

**МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ
ДОНЕЦКОЙ НАРОДНОЙ РЕСПУБЛИКИ**

**ГО ВПО «ДОНЕЦКИЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
ЭКОНОМИКИ И ТОРГОВЛИ
ИМЕНИ МИХАИЛА ТУГАН-БАРАНОВСКОГО»**

ТОРГОВЛЯ И РЫНОК

НАУЧНЫЙ ЖУРНАЛ

**ВЫПУСК 3 (47)
ТОМ I**

ДОНЕЦК - 2018

УДК 339
ББК 65.422

Коллектив авторов

Торговля и рынок: научный журнал, выпуск № 3'(47), том 1, 2018 / Главный редактор Е.М. Азарян. – Донецк: ГО ВПО «Донецкий национальный университет экономики и торговли имени Михаила Туган-Барановского», 2018. – 235 с.

Основан в 1994 году

Выходит четыре раза в год

Научный журнал «Торговля и рынок» ГО ВПО «Донецкий национальный университет экономики и торговли имени Михаила Туган-Барановского» рассчитан на научных и практических работников, руководителей торговых и других отраслевых предприятий, преподавателей высшей школы, аспирантов, магистрантов, студентов.

В научном журнале «Торговля и рынок» рассматриваются вопросы современной стратегии реформ в торговле, стабилизации экономики в отрасли и восстановления экономического роста и улучшения на этой основе благосостояния людей. Освещаются актуальные вопросы высшей школы, предпринимательства, менеджмента, маркетинга, экономики торговли и услуг, рассматриваются проблемы финансов, бухгалтерского учета, анализа и контроля, а также актуальных аспектов инвестиционной деятельности.

РЕДАКЦИОННАЯ КОЛЛЕГИЯ

Азарян Е.М., д-р экон. наук, профессор,
главный редактор

Малыгина В.Д., д-р экон. наук, профессор,
зам. главного редактора

Омельянович Л.А., д-р экон. наук,
профессор

Балабанова Л.В., д-р экон. наук, профессор

Бакунов А.А., канд. экон. наук, профессор

Возиянова Н.Ю., д-р экон. наук, доцент

Петренко С.Н., д-р экон. наук, профессор

Сардак Е.В., д-р экон. наук, доцент

Сименко И.В., д-р экон. наук, профессор

Фомина М.В., д-р экон. наук, профессор

Шепеленко О.В., д-р экон. наук, профессор

Максимова Т.С., д-р экон. наук, профессор

Курочкина А.А., д-р экон. наук, профессор

Иванова Т.Л. канд. экон. наук, доцент, профессор

Породина Л.В., канд. экон. наук, доцент, отв. секр.

Федоркина И.А., канд. экон. наук, доцент, тех.
секр.

Научный журнал «Торговля и рынок» ГО ВПО «Донецкий национальный университет экономики и торговли имени Михаила Туган-Барановского» включен в перечень рецензируемых научных изданий Высшей аттестационной комиссии Донецкой Народной Республики как специализированное издание, публикующее научные результаты диссертаций на соискание ученой степени кандидата и доктора экономических наук (Приказ №1134 от 01.11.2016 г.).

Научный журнал «Торговля и рынок» ГО ВПО «Донецкий национальный университет экономики и торговли имени Михаила Туган-Барановского» включен в цитируемую базу данных «Российский индекс научного цитирования» (РИНЦ) и в Международную наукометрическую базу Index Copernicus Journals Master List.

Научный журнал «Торговля и рынок» рекомендован к печати Ученым Советом ГО ВПО «Донецкий национальный университет экономики и торговли имени Михаила Туган-Барановского» (протокол № 3 от 31.10.2018 г.).

Тексты статей представлены в авторской редакции. Авторы несут полную ответственность за содержание публикаций и точность приведенных фактов, цитат, собственных имен и других сведений.

ISSN 2079-4762

© ГО ВПО «Донецкий национальный университет экономики и торговли имени Михаила Туган-Барановского», 2018 г.

СОДЕРЖАНИЕ

ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВО, МЕНЕДЖМЕНТ, МАРКЕТИНГ	
Азарян Е.М., Ярковенко Д.А. Формирование системы агромаркетинга в современных условиях	6
Ангелина И.А., Мусацкая Я.С. Сущность и особенности стратегического планирования на предприятии	11
Бабкин Д.А., Сергеева А.В., Кожухова А.В. Комплексная оценка собственного риска предприятия на основе критериев эффективности и финансовой устойчивости	18
Бобков Д.И. Научно-теоретическая траектория анализа сущности понятий в области формирования организационно-экономического механизма развития вендинговой торговли	26
Бондаренко И.С., Федоркина И.А., Захарецкий К.А. Ценообразование на рынке топлива Российской Федерации	39
Климов К.Г. Обеспечение инновационного процесса в производстве на основе маркетингового подхода	46
Локтев Э.М., Саркисян Л.Г., Азарян А.А. Влияние ассортимента товаров и качества обслуживания на формирование доходов предприятия на рынке автохимии	61
Малыгина В.Д., Антошина К.А. Контент-анализ инклюзии	66
Припотень В.Ю. Социальный бизнес в условиях развития социального предпринимательства	77
Припотень В.Ю., Коцалап С.А. Особенности управления системами по распределению товаров аптечных сетей	86
Шабалина Л.В., Черноиваненко А.В. Тенденции развития российского рынка информационно-коммуникационных технологий в условиях цифровизации	93
Шабалина Л.В., Подустова К.С. Основные тенденции Российского фармацевтического рынка	101
Ульяницкая О.В. Предметная область теоретико-множественных моделей экономической безопасности	111

Шевченко М.Н., Колтакова Г.В. Выбор стратегии управления конкурентоспособностью предприятия на продовольственном рынке	119
Стадник А.С. Инструментарное обеспечение механизма функционирования современного рынка продовольствия	124
Яковлева Ю.К., Гончаров С.П. Классификация видов и форм предпринимательской деятельности в сфере юридических услуг	133
ЭКОНОМИКА ТОРГОВЛИ И УСЛУГ	
Заремба П.А., Охременко С.И. Аутсорсинг в гостинично-ресторанной сфере	142
Заремба В.П. Разработка стратегии развития гостиницы «Шафран» 3* в г. Донецке	154
Китаева А.Г. К вопросу о сущности информационного обеспечения регулирования предпринимательской деятельности	162
Тисунова В.Н., Кучмистая О.Г. Закупочная стратегия как конкурентное преимущество в работе распределительной системы аптечных сетей	171
ФИНАНСЫ И ИНВЕСТИЦИИ	
Грицак Е.В., Гайдук Е.С. Оценка качества розничного кредитного портфеля банка	180
Довгань А.С. Методические основы управления покупательной способностью финансовых средств	189
Жильцова К.И. Предпосылки развития финансового потенциала Донбасса	199
Никитина И.П. Международный опыт развития банковских систем	206
Орлова В.А., Мелентьева О.В. Тенденции развития налоговой системы в условиях совершенствования налогового прогнозирования и планирования	214
БУХГАЛТЕРСКИЙ УЧЕТ, АНАЛИЗ И КОНТРОЛЬ	
Петрушевский Ю.Л. Становление и развитие социальной ответственности бизнеса в современной экономике	220
Федченко Т.В., Головченко Н.В. Научно-методические подходы к усовершенствованию государственного аудита эффективности	228

CONTENT

USINESS, MANAGEMENT, MARKETING	
Azaryan H.M., Yarkovenko D.A. Formation of agromarketing system in modern conditions	6
Angelina I.A., Musatskaya Y.S. The essence and features of strategic planning in the enterprise	11
Babkin D.A., Sergeeva A.V., Kozhukhova A.V. Comprehensive assessment of the company's own risk based on the criteria of efficiency and financial sustainability	18
Bobkov D.I. Scientific-theoretical trajectory of the analysis of the essence of the concepts in the field of formation of the organizational and economic mechanism for the development of vending trade	26
Bondarenko I.S., Fedorkina I.A., Zakharetsky K.A. Pricing in the fuel market of the Russian Federation	39
Klimov K.G. Ensuring the innovation process in production based on a marketing approach	46
Loktev E.M. Sargsyan L.G. Azaryan A.A. Influence of the range of goods and quality of service on the formation of enterprise income in the market of auto chemistry	61
Malygina V.D., Antoshina K.A. Inclusion Content analysis	66
Pripoten V.Yu. Social business in the development of social entrepreneurship	77
Pripoten V.Yu., Kotsalap S.A. Features management systems for the distribution of goods pharmacy chains	86
Shabalina L.V., Chernoiivanenko A.V. Development trends of the Russian market of information and communication technologies in the conditions of digitalization	93
Shabalina L.V., Podustova K.S. The main trends of the Russian pharmaceutical market	101
Uljanitskaya O.V. Subject area of set-theoretic models of economic security	111
Shevchenko M.N., Koltakova G.V. The choice of strategy for managing the competitiveness of enterprises in the food market	119
Stadnik A.S. Instrumental support of the functioning mechanism of the modern food market	124

Yakovleva Yu.K., Goncharov S.P. Classification of types and forms of business activities in the field of legal services	133
ECONOMICS OF TRADE AND SERVICES	
Zaremba P.A., Okhmenko S.I. Outsourcing in the hotel and restaurant industry	142
Zaremba V.P. Development of the development strategy of the hotel «Shafran» 3 * in the city of Donetsk	154
Kitaeva A.G. On the issue of the essence of information support for business regulation	162
Tisunova V.N., Kuchmistaya O.G. Purchasing strategy as a competitive advantage in the distribution system of pharmacy chains	171
FINANCES AND INVESTMENTS	
Gritsak E.V., Gaiduk E.S. Evaluation of the quality of the retail loan portfolio of the bank	180
Dovgan A.S. Methodical foundations of financial purchasing power management	189
Zhiltsova K.I. Prerequisites for the development of the financial potential of Donbas's	199
Nikitina I.P. International experience in the development of banking systems	206
Orlova V.A., Melentyeva O.V. Trends in the development of the tax system in terms of improving tax forecasting and planning	214
ACCOUNTING, ANALYSIS AND CONTROL	
Petrushevsky Yu.L. Formation and development of social responsibility of business in the modern economy	220
Fedchenko TV, Golovchenko N.V. Scientific and methodological approaches to the improvement of state efficiency audit	228

ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВО, МЕНЕДЖМЕНТ, МАРКЕТИНГ

УДК 339.138

ФОРМИРОВАНИЕ СИСТЕМЫ АГРОМАРКЕТИНГА В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ

Е.М. Азарян,
д-р экон. наук, профессор,
Д.А. Ярковенко, аспирант

ГО ВПО «Донецкий национальный
университет экономики и торговли имени
Михаила Туган-Барановского», г. Донецк,
ДНР, e-mail: ydaam2018@gmail.com

THE FORMATION OF A SYSTEM OF AGROMARKETING IN MODERN CONDITIONS

H.M. Azaryan,
is the Doctor of Economics,
is Professor,
D.A. Jarkovenko,
is the graduate student

SO HPE «Donetsk National University of
Economics and Trade named after Mykhayil
Tugan-Baranovsky», Donetsk, DPR,
e-mail: ydaam2018@gmail.com

Реферат

Цель. Целью статьи является анализ особенностей формирования системы агромаркетинга в современных условиях.

Методика. В процессе исследования использованы методы теоретического обобщения и сравнения, анализа и синтеза.

Результаты. Изучены теоретические аспекты формирования системы агромаркетинга, условия развития агропромышленного комплекса, состояние агропромышленного комплекса Донецкой Народной Республики и условия применения агромаркетинга в сфере деятельности сельскохозяйственных предприятий; выявлены актуальные агромаркетинговые проблемы в современных условиях развития продовольственного потенциала ДНР.

Научная новизна. Разработаны практические рекомендации по формированию и использованию агромаркетинга в условиях развития агропромышленного комплекса в Донецкой Народной Республике.

Практическая значимость. Определены важные маркетинговые проблемы в агропромышленном комплексе, требующие первоочередного решения со стороны государственных органов, министерств и руководства, а также разработаны основные правила управления агромаркетингом с целью обеспечения продовольственной безопасности территории и населения Республики.

Ключевые слова: *система агромаркетинга, продовольственная безопасность, экономический потенциал, агропромышленный комплекс,*

маркетинг, конкурентоспособность, стратегия развития, маркетинговые службы.

Постановка проблемы и ее связь с важными научными и практическими задачами. В современных условиях формирование агромаркетинга происходит под влиянием специфических факторов, обусловленных политическим и экономическим положением в Донецкой Народной Республике, а также существенными проблемами в агропромышленном комплексе.

Детального изучения требуют такие направления в деятельности АПК, основанные на специальных методах и приемах агромаркетинга, как: систематическое использование инновационных технологий в производстве сельхозпродукции; диверсификация производства сельскохозяйственной продукции; формирование системы хранения, переработки, реализации в максимально сжатые сроки всех видов сельхозпродукции и товаров; применение биотехнологий в производстве продукции сельского хозяйства; поиск новых рынков сбыта продукции АПК.

