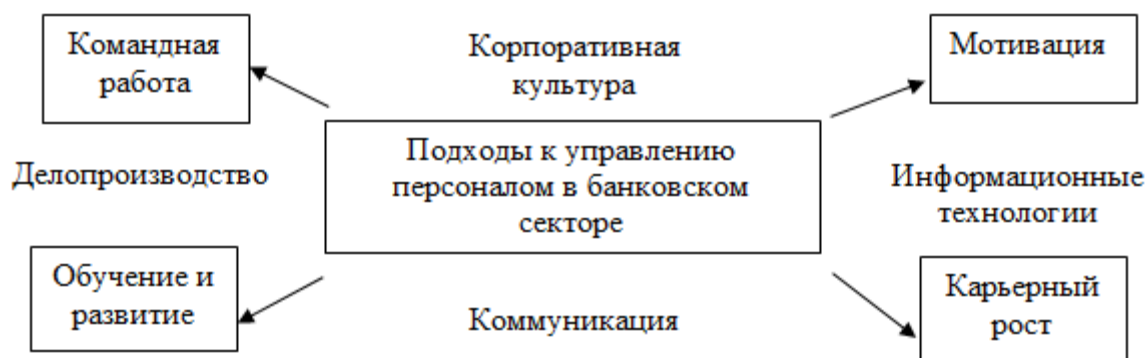


Рисунок 1. Подходы к управлению персоналом

Эффективная система менеджмента в банковской сфере должна быть адаптивной к изменениям, происходящим внешне и внутри среды (при этом отметим, что изменяется среда крайне динамично), то есть ввод, изменение и удаление функций системы управления персоналом, перераспределение функций сотрудников кадровой службы не должны приводить к формированию новых сложностей на предприятии [12].

Выводы. Результаты вышеприведенного исследования позволяют обосновано заключить, что системное и грамотное управление персоналом, на основании использования современных методов управления с учетом специфики деятельности организации, способствует развитию и росту потенциала предприятия, что, несомненно, приведет к повышению эффективности деятельности предприятия в целом, поскольку от качества использования трудовых ресурсов зависит эффективность использования иных видов ресурсов, таких как материальные и финансовые.

Приведенный анализ показал, что в настоящее время существует множество методов и подходов к управлению персоналом на предприятии, которые учитывают психологию труда работника. Однако, перед внедрением того либо иного подхода к управлению персоналом на предприятии, необходимо провести их подробный анализ на соответствие конкретным целям предприятия, выбора соответствующей целевой функции оптимизации

труда на предприятии, с последующей ее адаптацией, с учетом специфики деятельности организации и его территориального расположения.

В качестве перспектив дальнейших исследований предлагается выбрать и обосновать конкретную модель управления персоналом филиала банка ПАО РНКБ в г. Севастополе.

Список литературы

1. Абрамова Л.С. Повышение эффективности деятельности предприятий в современных условиях хозяйствования / Л.С. Абрамова, К.В. Сович // Развитие методологии современной экономической науки и менеджмента: Материалы I Междисциплинарной Всероссийской научно-практической конференции, г. Севастополь, 4-5 мая 2017 г. [Электронный ресурс] — Севастополь: СевГУ, 2017 г.- С. 328-335.
2. Аблаев А.Р. Критерии эффективности оборудования (элементов систем) // Фундаментальные и прикладные проблемы техники и технологии. 2019. № 4-1 (336). С. 59-65.
3. Аблаев Р.Р. Конкурентоспособность авторемонтного предприятия и специфика факторов ее оценки // Р.Р. Аблаев, А.М. Колесников, А.А. Макаров, Ю.И. Михайлов// Дискурс. 2018. -№ 3. — С. 71-79/
4. Человеческий капитал – важнейший фактор экономического роста URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/chelovecheskiy-kapital-vazhneyshiy-faktor> (дата обращения: 01.12.2019).
5. Миненко Н.В. Эффективность технологий управления персоналом. Белгород: система «Пегас» НИУ «БелГУ», 2016. – 52 с.
6. Капченко Р.Л. Рескилинг профессиональных кадров Крыма // Р.Л. Капченко, Р.Р. Аблаев, Д.А. Лощинин, А.А. Никонова // [Проблемы научной мысли](#). — 2019. — Т.3. — №1. — С. 25-27. — URL: <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=37844776> (дата обращения 26.07.2020).
7. Ломаченко Т. И. Диагностика устойчивого развития автотранспортных предприятий / Т.И. Ломаченко, Т.А. Кокодей, Р.Р. Аблаев, А.М. Колесников // [Вестник Тихоокеанского государственного университета](#). — 2018. — № 4 (51). — С. 97-108. — URL: https://elibrary.ru/download/elibrary_37018054_36310555.pdf (дата обращения: 26.07.2020).
8. What is Reward Strategy? URL: <https://rewardsconsulting.co.uk/Articles/what-is-reward-strategy> (дата обращения: 26.07.2020).
9. Панфелюк Е.А., Мороз Ю.А. КРІ как инструмент повышения эффективности управления персоналом Экономика 2020: Актуальные вопросы и современные аспекты:

сборник статей Международной научно-практической конференции. – Пенза: МЦНС «Наука и Просвещение». – 2020. – 244 с.

10. Ветлужских Е., Ларина А., Петренко Т., Романова А Как разработать эффективную систему оплаты труда: Примеры из практики российских компаний. – М.:«Альпина Паблишер», 2016. – 201 с.

11. Толочек В.А. Психология труда: Учебное пособие. — 3-е изд., доп. — СПб.: Питер, 2020. — 480 с.

12. Чивилева Е.А., Николаева Г.Н. Особенности модели эффективной системы управления персоналом в банковском учреждении// Экономические исследования и разработки. 2020. № 1. С. 61-69.

References

1. Abramova L.S. Povyshenie effektivnosti deyatel'nosti predpriyatij v sovremennyh usloviyah hozyajstvovaniya / L.S. Abramova, K.V. Sovich // Razvitie metodologii sovremennoj ekonomicheskoy nauki i menedzhmenta: Materialy I Mezhdisciplinarnoj Vserossijskoj nauchno-prakticheskoy konferencii, g. Sevastopol', 4-5 maya 2017 g. — Sevastopol': SevGU, 2017. (In Russ.)

2. Ablaev A.R. Kriterii effektivnosti oborudovaniya (elementov sistem) // Fundamental'nye i prikladnye problemy tekhniki i tekhnologii. 2019. № 4-1 (336). (In Russ.)

3. Ablaev R.R. Konkurentosposobnost' avtoremontnogo predpriyatiya i specifika faktorov ee ocenki // R.R. Ablaev, A.M. Kolesnikov, A.A. Makarov, YU.I. Mihajlov// Diskurs. 2018. (In Russ.)

4. CHelovecheskij kapital – vazhnejshij faktor ekonomicheskogo rosta URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/chelovecheskiy-kapital-vazhneyshiy-faktor>. (In Russ.)

5. Minenko N.V. Effektivnost' tekhnologij upravleniya personalom. Belgorod: sistema «Pegas» NIU «BelGU», 2016. (In Russ.)

6. Kapchenko R.L. Reskilling professional'nyh kadrov Kryma // R.L. Kapchenko, R.R. Ablaev, D.A. Loshchinin, A.A. Nikonova // Problemy nauchnoj mysli. — 2019. — T.3. — №1. (In Russ.)

7. Lomachenko T. I. Diagnostika ustojchivogo razvitiya avtotransportnyh predpriyatij / T.I. Lomachenko, T.A. Kokodej, R.R. Ablaev, A.M. Kolesnikov // Vestnik Tihookeanskogo gosudarstvennogo universiteta. — 2018. — № 4 (51). (In Russ.)

8. What is Reward Strategy? URL: <https://rewardsconsulting.co.uk/Articles/what-is-reward-strategy>.

9. Panfelyuk E.A., Moroz YU.A. KPI kak instrument povysheniya effektivnosti upravleniya personalom *Ekonomika 2020: Aktual'nye voprosy i sovremennye aspekty: sbornik statej Mezhdunarodnoj nauchno-prakticheskoy konferencii.* – Penza: MCNS «Nauka i Prosveshchenie». – 2020. (In Russ.)
10. Vetluzhskih E., Larina A., Petrenko T., Romanova A. *Kak razrabotat' effektivnuyu sistemu oplaty truda: Primery iz praktiki rossijskih kompanij.* – M.: «Al'pina Pabliher», 2016. (In Russ.)
11. Tolocek V.A. *Psihologiya truda: Uchebnoe posobie.* — 3-e izd., dop. — SPb.: Piter, 2020. (In Russ.)
12. CHivileva E.A., Nikolaeva G.N. *Osobennosti modeli effektivnoj sistemy upravleniya personalom v bankovskom uchrezhdenii// Ekonomicheskie issledovaniya i razrabotki. 2020. № 1.* (In Russ.)