Анализ последних исследований и публикаций. Актуальным вопросом, связанным с повышением эффективности деятельности агропромышленного комплекса, является изучение особенностей формирования системы агромаркетинга в современных условиях. В исследованиях ученых, таких как: И.А. Минаков, Л.А. Сабетова, Н.И. Куликов, В.А. Добрынина, Г.А. Ораевская, Ю.А. Цыпкина освещены проблемы агромаркетинга и предложенный авторами комплекс мероприятий по их решению.

Однако, учитывая большое количество публикаций, требует дальнейшего изучения теоретические, методологические и практические аспекты формирования маркетинговых систем потому, что в аграрном секторе экономики традиционно сложно осуществляются антикризисные программы и нет должной оценки влияния структурных преобразований в АПК на маркетинговую деятельность предприятий.

Изложение основного материала исследования. Агропромышленный комплекс Донецкой Народной Республики развивается в условиях политической и экономической нестабильности. Отсутствие и недоработка по отдельным направлениям и отраслям хозяйствования полного пакета нормативно-правовой базы тормозит развитие АПК. В результате наблюдается потеря рынков сбыта и снижение плановых поставок.

В условиях развития АПК и организации процессов воспроизводства предприятий этой сферы хозяйствования необходимо изучение маркетинговых процессов, то есть агромаркетинга [1].

Эффективное управление агромаркетингом требует выполнения следующих правил:

определение целеполагания в системе агромаркетинга для оптимального взаимодействия продовольственного рынка с производственным, сбытовым и

сервисным потенциалом сельскохозяйственных предприятий на основе разработки прогноза тенденций развития маркетинговой среды;

формирование плана мероприятий маркетинга и эффективной их реализации для достижения указанных маркетинговых целей (проведение эффективной рекламной кампании, повышение качества обслуживания и уровня сервиса, доступность в приобретении продукции сельского хозяйства и т.д.).

Деятельность агропромышленного комплекса должна строиться на основе рационально и правильно сформированной системы агромаркетинга, главной целью которой является организация продовольственной безопасности населения Республики, удовлетворение его потребностей в различных продуктах питания в необходимых объемах и ассортименте.

Основная цель функционирования агропромышленного комплекса и развития экономической политики Республики заключается в обеспечении продовольственной безопасности государства. Это то направление государственной политики, которое однозначно будет способствовать развитию национальной продовольственной системы, а также требует систематического совершенствования в результате непрерывного взаимодействия АПК и государства [3].

Ключевой проблемой развития агропромышленного комплекса ДНР, выявленной при проведении систематического и системного анализа сельскохозяйственной отрасли, является низкий уровень производства продукции по отдельным группам продовольственных товаров и сельхозпродукции, которые социально значимы для населения Донецкой Народной Республики и поэтому требуют увеличения производства.

Органы государственной власти подчеркивают, что разработка действенной государственной политики в сфере АПК, формирование стратегии развития в виде комплекса мероприятий, способствующих развитию сельского хозяйства, – это элементы системы государственного стратегического управления, которая заслуживает профессионального подхода и является сверхважной задачей в развитии экономического потенциала ДНР [3].

Формирование стратегии развития АПК ДНР будет способствовать решению актуальных государственных вопросов развития социально-экономического потенциала Донецкой Народной Республики, а именно:

реконструкция имеющегося производственного потенциала АПК;

использование инновационных технологий при создании условий доступности услуг торговли всем слоям населения, в том числе социально защищенным;

проведение уже традиционных ярмарок на территории Донецкой Народной Республики с привлечением расширенного списка партнеров из Луганской Народной Республики и ближнего зарубежья [3, с. 375].

Несмотря на наметившиеся тенденции постоянного прироста основных видов продукции в отраслях сельского хозяйства ДНР, уровень

самообеспеченности остается низким и не достигает принятого в мировой практике показателя продовольственной безопасности в 80% (см. рисунок) [4].

Недостающие объемы сельскохозяйственной продукции импортируются. Так, за 11 месяцев 2017 г. было импортировано: овощей – до 127,45 тыс. т, молока – 42 тыс. т, мяса говядины – 540 т, мяса свинины – 7,4 тыс. т, мяса курицы – 34 тыс. т, яйцо куриное – 110 млн. шт. [5].

Эффективность системы агромаркетинга в сфере агропромышленного производства может быть достигнута путем формирования рационального, сбалансированного функционирования инфраструктурного обеспечения данной системы и полного взаимодействия взаимосвязанных институтов и институциональной среды агропромышленного комплекса.



Рисунок 1 – Самообеспеченность Донецкой Народной Республики видами сельскохозяйственной продукции, %

Реализация практических предложений по формированию и развитию агромаркетинговых систем в Донецкой Народной Республике является важным вектором развития агромаркетинга, который будет способствовать более динамичному и результативному формированию агромаркетинговых систем и посредством этого оказывать эффективное воздействие на стабилизацию деятельности агропромышленного комплекса Донбасса в целом.

Таким образом, для развития отрасли сельского хозяйства требуется создание научно-технического потенциала, разработка прогрессивных технологических систем, а также обеспечение предприятий высококвалифицированными кадрами.

Возможные пути решения изложенных проблем могут быть представлены в виде системы стратегических изменений, которые составляют основу и определяют вектор стратегического развития предприятий АПК Донецкой Народной Республики. Формирование системы стратегических изменений подразумевает наличие определенных внутренних и внешних возможностей их реализации.

В кризисных условиях становления экономики ДНР внутренние возможности предприятий АПК весьма ограничены. Поэтому одним из

перспективных направлений стратегического развития предприятий Республики является установление долгосрочных устойчивых экономических связей с зарубежными партнерами. В данном случае такие партнерские взаимоотношения рассматриваются как определенный формат взаимодействия двух или нескольких сторон для достижения ими стратегических целей, предусматривающий создание совместной ценности и получение синергического эффекта.

Выводы и перспективы дальнейших исследований. В процессе исследования формирования и совершенствования системы агромаркетинга в современных условиях его реформирования определены важные маркетинговые проблемы в агропромышленном комплексе, требующие первоочередного решения со стороны государственных органов, министерств и руководства; разработаны основные правила управления агромаркетингом с целью обеспечения продовольственной безопасности территории и населения Республики.

Перспективами дальнейших научных исследований является изучение аграрного рынка и АПК в целом, прогнозирование его динамики, формирование спроса на продукцию данного рынка и стимулирование их распределения, изучение особенностей маркетинговых процессов воспроизводства предприятий АПК, использования агромаркетинга в системе управления предприятиями АПК.

Список литературы

1. Экономика сельского хозяйства/ И.А. Минаков, Л.А. Сабетова, Н.И. Куликов и др.; Под ред. И.А. Минакова. - М.: КолосС, 2003. - 328с.
2. Азарян Е.М., Ярковенко Д.А. Агромаркетинговая информация в системе агросервиса // Экономика Донбасса: историческая проекция и траектория развития: Материалы I-й Международной научно-практической конференции. – Донецк, ГО ВПО «ДонНУЭТ имени Михаила Туган-Барановского», 2018. – 461 с. – С. 374-377
3. Министерство агропромышленной политики и продовольствия Донецкой Народной Республики [Электронный ресурс]: <http://mcxdnr.ru/about-ministry>
4. Экономика Донецкой Народной Республики: состояние, проблемы, пути решения: научный доклад / коллектив авторов ГУ «Институт экономических исследований»; под науч. ред. А.В. Половяна, Р.Н. Лепы; ГУ «Институт экономических исследований». – Донецк, 2018. – Ч.1. – 124 с.
5. [Электронный ресурс]. – URL: <http://dnrsoviet.su/i-o-ministra-agropromyshlennoj-politiki-i-prodovolstviya-vladimir-antonov-podvel-itogi-raboty-za-2017-god/>

УДК 338.264

СУЩНОСТЬ И ОСОБЕННОСТИ СТРАТЕГИЧЕСКОГО ПЛАНИРОВАНИЯ НА ПРЕДПРИЯТИИ

И.А. Ангелина,
д-р экон. наук, доцент,
Я.С. Мусацкая,
аспирант

ГО ВПО «Донецкий национальный университет
экономики и торговли имени Михаила Туган-
Барановского», г. Донецк, ДНР,
e-mail: irinaangelina5566@gmail.com

ESSENCE AND PECULIARITIES OF STRATEGIC PLANNING AT ENTERPRISE

I.A. Angelina,
Doctor of Economics,
assistant professor,
Y.S. Musatskaya,
graduate student

SO HPE «Donetsk National University of Economics
and Trade named after Mykhayil Tugan-
Baranovsky», Donetsk, DPR,
e-mail: irinaangelina5566@gmail.com

Реферат

Цель. Целью статьи является анализ особенностей и сущности стратегического планирования на предприятии и уточнение на этой основе дефиниции категории «стратегическое планирование».

Методика. В процессе исследования использованы методы теоретического обобщения и анализа – для изучения разнообразия мнений учёных относительно сущности и особенностей стратегического планирования; абстрактно-логического анализа и системный подход – для выделения объектов, субъектов, принципов стратегического планирования и его результатов.

Результаты. На основании анализа позиций учёных относительно сущности стратегического планирования на предприятии определены его ключевые элементы как системы на уровне предприятия: объекты, субъекты, результаты процесса.

Научная новизна. Уточнено определение термина «стратегическое планирование», что позволило акцентировать внимание на его сущности и особенностях, абстрагироваться от характеристик, являющихся производными от цели такого планирования.

Практическая значимость. Полученные результаты направлены на развитие практики стратегического планирования, поскольку лежат в основе выделения его этапов в контексте взаимосвязи «объект – субъект – результат процесса (этап планирования)».

Ключевые слова: *стратегическое планирование, стратегия, управленческие решения, системный подход, предпринимательская деятельность.*

Постановка проблемы и ее связь с важными научными и практическими задачами. В современных условиях стратегическое планирование является неотъемлемой составляющей деятельности любого предприятия, ориентированного на достижение своих целей. Именно стратегическое планирование позволяет обоснованно выбрать вектор будущего развития, во многом предопределить его траекторию, несмотря на динамическое развитие социальных и экономических процессов.

Общеизвестно, что одной из причин внедрения стратегического планирования на предприятии выступает необходимость реакции на изменения условий функционирования предприятия. Такая причина является следствием открытости предприятия как системы в «идеальном» состоянии, способной быстро и эффективно реагировать на рыночные потребности.

Достижение «идеального» состояния в результате стратегического планирования – это дискуссионная задача на уровне практики и теории, что обусловлено, прежде всего, неоднозначностью сущности и особенностей стратегического планирования. Сложность стратегического планирования на практике, учитывая всю его многогранность и многоаспектность, во многом предопределяется отсутствием единого мнения среди ученых относительно дефиниции термина «стратегическое планирование», его этапов и моделей, принципов в современных условиях хозяйствования.

Таким образом, первостепенное значение имеет анализ исследований, направленных на изучение сущности и особенностей стратегического планирования, что позволит перейти к разработке его концептуальных основ и механизмов развития.

Анализ последних исследований и публикаций. Среди научных исследований, посвященных стратегическому планированию, следует выделить работы В.В. Божковой, Н.И.Колышкиной, Л.Г. Квасний, М.Д. Лесечко, М.Х. Мэскона, З.Е. Шершнёвой и др. [1-19]. Отмечая ценность результатов, полученных вышеуказанными учёными, в то же время следует отметить недостаточную разработанность теоретических положений стратегического планирования в современных условиях, что приводит к острой необходимости продолжения теоретических исследований в данном направлении.

Несмотря на обоснование отдельными учеными сущности стратегического планирования с позиций определённой отрасли экономики [4; 5] или через призму современных экономических и социальных проблем [1;10;12;17], вопросам определения термина «стратегическое планирование» уделено недостаточно внимания.

Изложение основного материала исследования. В рамках данного исследования целесообразно изучить мнения учёных относительно сущности стратегического планирования на предприятии.

Н.И. Колышкина утверждает, что стратегическое планирование необходимо рассматривать как деятельность, направленную на постановку

целей и разработку стратегий путем сопоставления имеющихся ресурсов предприятия с возможностями, которые будут использованы для достижения целей, или как процесс принятия управленческих решений относительно целевых ориентиров и распределения ресурсов [1, с. 173].

Основываясь на индукции как общем методе научного познания, Ю.В. Малиновский под стратегическим планированием понимает деятельность субъектов управления по формированию целей, определению способов их достижения, а также применение выбранных методов для реализации поставленных целей [2, с. 6].

Стратегическое планирование как вид деятельности трактует и Э.Э. Ибрагимов, отмечая при этом результат такой деятельности – стратегию, реализация которой приведет к эффективной деятельности предприятия в долгосрочной перспективе и быстрой адаптации к факторам окружающей среды [3, с. 274].

В.В. Божкова рассматривает стратегическое планирование как процесс, акцентируя внимание на его регулярности и организационно-методическом характере, в результате которого происходят разработка и корректировка системы формализованных планов, проектов и программ, направленных на достижение определенных целей предприятия [4].

И.Н. Агеева и М.Д. Милева утверждают, что стратегическое планирование является непрерывным, адаптивным и творческим процессом принятия стратегических (ключевых, управленческих) решений и проведения преобразований на предприятии, который включает разработку стратегий, их реализацию и корректировку, а также учитывает изменения внешней и внутренней среды предприятия в том периоде, в котором будет реализовываться выбранная стратегия [5, с. 23].

На адаптивность стратегического планирования как процесса обращает внимание и З.Е. Шершнёва, подчеркивая, что с его помощью регулярно корректируются планы деятельности, анализируются мероприятия в их рамках и осуществляются непрерывный контроль и детальная оценка факторов внешней и внутренней среды предприятия [6, с. 31].

Достаточно обобщенное определение стратегического планирования как процесса дают В.А. Василенко и В.И. Ткаченко, толкуя его как процесс, результатом которого станут формулировка целей предприятия, определение необходимых ресурсов для их достижения и комплекс мероприятий, направленных на получение и использование этих ресурсов [7].

В вопросе определения сущности стратегического планирования Г.Я. Гольдштейн поддерживает вышеуказанных авторов, отмечая, что это процесс формулирования миссии и целей предприятия, выбора специфических стратегий не только для установления необходимых ресурсов, но и для их получения с целью обеспечения эффективности деятельности в будущем [8].

Обращает на себя внимание рассмотрение учеными стратегического планирования не только как процесса подготовки и принятия управленческих решений (на этот момент одним из первых исследователей в данном направлении обратил внимание Ф. Котлер [9, с. 538]) в контексте

стратегических целей предприятия, но и как процесса, направленного на подготовку и адаптацию предприятия к конкурентной борьбе [10, с. 261].

Исходя из утверждения, согласно которому стратегическое планирование – это процесс проецирования вероятного будущего (на что указывают Т. Саати и К. Кернс [11]), ряд авторов [12, с. 48] также рассматривает его как процесс, направленный на конструирование модели развития предприятия, в основе которой лежит необходимость обеспечения эффективной конкурентоспособности предприятия.

Однако в специальной экономической литературе существует значительное количество мнений по поводу того, что выделение одного конкретного направления деятельности в рамках стратегического планирования (например, как в предыдущих определениях, обеспечение эффективной конкурентоспособности) не является совсем правильным, а уместнее говорить обо всех направлениях функционирования предприятия в контексте стратегического планирования.

Так, Н.К. Моисеева подчеркивает, что стратегическое планирование заключается в определении общих направлений деятельности предприятия без их детальной проработки [13, с. 43]. Автора поддерживают М.Д. Лесечко и Р.М. Рудницкая, которые под стратегическим планированием понимают совокупность действий и решений руководителей, направленных на разработку стратегий для достижения целей функционирования предприятия [14, с. 9].

А.М. Сумец и М.И. Бондаренко определяют стратегическое планирование как вид исключительно управленческой деятельности, направленной на разработку стратегий на основе принимаемых руководством наборов действий и решений, ориентированных на достижение целей предприятия [15].

Следует отметить и схожее абстрактное мнение известного бизнес-тренера К. Ридинга, которое в целом свойственно зарубежной специальной экономической литературе: «...сущность стратегического планирования состоит в определении вектора развития компании, поддерживаемого как ее руководством, так и сотрудниками» [16, с. 14].

П. Лорандж утверждает, что именно стратегическое планирование является процессом, обеспечивающим нововведения и изменения на предприятии [17].

Аналогичного по смыслу определения придерживаются и авторы «классических» основ менеджмента М. Мэскон, М. Альберт и Ф. Хедоури, констатируя, что стратегическое планирование – это, прежде всего, совокупность действий и решений, осуществленных руководством, направленных на разработку конкретных стратегий для достижения целей предприятия [18, с. 256].

Среди взглядов зарубежных авторов выделяется мнение А.А. Томпсона, который утверждает, что стратегическое планирование – это запланированная работа, включающая разработку планов (программ) и прогнозов, в которых определяются цели, задачи и механизмы поведения объектов управления в будущем, позволяющие таким объектам мгновенно приспосабливаться в внешним факторам влияния [19].

С учетом разнообразия определений, представленных как отечественными, так и зарубежными учёными, правомерно утверждать, что все они связаны с попыткой авторов внести свое видение сущности и природы стратегического планирования, подчеркнуть период времени его осуществления, акцентировать внимание на необходимости детального изучения изменений в окружающей среде. Другими словами, все определения по сути верны, однако при этом раскрывают отдельные особенности стратегического планирования, наиболее значимые, по мнению того или иного автора.

Все вышеизложенное подтверждает необходимость комплексного рассмотрения подходов к определению сущности стратегического планирования, его принципов и результатов. При этом особое внимание должно быть уделено принципу системности – прямой аналогии системного подхода, в рамках которого следует выделить объекты, субъекты, процесс (в данном контексте уместнее говорить уже о результатах процесса, так как сложно опровергнуть тот факт, что планирование и является процессом), которые, как общеизвестно, являются ключевыми элементами любой системы (таблица 1).

В таблице рассмотрена сущность подходов к стратегическому планированию через призму элементов системности, что позволяет утверждать следующее:

- объектом стратегического планирования выступает деятельность предприятия (или отдельные направления деятельности);
- управленческий персонал (или, в отдельных случаях, работники структурных подразделений) является субъектом стратегического планирования на предприятии;
- результат стратегического планирования – стратегия деятельности предприятия (план, проект, программа – если речь идет об отдельных направлениях деятельности);

к принципам стратегического планирования правомерно отнести целеполагание, непрерывность, ситуационность, комплексность, контролируемость и административный принцип.

Учитывая вышесказанное, по нашему мнению, под стратегическим планированием следует понимать процесс, направленный на формирование стратегии, руководствуясь которой в ходе принятия управленческих решений, происходит достижение целей и задач предприятия.

Итак, стратегическое планирование оказывает значительное влияние на деятельность предприятия в целом и эффективность управленческих решений в частности. В свою очередь, рассмотрение стратегического планирования через призму элементов системности (системного подхода) с одновременным сопоставлением имеющихся в специальной экономической литературе подходов с принципами его проведения позволяет акцентировать внимание на его особенностях, абстрагироваться от его характеристик, которые являются производными от цели такого планирования (общеизвестной цели деятельности предприятия в целом).

Таблица 1 – Подходы к определению сущности и особенностей стратегического планирования

Подход	Сущность и особенности стратегического планирования	Принципы	Элементы системного подхода		
			Объект	Субъект	Результат процесса
Деятельностный	Стратегическое планирование рассматривается как одно из направлений деятельности управленческого персонала, в рамках которого будет определена цель деятельности, а также сформулирована её стратегия	Административный, непрерывности, ситуационности	Деятельность предприятия	Управленческий персонал предприятия	Цели и направления деятельности, управленческие решения, стратегия деятельности
	<i>Стратегическое планирование необходимо рассматривать как деятельность, направленную на постановку целей и разработку стратегий путем сопоставления имеющихся ресурсов предприятия с возможностями, которые будут использованы для достижения целей, или как процесс принятия управленческих решений относительно целевых ориентиров и распределения ресурсов [1, с. 173]</i>				
Процессный	Согласно процессному подходу стратегическое планирование представляет собой определённую последовательность этапов для разработки стратегии деятельности предприятия	Непрерывности, целеполагания, ситуационности	Деятельность предприятия, направления деятельности	Управленческий персонал предприятия	Управленческие решения, стратегия деятельности
	<i>Стратегическое планирование – это процесс регулярной корректировки планов деятельности, анализа мероприятий, в рамках которой осуществляются непрерывный контроль и детальная оценка факторов внешней и внутренней среды предприятия [6, с. 23]</i>				
Ситуационный	В рамках подхода стратегическое планирование выступает процессом, направленным на решение определённых задач или преодоление конкретных трудностей (организационного, методического, информационного характера) посредством разработки стратегии деятельности	Ситуационности, целеполагания, индивидуализма	Деятельность предприятия, направления деятельности, кризисная ситуация	Управленческий персонал предприятия	Стратегия деятельности
	<i>Стратегическое планирование является непрерывным, адаптивным и творческим процессом принятия стратегических (ключевых, управленческих) решений и проведения преобразований на предприятии, который включает разработку стратегий, их реализацию и корректировку, а также учитывает изменения внешней и внутренней среды предприятия в том периоде, в котором будет реализовываться выбранная стратегия [5, с. 31]</i>				

Выводы и перспективы дальнейших исследований. На основании анализа мнений учёных с использованием системного подхода уточнена дефиниция категории «стратегическое планирование». Установлено, что результатом стратегического планирования на предприятии является стратегии, руководствуясь которой в ходе принятия управленческих решений, происходит достижение целей и задач предприятия. Перспективные направления дальнейших исследований связаны с формированием этапов стратегического планирования, обоснования их последовательности, взаимосвязи и взаимообусловленности.

Список литературы

1. Колышкина, Н.И. Обоснование стратегического планирования на предприятии в современных условиях / Н.И. Колышкина // Сборник научных трудов Таврического государственного агротехнологического университета (экономические науки). – 2013. – № 2 (5). – С. 170-176.
2. Малиновский, Ю.В. Стратегическое планирование инновационной деятельности машиностроительных предприятий: автореф. дис. ... канд. экон. наук: 08.00.04 / Малиновский Юрий Владимирович. – Львов, 2010. – 31 с.
3. Ибрагимов, Э. Эффективное стратегическое планирование на основе системного подхода / Э. Ибрагимов // Экономический анализ. – 2012. – Т. 10 (3). – С. 274-276.
4. Божкова, В.В. Исследование категориального аппарата стратегического планирования маркетинговых коммуникаций инновационной продукции / В. В. Божкова // Эффективная экономика (электронный научный журнал). – 2010. – №9. – Режим доступа: <http://www.economy.nauka.com.ua/?op=1&z=323> (дата обращения 10.09.2018).
5. Агеева, И.Н. Исследование процессов стратегического планирования на пищевых предприятиях / И.Н. Агеева, М.Д. Милева // Экономика пищевой промышленности. – 2010. – № 1. – С. 20-23.
6. Шершнева, З.Е. Стратегическое управление: учебник / З.Е. Шершнева. – М.: КНЭУ, 2004. – 699 с.
7. Василенко, В.А. Стратегическое управление: учебное пособие / В.А. Василенко, Т.И. Ткаченко. – К.: ЦУЛ, 2003. – 396 с.
8. Гольдштейн, Г.Я. Стратегический менеджмент: учебное пособие / Г.Я. Гольдштейн. – Таганрог: ТРТУ, 2003. – 94 с.
9. Котлер, Ф. Основы маркетинга / Ф. Котлер. – СПб.: АО «Корунс», 1994. – 647 с.
10. Масленников, А.Ю. Финансовая стратегия и планирование в условиях становления рынка / А.Ю. Масленников, А.Я. Шпачук // Сборникнаучно-технических работ. – 2007. – № 17 (3). – С. 260-262.
11. Саати, Т. Аналитическое планирование. Организация систем / Т. Саати, К. Кернс; пер. с англ. – М.: Радио и связь, 1991. – 224 с.
12. Квасний, Л.Г. Стратегическое и тактическое планирование деятельности предприятия как основные составляющие механизма обеспечения

экономической безопасности / Л.Г. Квасний, А.Н. Попивняк, А.Я. Щербань // Научный вестник Николаевского государственного университета имени В.А. Сухомлинского. Серия: Экономические науки. – 2015. – № 1. – С. 48-53.

13. Моисеева, Н.К. Конкурентоспособность, маркетинг, обновление / Н.К. Моисеева, Ю.П. Анискин. – М.: Внешторгиздат, 1993. – 584 с.

14. Лесечко, М.Д. Стратегическое планирование: учебное пособие / М.Д. Лесечко, Р.М. Рудницкая. – Львов: ЛРИДУ НАГУ. – 2004. – 76 с.

15. Сумец, А.Н. Стратегический менеджмент: учебное пособие / А.Н. Сумец, М. И. Бондаренко. – К.: Хай-Тек Пресс, 2010. – 240 с.

16. Ридинг, К. Стратегическое бизнес-планирование / К. Ридинг – К.: Баланс Бизнес Букс, 2005. – 384 с.

17. Lorange, P. Corporate planning: an executive viewpoint / P. Lorange. – Englewood Cliffs: Prentice-Hal, 1980. – 245 p.

18. Мескон, М.Х. Основы менеджмента / М. Х. Мескон, М. Альберт, Ф. Хедоури; пер. с англ. – М.: Дело, 2002. – 704 с.

19. Томпсон, А. А. Стратегический менеджмент. Искусство разработки и реализации стратегий : учебник для вузов / А.А. Томпсон, А.Дж. Стрикленд. – М.: ЮНИТИ, 1998. – 576 с.

УДК 658:338.124.4

КОМПЛЕКСНАЯ ОЦЕНКА СОБСТВЕННОГО РИСКА ПРЕДПРИЯТИЯ НА ОСНОВЕ КРИТЕРИЕВ ЭФФЕКТИВНОСТИ И ФИНАНСОВОЙ УСТОЙЧИВОСТИ

Д.А. Бабкин,
канд. экон. наук,
А.В. Сергеева,
канд. экон. наук, доцент,
А.В. Кожухова, аспирант

ГО ВПО «Донецкий национальный
университет экономики и торговли имени
Михаила Туган-Барановского», г. Донецк,
ДНР, e-mail: babkin_da@mail.ru

COMPLEX ESTIMATION OF THE ENTERPRISE'S OWN RISK ON THE BASIS OF EFFICIENCY CRITERIAS AND FINANCIAL SUSTAINABILITY

D.A. Babkin, Cand. Sc. (Econ.),
A.V. Sergeeva,
Cand. Sc. (Econ.), Assoc. Prof.,
**A.V. Kozhukhova, graduate
student**

SO HPE «Donetsk National University of
Economics and Trade named after M. Tugan-
Baranovsky», Donetsk, DPR,
e-mail: babkin_da@mail.ru

Реферат

Цель. Целью статьи является разработка и практическая апробация методики комплексного анализа и оценки собственного риска предприятия на

основе критериев финансового состояния и эффективности его функционирования.

Методика. При проведении исследования использовались общенаучные методы анализа, синтеза, индукции и дедукции, статистические методы и методы экономического анализа.

Результаты. Разработана и апробирована методика оценки собственного риска, основанная на комплексном подходе и состоящая из десяти взаимосвязанных этапов.

Научная новизна. Усовершенствован инструментарий оценки собственного риска предприятия с использованием комплексного подхода на основе критериев эффективности и финансовой устойчивости.

Практическая значимость. Предложенная методика оценки собственного риска предприятия позволит реально установить финансово-экономическую ситуацию на предприятии и перспективы ее развития, что поможет менеджменту обоснованно учитывать факторы риска при принятии значимых управленческих решений.

Ключевые слова: *собственный риск, анализ, оценка, методика.*

Постановка проблемы и ее связь с важными научными и практическими задачами. Функционирование предприятия в рыночной среде не может быть абсолютно предсказуемым, и наряду с систематическим (рыночным) всегда объективно существует собственный риск, связанный с производственно-хозяйственной деятельностью конкретного предприятия. Эффективность деятельности предприятий зависит от того, насколько качественно они будут оценивать эти риски, как точно смогут предусмотреть и учесть появление кризисных ситуаций. Анализируя существующие способы и методы оценки риска, следует выделить три основных подхода к этой проблеме: качественный, количественный и комплексный (комбинированный, который является, по сути, сочетанием первых двух). При этом все большее количество исследователей придерживаются точки зрения, которая предполагает использование в совокупности количественного и качественного подходов к анализу риска и неопределенности, т.е. комплексного подхода.

Анализ последних исследований и публикаций. Вопросам управления рисками посвящены работы известных отечественных и зарубежных экономистов: А.П. Альгина, И.Т. Балабанова, М.И. Баканова, Т. Бачкаи, Р. Брели, Дж.В. Хорна, А.П. Градова, П.Г. Грабового, И.С. Грабовского, В.М. Гранатурова, П.В. Егорова, Г.Б. Клейнера, И.К. Ларионова, С. Майерса, Д. Мессена, Б.А. Райзберга, У. Роув, О.Л. Устенко, В.М. Безденежных, В.В. Черкасова, К. Эрроу, А.И. Ястремского и др. В исследованиях указанных авторов рассмотрены отдельные важные аспекты управления риском предприятия, однако предлагаемые подходы к анализу и оценке риска ориентированы на определение степени риска определенных операций или решений, но не позволяют оценить собственный риск предприятия в целом.

Изложение основного материала исследования. Комплексный метод заключается в объединении нескольких отдельных методов или их отдельных элементов. Анализ и оценка уровня риска на основе критериев эффективности и финансовой устойчивости является наиболее точным инструментом в области принятия решений и имеет многочисленные варианты применения. Актуальность такого исследования резко возрастает в условиях нестабильной экономической ситуации и расширения зон рискованной деятельности. Таким образом, показатели эффективности и финансовой устойчивости производственного предприятия непосредственно влияют на ситуацию риска, увеличивая или уменьшая его уровень в производственной и торговой деятельности.

В рамках решения задачи по оценке уровня собственного риска предприятий разработана методика, основанная на комплексном подходе к изучению собственного риска. Данная методика состоит из десяти взаимосвязанных этапов:

- 1) определение приоритетных показателей эффективности и финансового состояния;
- 2) определение значимости показателей эффективности и финансового состояния;
- 3) установление критериев оптимальности;
- 4) формализация зависимости собственного риска;
- 5) расчет коэффициента собственного риска;
- 6) анализ динамики собственного риска;
- 7) выявление тесноты связи;
- 8) моделирование;
- 9) определение эластичности;
- 10) оценка собственного риска.

На первом этапе оценки собственного риска необходимо выделить основные показатели, характеризующие финансовое состояние и эффективность функционирования предприятия, имеющие для него наибольшее значение. Данную процедуру следует выполнять экспертным методом, при этом для удобства дальнейших расчетов экспертам предлагается выделить 10 показателей, однако количество показателей может быть сколь угодно большим.

Для анализа выделены следующие коэффициенты и показатели:

коэффициент абсолютной ликвидности (Ка.л.) – определяет часть текущих обязательств, которая может быть погашена на момент составления баланса в ближайшее время;

коэффициент промежуточной ликвидности (Кп.л.) – оценивает возможность погашения текущих обязательств в случае отсутствия возможности реализации запасов;

коэффициент общей ликвидности (Ко.л.) – определяет часть обязательств, которые могут быть погашены за счет оборотных средств;

коэффициент срочной ликвидности (Кс.л.) – характеризует уровень обеспеченности срочных платежей наличными средствами;

коэффициент маневренности (Км.) – определяет степень мобильности собственных средств, вложенных в оборотные средства;

коэффициент независимости (Кнз.) – характеризует часть собственных средств в общей стоимости предприятия;

коэффициент стабильности (Кст.) – характеризует удельный вес средств, которые предприятие может использовать продолжительное время;

рентабельность собственного капитала (Рск) – характеризует прибыль, полученную предприятием на вложенные собственные средства;

рентабельность реализации (Рр.) – характеризует прибыль, полученную предприятием на единицу реализованной продукции;

рентабельность инвестиций (Рин.) – характеризует прибыль, полученную предприятием на вложенные собственные средства и долгосрочные пассивы.

На втором этапе необходимо определить значимость приведенных показателей для каждого конкретного предприятия. Данную процедуру также целесообразно проводить экспертным методом, при этом сумма значимостей предложенных показателей должна равняться 1.

На третьем этапе следует установить критерии оптимальности предложенных показателей, которые будут служить базой расчета отклонения фактического значения от рекомендуемого. Данная процедура может выполняться также экспертным методом либо с помощью анализа соответствующей экономической литературы.

После завершения первых трех, по сути предварительных, этапов на четвертом формализуется зависимость коэффициента собственного риска от предложенных показателей.

Поскольку рассматриваемые показатели имеют различные критерии оптимальности, при формализации зависимости необходимо обращать внимание на их специфику. Так, отклонение одних показателей в любую сторону оказывает негативное воздействие на размер собственного риска, тогда как влияние (положительное или отрицательное) других зависит от направления этого отклонения.

В формульном виде данное влияние выражается как

$$K_{ср} = /K_{а.л.}/ + /K_{п.л.}/ - K_{о.л.} - K_{с.л.} - K_{м.} - K_{нз.} + /K_{ст.}/ - P_{р} - P_{ск} - P_{ин.}$$

После формализации, т.е. определения зависимости, на пятом этапе производится непосредственно расчет коэффициента собственного риска. При этом рассчитываются отклонения фактических значений предложенных показателей от их оптимального значения, после чего полученный результат умножается на значимость каждого показателя соответственно. Для определения коэффициента собственного риска результаты данных расчетов складываются:

$$K_{\text{ср}} = /\Delta K_{\text{а.л.}}/ \times d + /\Delta K_{\text{п.л.}}/ \times d - \Delta K_{\text{о.л.}} \times d - \Delta K_{\text{с.л.}} \times d - \Delta K_{\text{м}} \times d - \Delta K_{\text{нз.}} \times d + \\ + /\Delta K_{\text{ст.}}/ \times d - \Delta P_{\text{р}} \times d - \Delta P_{\text{ск}} \times d - \Delta P_{\text{ин.}} \times d ,$$

где d – соответствующая значимость конкретного коэффициента.

При этом отклонение рассчитывается как

$$\Delta K^i = K^i_{\text{ф}} / K^i_{\text{о}} \times 100 - 100,$$

где ΔK^i – отклонение i -го коэффициента от оптимального значения;

$K^i_{\text{ф}}$ – фактическое значение i -го коэффициента;

$K^i_{\text{о}}$ – оптимальное значение i -го коэффициента.

Результаты проведенных в рамках первых пяти этапов процедур оформляются в сводную таблицу расчета коэффициента собственного риска (табл. 1).

Поскольку для полноценной оценки собственного риска необходимо проанализировать не только его количественные характеристики, но и его динамику, логическим продолжением процесса оценки является шестой этап, направленный на анализ динамики собственного риска в изучаемом периоде. Для этого рассчитывается индекс коэффициента собственного риска ($I_{\text{Кср}}$) за 2015-2017 гг. на примере предприятия ООО «ПО «ДПСК»

$$I_{\text{Кср}}^{2016/2015} = 1,1798 \text{ (риск возрастает);}$$

$$I_{\text{Кср}}^{2017/2016} = 1,1299 \text{ (риск возрастает).}$$

На седьмом этапе с помощью корреляционного анализа определяется теснота связи коэффициента собственного риска и факторов, на него влияющих. Так как использование коэффициентов в качестве факторов воздействия на уровень риска является некорректным, в процессе корреляционного анализа и имитационного моделирования в качестве факторов использовались показатели, применяемые для расчета указанных коэффициентов (табл. 2).

После выявления тесноты и направления связи на восьмом этапе проводится имитационное моделирование с использованием в качестве базовой формулы 12 с заменой рассчитываемых коэффициентов алгоритмами их расчета. В процессе моделирования условно неизменными остаются показатели значимости и оптимальности используемых коэффициентов. Данные показатели могут быть изменены, но таким образом сопоставлять уровни риска в различных периодах станет невозможным. Тем не менее, для оценки риска в определенном периоде критерии и значимость могут не совпадать с соответствующими показателями предшествующего периода. Также может отличаться перечень коэффициентов, используемых для оценки собственного риска.

Имитационное моделирование уровня собственного риска целесообразно проводить по двум направлениям: пессимистическому и оптимистическому.

Таблица 1 – Расчет величины собственного риска ООО «ПО «ДПСК» за 2015-2017 гг.

Показатель	Период (год)			Рекомендованное значение	База расчета	% отклонения от рекомендованного значения			Значимость, %
	2015	2016	2017			2015 г.	2016 г.	2017 г.	
Коэффициент абсолютной ликвидности	0,03	0,04	0,02	=0,3	0,3	-91,15	-86,84	-92,62	5
Коэффициент промежуточной ликвидности	0,45	0,57	0,67	=0,7	0,7	-35,88	-17,87	-4,47	15
Коэффициент общей ликвидности	0,60	0,68	0,79	>1	1	-40,32	-32,06	-21,46	15
Коэффициент срочной ликвидности	0,19	0,21	0,10	>1	1	-80,91	-78,88	-90,32	5
Коэффициент маневренности	-0,36	-0,39	-0,75	>0,5	0,5	-172,3	-177,29	-249,75	5
Коэффициент независимости	0,56	0,56	0,42	>0,5	0,5	12,39	12,13	-15,10	15
Коэффициент стабильности	0,61	0,67	0,67	=0,8	0,8	-24,23	-15,98	-16,01	5
Рентабельность собственного капитала, %	4,65	-5,23	-9,31	>20%	20	-76,77	-126,17	-146,53	10
Рентабельность реализации, %	3,15	-4,44	-5,62	>25%	25	-87,41	-117,76	-122,49	10
Рентабельность инвестиций, %	4,31	-4,37	-5,88	>20%	20	-78,47	-121,83	-129,39	15
Коэффициент собственного риска, %	56,18	66,28	74,89						100

Таблица 2 – Имитационное моделирование величины собственного риска ООО «ПО «ДПСК», тыс. руб.

Показатели	Фактические значения			Модель (пессимистическая)			Коэффициент корреляции	
	2015 г.	2016 г.	2017 г.	2016 г.	2017 г.	2018 г.	факт	модель
1. Текущие обязательства	103188,8	138713,9	186803,7	113507,7	152585,5	205484,1	0,99122	0,99306
2. Векселя полученные	2150,6	4705,7	2980,1	1935,5	4235,1	2682,1	0,36148	0,34770
3. Текущие финансовые инвестиции	0	0	0	0	0	0	0	0
4. Денежные средства	587,55	771,5	1158,1	528,7	694,3	1042,3	0,96932	0,97284
5. Оборотные активы	59990,1	88250,4	142080,2	53991,1	79425,4	127872,1	0,97502	0,97819
6. Расходы будущих периодов	1594,1	5986,5	4633,8	1434,7	5387,8	4170,4	0,70884	0,69836
7. Достаточно ликвидные активы	46317,9	79745,3	124913,9	41686,1	71770,7	112422,5	0,99129	0,99312
8. Срочные обязательства	14340,3	25932,4	42745,7	15774,3	28525,6	47020,3	0,98850	0,99062
9. Собственные средства	147246,7	237225,5	241736,5	132522,5	213502,9	217562,9	0,90677	0,90046
10. Собственные оборотные средства	-53195,6	-91679,6	-180995,1	-58515,1	-100847,6	-199094,6	-0,96329	-0,96714
11. Долгосрочные обязательства	11591	47202,6	140905,4	12750,1	51922,9	154996	0,95539	0,95964
12. Валюта баланса	262026,6	423142,1	569445,7	235823,9	380827,8	512501,1	0,99983	0,99999
13. Прибыль чистая	6840,7	-12418,3	-22494,1	6156,6	-11176,4	-20244,6	-0,9912	-0,98914
14. Выручка от реализации	217341,6	279628,4	400091,5	195607,4	251665,5	360082,3	0,97416	0,97738
15. Инвестиции	158837,7	284428,1	382642	142953,9	255985,3	344377,8	0,99970	0,99923
Коэффициент собственного риска, %	56,1858	66,2893	74,8994	68,5576	76,3975	81,1220		

В контексте разработанной методики имитационное моделирование призвано, в первую очередь, позволить определить эластичность коэффициента собственного риска от факторов, на него влияющих. Данная задача решается в рамках девятого этапа (табл. 3).

Таблица 3 – Анализ эластичности коэффициента собственного риска за 2015-2017 гг.

Предприятие	Константа	Индекс фактор -	Индекс фактор +	% изменения К _{ср}			Эластичность		
				2015	2016	2017	2015	2016	2017
ООО «ПО «ДПСК»	10	1,1	0,9	7,78	7,71	8,31	0,78	0,77	0,83

На заключительном, десятом этапе выполняется непосредственно оценка собственного риска предприятия: его состояния, размера, динамики, эластичности, приемлемости. При этом в первую очередь экспертно определяются зоны риска, характеризующие его состояние (табл. 4).

Таблица 4 – Характеристика зон собственного риска

Зона риска	Значение, %
Зона минимального риска	0-5
Зона нормального риска	5-25
Зона допустимого риска	25-50
Зона критического риска	50-100
Зона катастрофического риска	>100

Следует отметить, что данная методика определения коэффициента собственного риска теоретически не предполагает ограничения его размера. Его размер может колебаться около 0 в ту или иную сторону. Отклонение в положительную сторону характеризует наличие на предприятии угрозы его существованию. Отклонение же в отрицательную сторону не свидетельствует об отсутствии риска на предприятии, а позволяет говорить о том, что суммарное значение всех рисков предприятия усиливает его эффективность и улучшает его финансовое состояние (табл.5).

Таблица 5 – Оценка собственного риска предприятия ООО «ПО «ДПСК»

Год	Значение	Оценка
2015	56,1858	Критический риск
2016	66,2894	Критический риск
2017	74,8994	Критический риск

Оценивая же собственный риск анализируемого предприятия, можно констатировать тот факт, что в 2015-2017 гг. оно находилось в зоне критического риска, а также прослеживается негативная тенденция динамики

риска. Следует отметить, что ООО «ПО «ДПСК» в 2017 г. находилось в опасной близости к зоне катастрофического риска (74,89%), а в случае реализации пессимистического варианта развития событий в 2018 г. оно еще более приблизится к ней (81,12%), что создаст реальную угрозу существованию предприятия.

Выводы и перспективы дальнейших исследований. Предложенная методика оценки собственного риска предприятия позволяет реально оценить финансово-экономическое состояние предприятия и его перспективы, она не требует сложных расчетов, привлечения специально обученных специалистов, значительного объема данных и т.п. Поскольку собственный риск является важной составляющей кризисоустойчивости, а управление собственным риском предприятия – неотъемлемой частью его антикризисной деятельности, требуется непрерывное совершенствование соответствующего современного инструментария, который позволит менеджменту обоснованно учитывать факторы риска при принятии значимых управленческих решений.

Список литературы

1. Бадалова, А.Г. Управление рисками деятельности предприятия / А.Г. Бадалова, А.В. Пантелеев. - М.: Вузовская книга, 2015. - 236 с.
2. Банк, В.Р. Финансовый анализ / В.Р. Банк, А.В. Тараскина. - М.: Проспект, 2007. - 344 с.
3. Воробьев, С.Н. Управление рисками в предпринимательстве / С.Н. Воробьев, К.В. Балдин. - М.: Дашков и К, 2013. - 482 с.
4. Ефимова, О.В. Финансовый анализ: современный инструментарий для принятия экономических решений: Учебник / О.В. Ефимова. - М.: Омега-Л, 2013. - 349 с.
5. Любушин, Н.П. Финансовый анализ / Н.П. Любушин, Н.Э. Бабичева. - М.: Эксмо, 2010. - 336 с.
6. Мамаева, Л.Н. Управление рисками: Учебное пособие / Л.Н. Мамаева. - М.: Дашков и К, 2013. - 256 с.
7. Рыхтикова, Н.А. Анализ и управление рисками организации: Учебное пособие / Н.А. Рыхтикова. - М.: Форум, 2012. - 240 с.

УДК 005.2:[005. 591.3:339.371.246]

**НАУЧНО-ТЕОРЕТИЧЕСКАЯ ТРАЕКТОРИЯ АНАЛИЗА
СУЩНОСТИ ПОНЯТИЙ В ОБЛАСТИ ФОРМИРОВАНИЯ
ОРГАНИЗАЦИОННО-ЭКОНОМИЧЕСКОГО МЕХАНИЗМА
РАЗВИТИЯ ВЕНДИНГОВОЙ ТОРГОВЛИ**

Д.И. Бобков, соискатель ГО ВПО «Донецкий национальный университет экономики и торговли имени Михаила Туган-Барановского», г. Донецк, ДНР,
e-mail: d_bobkov@mail.ru

**SCIENTIFIC AND THEORETICAL TRAJECTORY OF ANALYSIS
THE ESSENCE OF THE CONCEPTS IN THE FIELD OF FORMING
THE ORGANIZATIONAL AND ECONOMIC MECHANISM OF
DEVELOPMENT OF VENDING TRADE**

D.I. Bobkov, applicant student SO HPE «Donetsk National University of Economics and Trade named after Mykhayil Tugan-Baranovsky», Donetsk, DPR,
e-mail: d_bobkov@mail.ru

Реферат

Цель. Целью статьи является обоснование актуальности исследования формирования организационно-экономического механизма развития вендинговой торговли.

Методика. В процессе исследования использованы методы теоретического обобщения и сравнения, анализа и синтеза, положения экономической теории, диалектический метод познания и основные законы развития общества во взаимосвязи движения пространства и времени.

Результаты. В рамках проведенного исследования проблемы сущности понятий в области формирования организационно-экономического механизма развития вендинговой торговли, разработана доказательная база актуальности поднятой проблемы и сущности вендинговой торговли в историческом аспекте её развития.

Научная новизна. Сформирована доказательная база актуальности поднятой проблемы и сущности вендинговой торговли в историческом аспекте её развития.

Практическая значимость. Согласно предложенному подходу к анализу формирования организационно-экономического механизма развития вендинговой торговли, позволит разработать стратегии развития вендинговой торговли.

Ключевые слова: *организационно-экономический механизм, траектория анализа, вендинговая торговля, вендинговый бизнес, вендинг-сеть, вендинг-аппараты, вендинг, темп жизни.*

Постановка проблемы и ее связь с важными научными и практическими задачами. Обоснование авторского подхода к формированию организационно-экономического механизма развития вендинговой торговли базируется на выстроенной методологии исследования, изучении теоретических основ и эмпирического базиса проблемы. При этом основой научного исследования стали положения экономической теории, диалектический метод познания и основные законы развития общества во взаимосвязи движения пространства и времени.

Обращение к информационной базе исследования, к научным трудам ведущих отечественных и зарубежных ученых, Интернет-ресурсам сделало возможным показать актуальность поднятой проблемы и сущность вендинговой торговли в историческом аспекте её развития.

Пространственно-временной континуум вендинговой торговли, как и любого эволюционного процесса, можно рассматривать как часть атрибутов материального мира, находящегося в постоянном изменении, движении и развитии. Приведение в движение физического тела возможно путём воздействия на него какой-либо внешней силы (с точки зрения механического материализма), и это закономерно, однако, движение - явление свойственное и для торговли, но проявляемое по законам экономики.

Гибкое реагирование на требования рынка, создание условий для производства конкурентоспособной продукции, способность к эффективному управлению – это и есть движение в пространстве и во времени, то есть, инновационное развитие. Знаменательное утверждение Гераклита «Panta rei» - «все течет», которое акцентирует абсолютность движения, безусловно, имеет отношение к одной из самых динамичных сфер экономики – торговле, а, по мнению Аристотеля, незнание движения ведет к незнанию причин [1]. Именно инновационное развитие выступает фактором (причиной) движения и траекторией развития торговли.

С вступлением мира в эпоху «интеллектуальной экономики», где основными источниками благополучия и руководящими факторами производства становятся инновации, а также творческие достижения людей, возросло и влияние новых технологий на экономические перспективы страны [2]. Что касается вендинговой торговли, то она является одним из инновационных достижений получила широкое распространение в мире, выступает удобным способом предоставления населению услуги торговли.

Изложение основного материала исследования. Теоретическое понимание понятий «вендинговая торговля», «вендинговый бизнес», «вендинг-сеть», «организационно-экономический механизм развития вендинговой торговли» и определение институциональных основ её развития связаны с анализом и уточнением дефиниций исследуемой проблематики, а именно: «торговля», «механизм развития торговли», «вендинговая торговля», «организационный механизм развития вендинговой торговли», «экономический

механизм развития вендинговой торговли», «продажи», «производитель», «потребитель», «спрос», «посредник», «сбыт», «прибыль», «автоматизированные системы», «торговые автоматы», «вендинговый бизнес», «вендинг-сеть», «вендинг-аппараты», «вендинг», «темп жизни», «специальный вид товаров», «маржа».

Подтверждением актуальности изучаемой темы явилось изучение информации с 1995 года по 2018 год о количестве публикаций, а также о библиографические изыскания (количестве публикаций) в иностранных журналах и в различных зданиях.

Из международной электронной базы данных ScienceDirect [3] - ведущей информационной платформы Elsevier для ученых, преподавателей, студентов, специалистов медицинской области и R&D департаментов промышленных предприятий, была получена база данных, содержащая 25% мировых научных публикаций. Данная мультидисциплинарная платформа ScienceDirect обеспечивает всесторонний охват литературы из всех областей науки, предоставляя доступ к более 14 млн. публикаций из 2500 научных журналов и более 37000 книг издательства Elsevier, а также огромное число журналов, опубликованных престижными научными сообществами.

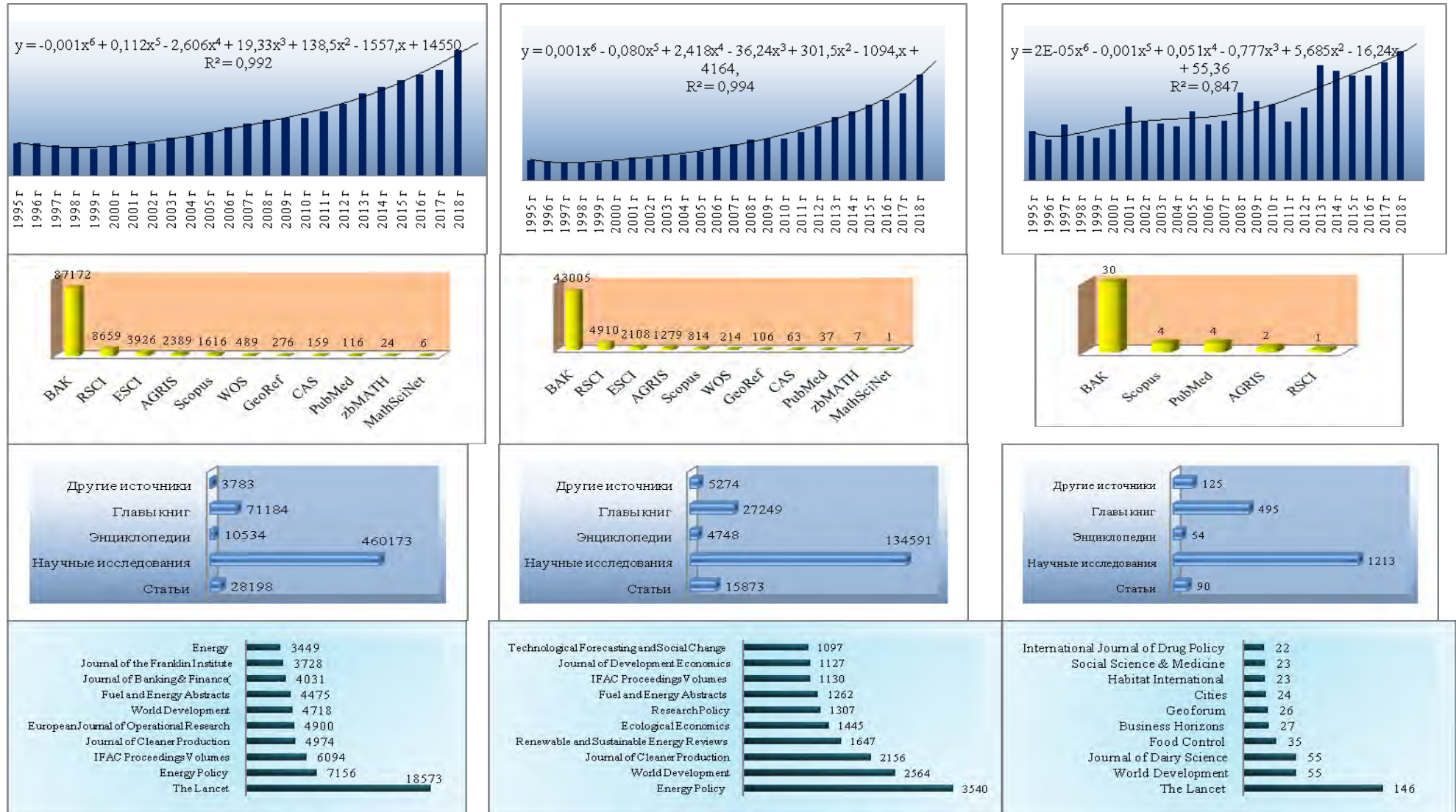
Анализ последних исследований и публикаций. Данные о количестве публикаций в научных базах были получены из отечественной электронной базы КиберЛенинка [4], научной электронной библиотеки открытого доступа (OpenAccess), основными задачами которой является популяризация науки и научной деятельности, общественный контроль качества научных публикаций, развитие междисциплинарных исследований, современного института научной рецензии, повышение цитируемости российской науки и построение инфраструктуры знаний.

Обработка данных проведена с применением программы для работы с электронными таблицами, проведения экономико-статистических расчетов и применения графических инструментов Excel Microsoft Office 2007.

Рисунок 1 информирует о структурно-динамической тенденции упоминаемости дефиниций «торговля», «механизм развития торговли», «вендинговая торговля». Дефиниция «вендинговая торговля» имеет волнообразнорастущую динамическую тенденцию по количеству публикаций за 1995-2018 год, что подтверждено построенной линией тренда и рассчитанным коэффициентом аппроксимации 0,847.

Дефиниции «торговля» и «механизм развития торговли» имеют стремительно растущую тенденцию и коэффициент аппроксимации от 0,992 до 0,994. Большое количество опубликовано работ по данной тематике в ведущей и авторитетной для ученых различного уровня РФ и ДНР отечественной базе ВАК.

Стоит отметить, что наибольшее количество публикаций имеет одним из наиболее известных, рецензируемых и самых авторитетных общих журналов «The Lancet» и международный рецензируемый журнал, в котором рассматриваются политические последствия с точки зрения их экономических, социальных, плановых и экологических аспектов «Energy Policy».



торговля

механизм развития торговли

вендинговая торговля

Рисунок 1 – Структурно-динамическая тенденция упоминаемости дефиниций «торговля», «механизм развития торговли», «вендинговая торговля»

На рисунке 2 представлена структурно-динамическая тенденция упоминаемости дефиниций «организационный механизм развития вендинговой торговли», «экономический механизм развития вендинговой торговли», «продажи».

Наибольшее количество публикаций прослежено по дефиниции «продажи», что говорит о высоком интересе к данной проблеме в различных изданиях, а именно: в научных исследованиях - 163629; в главах книг – 31351, энциклопедиях – 948 и научных статьях – 8794. Имеющиеся данные о количестве публикаций за 1995-2018 годы информируют о растущей тенденции упоминаемости дефиниций (коэффициент аппроксимации от 0,769 до 0,952), с небольшими спадами интереса в 2011г. и ростом в 2009г. и 2013г.

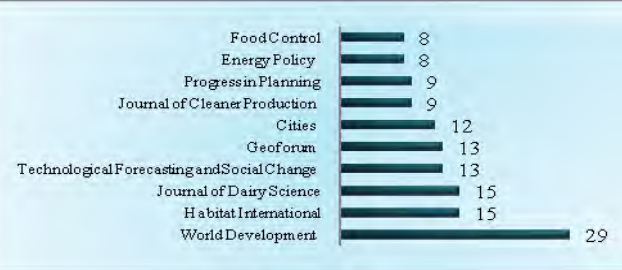
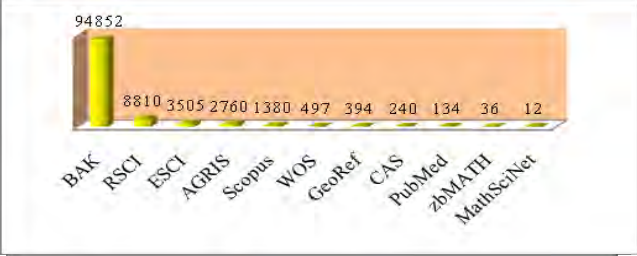
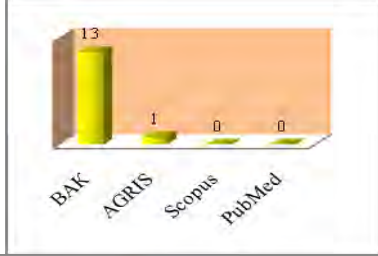
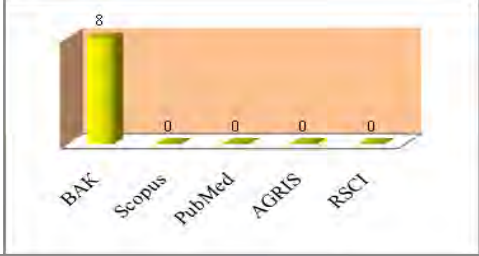
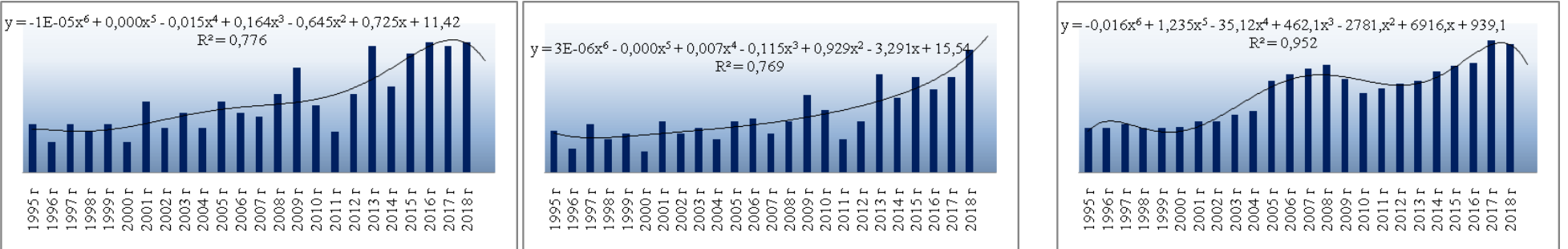
На рисунке 3 представлена структурно-динамическая тенденция упоминаемости дефиниций «производитель», «потребитель», «спрос», и отмечено, что количества публикаций по годам характеризуется умеренной тенденцией. Коэффициент аппроксимации от 0,995 до 0,9997 подтверждает высокую вероятность выявленных зависимостей.

Наибольшее количество публикаций представлено в иностранных журналах «Lancet» - 39270 и международном рецензируемом журнале «Energy Policy» - 7532. Менее популярны публикации в иностранном журнале «Journal of Nutrition Education» - 3450.

Структурно-динамическую тенденцию упоминаемости дефиниций «посредник», «сбыт», «прибыль» демонстрирует рисунок 4, где наибольшее количество публикаций в научных базах по данной тематике отмечено в научной базе ВАК - от 35306-119995. Но в научных базах MathSciNet и zbMATH интереса данные дефиниции не нашли – от 1 до 22 публикаций.

Исследование сущности вендинговой торговли и ее развития, в частности, определение особенностей, проблем и тенденций, социально-экономических аспектов её развития, потребовали более глубокого анализа атрибутивности понятия «вендинговая торговля» и её семантического поля для формирования концепции развития вендинговой торговли в направлении моделирования развития предприятий вендинговой торговли.

В целом структурно-динамическая тенденция развития интереса к вендинговой торговли, прослеженная более чем за двадцатилетний период (1995-2018 гг.) свидетельствует о неослабном внимании к ней ученых и, безусловно, практиков.



(а)

(б)

в

Рисунок 2 - Структурно-динамическая тенденция упоминаемости дефиниций «организационный механизм развития вендинговой торговли» (а), «экономический механизм развития вендинговой торговли» (б), «продажи» (в)



Рисунок 3 – Структурно-динамическая тенденция упоминаемости дефиниций «производитель», «потребитель», «спрос»

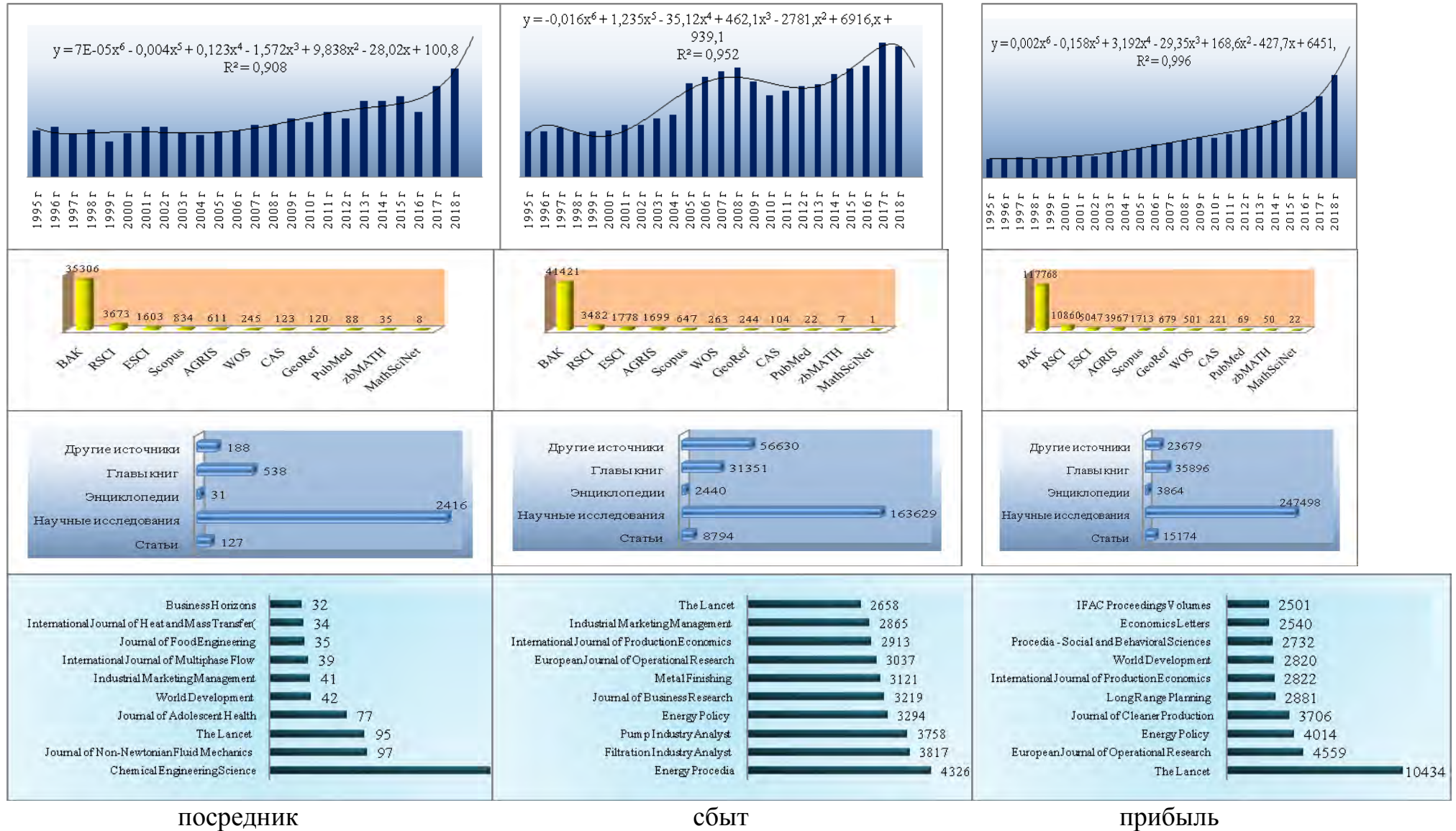
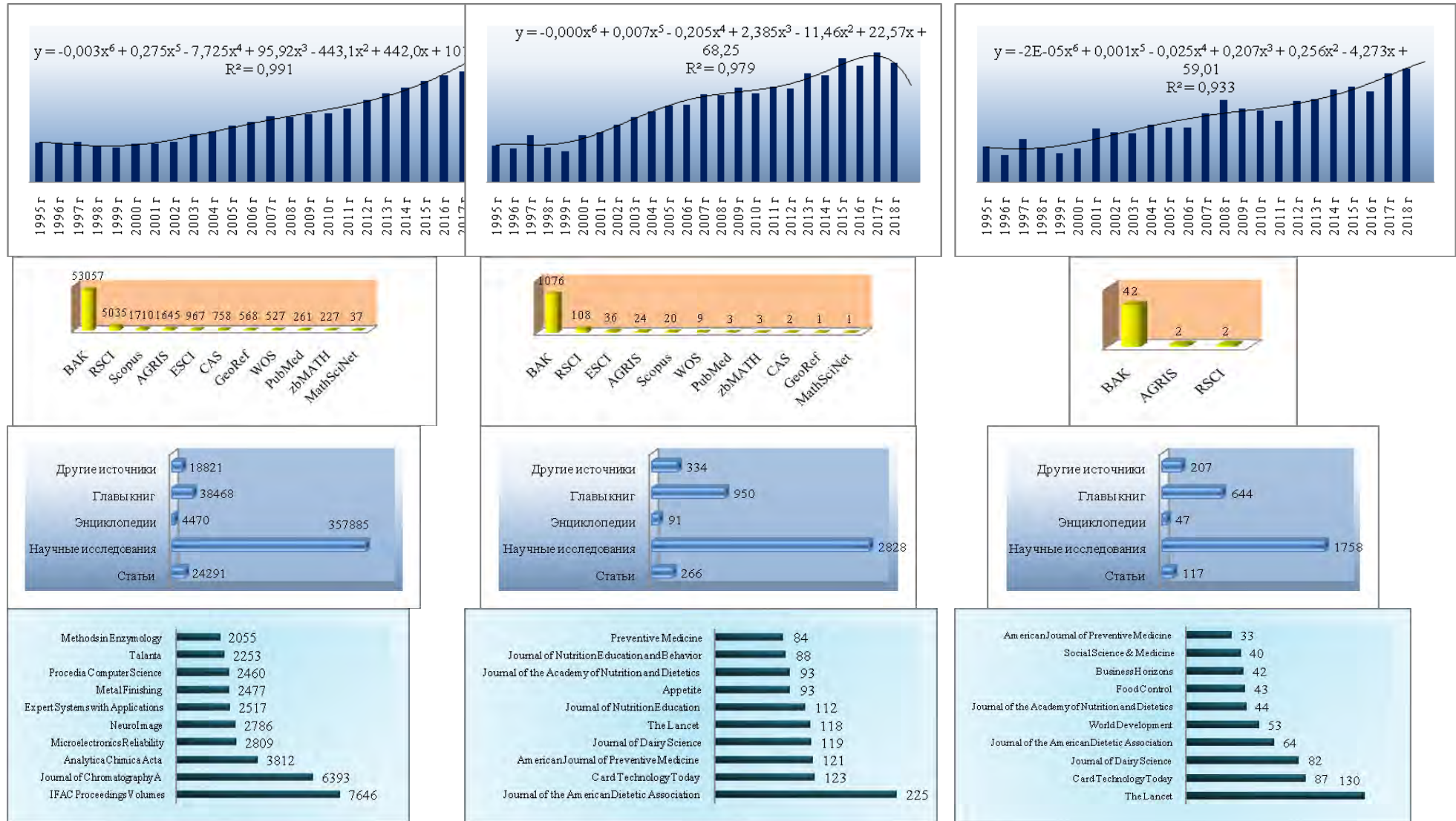


Рисунок 4 – Структурно-динамическая тенденция упоминаемости дефиниций «посредник», «сбыт», «прибыль»



автоматизированные системы

торговые автоматы

вендинговый бизнес

Рисунок 5 – Структурно-динамическая тенденция упоминаемости дефиниций «автоматизированные системы», «торговые автоматы», «вендинговый бизнес»

Интересен анализ тенденции упоминаемости дефиниций «автоматизированные системы», «торговые автоматы», «вендинговый бизнес» (рисунок 5): дефиниции отличаются положительной тенденцией внимания к ним, а значит растущей актуальностью исследований данной тематики, что подтверждается значением коэффициента аппроксимации - он составляет от 0,933 до 0,991.

Наибольшее количество работ опубликовано в иностранном научном журнале «IFAC Proceedings Volumes» - 7646. На рисунке 6 показана структурно-динамическая тенденция упоминаемости дефиниций «вендинг-сеть», «вендинг-аппараты», «вендинг». Данные о количестве публикаций по годам характеризуются волнообразной умеренной тенденцией и подтверждены построенной полиномиальной линией тренда с коэффициентом аппроксимации от 0,937 до 0,960.

Информация о количестве публикаций по видам изданий свидетельствуют о высокой популярности в научных исследованиях – от 1550 до 4940.

Рисунок 7 отображает структурно-динамическую тенденцию упоминаемости дефиниций «темп жизни», «специальный вид товаров», «маржа». Данные о количестве публикаций с 1995 по 2018 год представлены умеренно растущей тенденцией. Коэффициент аппроксимации составляет от 0,983 до 0,994. Наиболее популярны публикации по данной тематике в научных изданиях от 55099 до 465009.

Исследование сущности вендинговой торговли и ее развития, в частности, определение особенностей, проблем и тенденций, социально-экономических аспектов её развития, потребовали более глубокого анализа атрибутивности понятия «вендинговая торговля» и её семантического поля для формирования концепции развития вендинговой торговли в направлении моделирования развития предприятий вендинговой торговли.

В целом структурно-динамическая тенденция развития интереса к вендинговой торговле, прослеженная более чем за двадцатилетний период (1995-2018 гг.) свидетельствует о неослабном внимании к ней ученых и, безусловно, практиков.

Особенно выразительна связь дефиниций «вендинговая торговля», «вендинговый бизнес», «вендинг-сеть» с понятиями «темп жизни», «спрос», «посредник», «сбыт», «маржа», ибо в настоящее время вендинговая торговля, как форма обслуживания, получила достаточно широкое распространение в отечественной и мировой торговой практике.

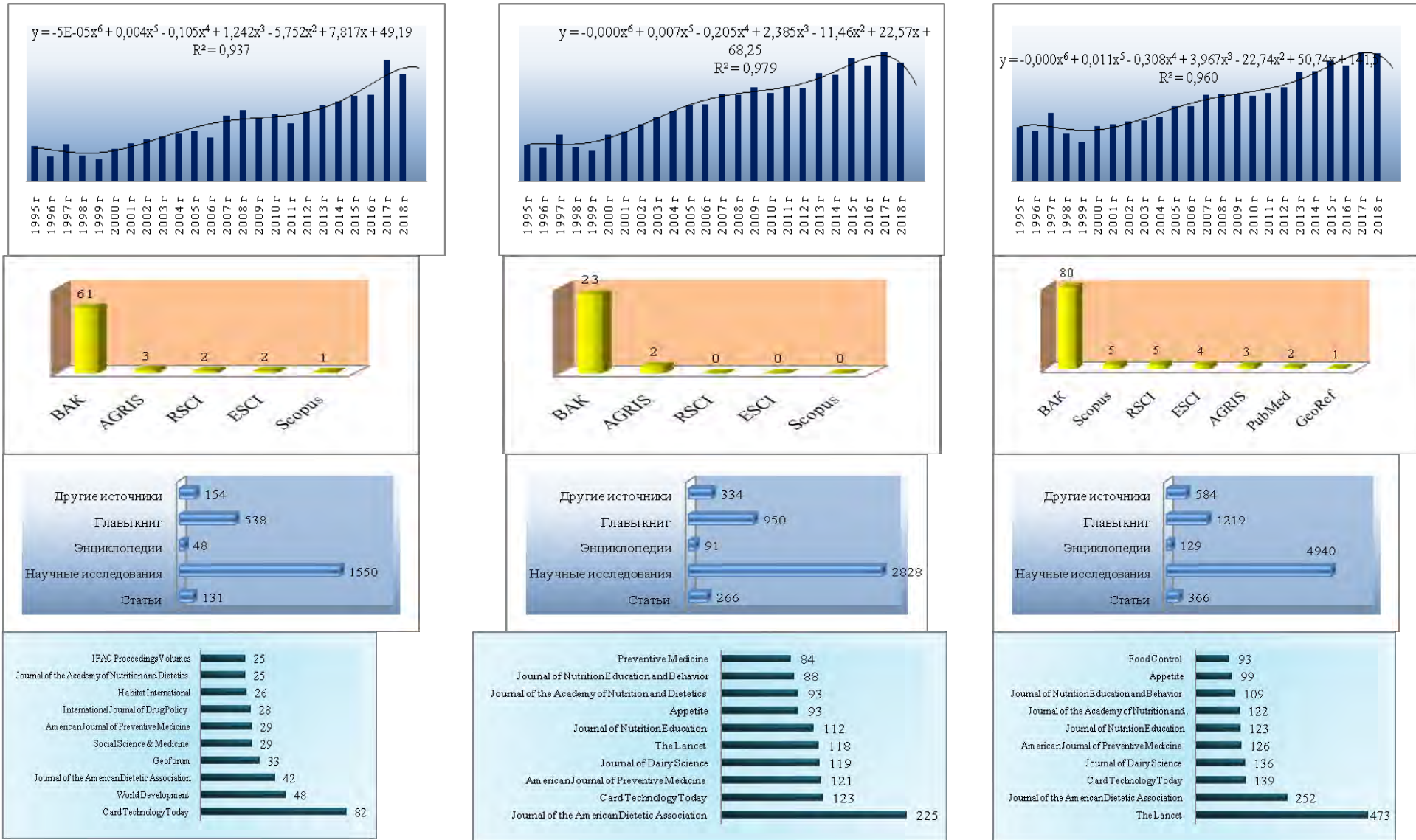
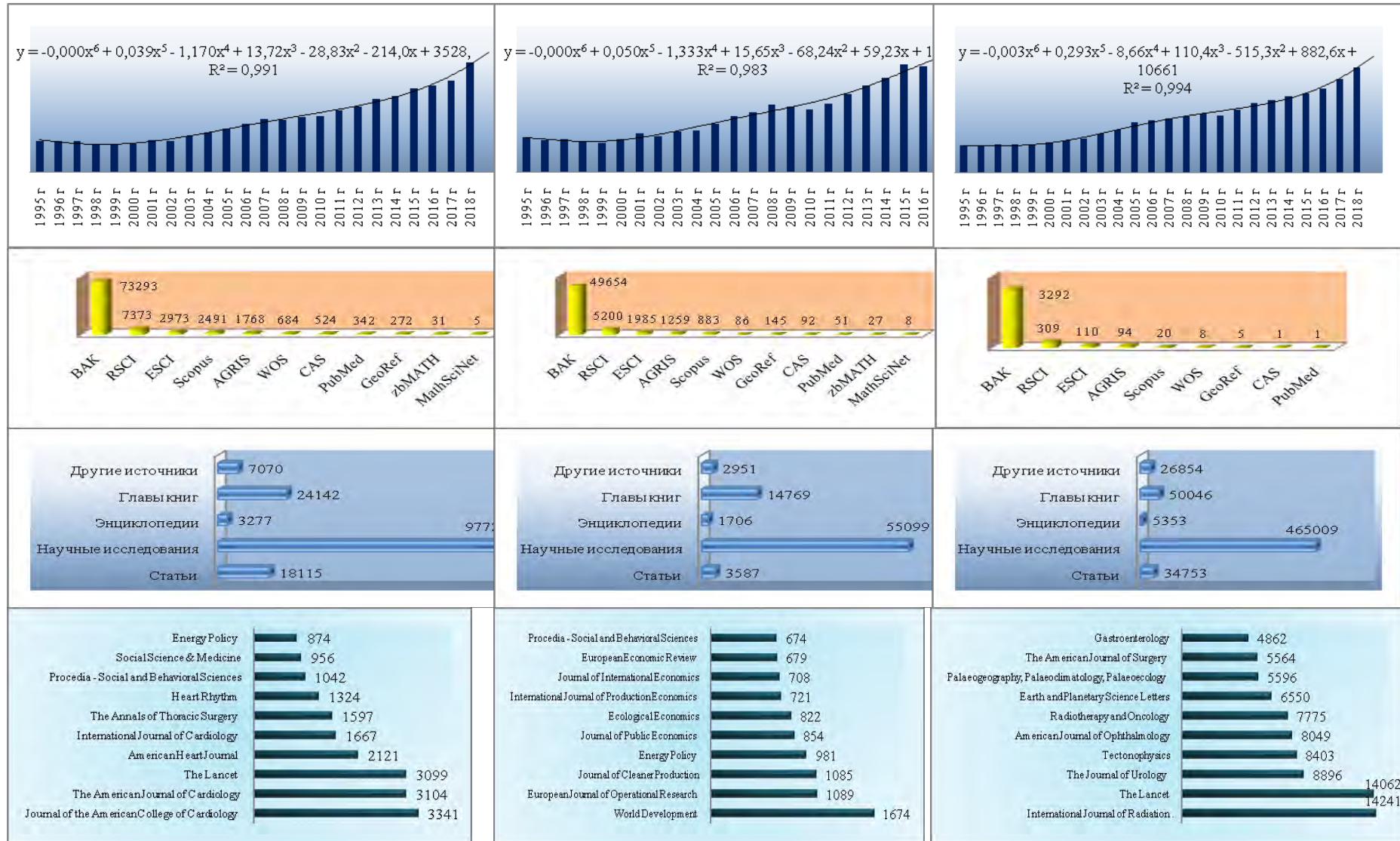


Рисунок 6 – Структурно-динамическая тенденция упоминаемости дефиниций «вендинг-сеть», «вендинг-аппараты», «вендинг»



темп жизни

специальный вид товаров

маржа

Рисунок 7 - Структурно-динамическая тенденция упоминаемости дефиниций «темп жизни», «специальный вид товаров», «маржа»

Кроме того, вендинговая торговля (продажа товаров и услуг с помощью автоматизированных систем – торговых автоматов), выступает одним из инновационных достижений в области предоставления услуги населению, отражая современный темп жизни, при этом она считается удобным, не очень требовательным способом торговли и высомаржинальным бизнесом.

Исследование теоретических основ развития вендинговой торговли позволило констатировать: в условиях достаточно активной торговой деятельности и постоянного развития и расширения инновационных возможностей экономики, торговля, поскольку обеспечивает оборот товаров, их движение из сферы производства в сферу потребления, даже в условиях кризисных ситуаций является одной из основных областей отечественной экономики, её реальным сектором.

Следует отметить, что вендинг, получивший широкое распространение в мире, завоёвывает всё большую популярность у населения, и занимает прочное место в отечественной экономике, что говорит о его актуальности для потребительского рынка в настоящее время.

Выводы и перспективы дальнейших исследований. Проведенный научно-теоретический анализ сущности понятий в области формирования организационно-экономического механизма развития вендинговой торговли обращает внимание к информационной базе исследования, к научным трудам ведущих отечественных и зарубежных ученых, Интернет-ресурсам. Результаты исследования позволили показать актуальность поднятой проблемы и сущность вендинговой торговли в историческом аспекте её развития. Перспективами дальнейших исследований обозначено формирование семантического поля организационно-экономического механизма вендинговой торговли.

Список литературы

1. Проблема движения у элеатов и Гераклита [Электронный ресурс]. Официальный сайт — URL: <http://henx-90.narod.ru/cont/fil/6.htm>
2. Шалаев, И.А. Развитие инновационных технологий в России в условиях санкций и импортозамещения / И.А. Шалаев, С. Старокольцева, А.В. Кульша // Инновационная экономика: перспективы развития и совершенствования. 2017. №4 (22). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/razvitie-innovatsionnyh-tehnologiy-v-rossii-v-usloviyah-sanktsiy-i-importozamesheniya>
3. ScienceDirect [Электронный ресурс]. Официальный сайт — URL: <https://www.sciencedirect.com/>
4. КиберЛенинка [Электронный ресурс]. Официальный сайт — URL: <https://cyberleninka.ru/>

УДК 339.13.017

ЦЕНООБРАЗОВАНИЕ НА РЫНКЕ ТОПЛИВА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

И.С. Бондаренко,
канд. экон. наук,
И.А. Федоркина,
канд. экон. наук,
К.А. Захарецкий, магистрант

ГО ВПО «Донецкий национальный университет экономики и торговли имени Михаила Туган-Барановского», г. Донецк, ДНР, e-mail: bondarenkois@yandex.ru

PRICING ON THE FUEL MARKET OF RUSSIAN FEDERATION

I.S. Bondarenko,
Candidate of Economics,
I.A. Fedorkina,
Candidate of Economics,
Associate Professor,
K.A. Zakharetskiy, magister

SO HPE «Donetsk National University of Economics and Trade named after Mykhayil Tugan-Baranovsky», Donetsk, DPR, e-mail: bondarenkois@yandex.ru

Реферат

Цель. Целью статьи является изучение мирового опыта регулирования розничных цен на бензин на топливном рынке и его применение в Российской Федерации.

Методика. В процессе исследования использованы общенаучные методы и методы статистического анализа (при изучении основных принципов формирования розничной цены на бензин в странах мира и Российской Федерации).

Результаты. Изучены особенности регулирования розничных цен на бензин в Саудовской Аравии, Китае, США, странах Западной Европы; определены составляющие структуры розничной цены на бензин в Российской Федерации.

Научная новизна. Предложена группировка составляющих структуры розничной цены на бензин в Российской Федерации: налоги, затраты на производство, транспортные расходы, торговые и оптовые надбавки.

Практическая значимость. Полученные результаты направлены на формирование эффективной ценовой политики Российской Федерации на топливном рынке как внутри страны, так и за ее пределами.

Ключевые слова: бензин, цена, налоговой маневр, торговые надбавки, мировой топливный рынок, Российская Федерация.

Постановка проблемы и ее связь с важными научными и практическими задачами. Превышение оптовых цен над розничными в мае 2018 г. стало знаковым событием для топливного рынка Российской Федерации, свидетельствующем о его неустойчивости при резком изменении соотношения нефтяных котировок и курса рубля.

Разрабатываемые компенсационные механизмы в рамках налогового маневра несовершенны и не дают гарантий будущей финансовой стабильности нефтеперерабатывающим заводам (НПЗ) и автозаправочным станциям (АЗС). Таким образом, актуальной остается необходимость установления особенностей регулирования розничных цен на бензин на топливном рынке Российской Федерации и последующей разработки оптимальной модели регулирования топливного рынка страны, которая способна обеспечить стабильность розничных цен, устойчивость сбытового бизнеса и предсказуемость бюджетных поступлений.

Анализ последних исследований и публикаций. Изучению проблем, связанных с ценообразованием на топливном рынке РФ, посвящены научные труды А. Александрова, Г. Выгона, Е. Колбиковой, Ю. Максимова, А. Трегубова, Е. Ярынкиной и др. Вместе с тем многообразие методов формирования цен на топливном рынке позволяет утверждать, что тема не утратила актуальности и требует дальнейшего исследования.

Изложение основного материала исследования. Ценообразование на розничном рынке бензина является сложным процессом, который характеризуется следующими особенностями:

1) основным сырьем для производства бензина является нефть, ключевыми характеристиками которой выступают торгуемость, незначительные издержки транспортировки, возможность и скорость изменения направлений торговых потоков;

2) основными субъектами мирового рынка нефтепродуктов являются вертикально интегрированные нефтяные компании (ВИНК), которые, с одной стороны, препятствуют развитию конкуренции в цепочке производства, с другой – ограничивают конкуренцию в розничном сегменте;

3) розничные цены обеспечивают необходимые условия для прибыльной работы розничной торговли.

Рассмотрим мировой опыт в регулировании розничных цен на бензин.

Для Саудовской Аравии характерно жесткое регулирование цен на бензин. С начала 2000-х годов и до 2018 г. цены на бензин в стране были одними из самых низких в мире. Однако в январе 2018 г. правительством страны было принято решение о повышении цены на топливо: с 0,2 до 0,37 долл./л для бензина с октановым числом 91 и с 0,24 до 0,57 долл./л для высокооктановых марок. Вследствие этого страна по уровню топливных цен приблизилась к США (в 2014 г. в США бензин дороже в 6 раз, в 2018 г. – в 1,5 раза).

В начале 2016 г. по данным МВФ субсидирование автомобильного топлива электроэнергией и газом обходилось стране в 60 млрд. долл., или 10%

ВВП страны. Однако, несмотря на все недостатки регулирования цен на бензин, правительство Саудовской Аравии планирует переход к рыночному ценообразованию только с 2025 г.

Китай использует «гибридную» систему регулирования розничных цен на бензин, характерными чертами которой являются ручное регулирование розничных цен; отсутствие государственного комплексного компенсационного механизма; адресная поддержка НПЗ и АЗС.

Для стабилизации розничных цен на бензин на АЗС Китай использует механизм оперативной корректировки, применяя «справочную розничную цену» [1]:

$$\text{«Справочная розничная цена»} = \text{стоимость переработки} + \text{справедливая маржа розницы (в пределах } \pm 4\%) + \text{транспортные расходы} + \text{корректировка на мировые цены на нефть}$$

Особенностями регулирования розничных цен на бензин в Китае являются:

1) прямое субсидирование нефтяных компаний с целью компенсации налоговых убытков, понесенных ими при переработке, в результате низких регулируемых розничных цен;

2) наращивание НПЗ экспорта нефтепродуктов посредством закупки в качестве сырья более дешевой импортной нефти для поддержания на приемлемом уровне маржи переработки;

3) закупка в рамках квот импортной нефти и экспорт продуктов нефтепереработки на внешние рынки независимыми НПЗ.

Для стран Западной Европы характерна значительная фискальная нагрузка, в то время как затраты на приобретение нефти, переработку и реализацию нефтепродуктов схожи. Среди развитых стран мира в США самое дешевое топливо для потребителей, что стимулирует использование автотранспорта. В Европе, наоборот, регулирование направлено на минимизацию использования автотранспорта, что способствует развитию производства гибридных автомобилей и электромобилей (рис. 1) [1].

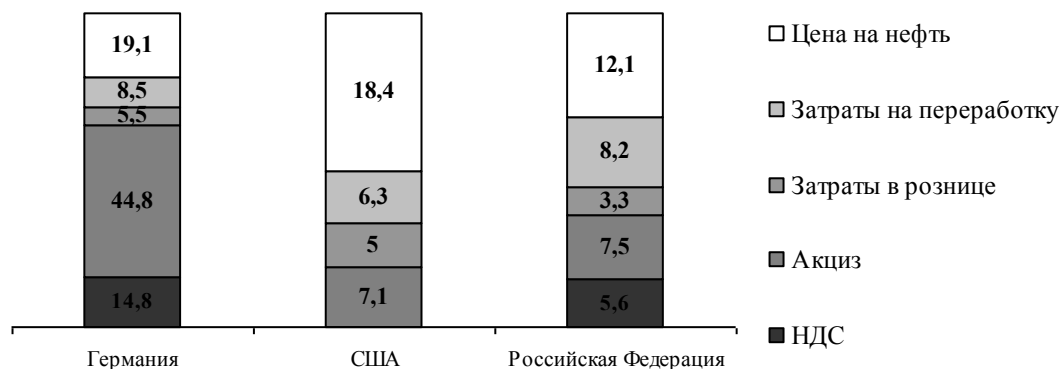


Рисунок 1 – Структура цены на бензин АИ-92 в странах мира в 2017 г., руб./л

По причине разницы в уровне налогообложения конечного потребителя розничные цены на бензин в развитых странах существенно отличаются: разброс налоговой нагрузки в цене бензина в 2017 г. составлял 0,1 – 1,2 долл./л (рис. 2) [1].

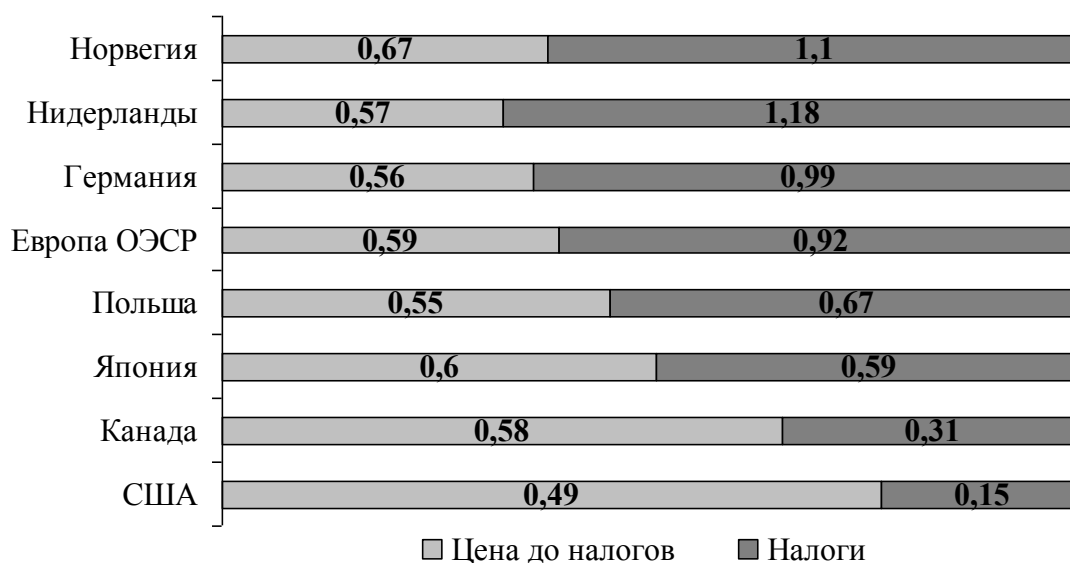


Рисунок 2 – Средние розничные цены на бензин и налоговая составляющая по странам мира в 2017 г., долл./л

Структура розничной цены на бензин АИ-95 в Российской Федерации представлена в таблице 1.

Таблица 1 – Структура розничной цены на бензин автомобильный марки АИ-95 в Российской Федерации за период 2012-2018 гг., %¹

Составляющие структуры	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018
Сырье и основные материалы за вычетом возвратных отходов, побочной и сопутствующей продукции	38,81	44,65	42,25	42,08	38,96	40,92	40,85
Стоимость основного вида сырья	52,86	44,86	42,6	46,67	42,43	45,92	46,71
Стоимость других видов сырья и основных материалов	0	6,21	6,72	6,63	5,91	4,53	4,38
Возвратные отходы, побочная и сопутствующая продукция	-14,05	-6,42	-7,07	-11,22	9,38	-9,53	-10,24
Расходы на производство, включая коммерческие расходы	6,12	7,64	8,42	7,42	6,85	7,73	6,91
Вспомогательные материалы на технологические цели	0,35	0,45	0,48	0,45	0,42	0,45	0,51
Топливо и энергия, включая воду и пар на технологические цели	1,85	1,32	0,64	0,78	0,72	0,82	0,76
Расходы на содержание и эксплуатацию оборудования	1,22	0,45	0,48	0,42	0,14	0,53	0,51
Заработная плата с отчислениями на социальные нужды	0,31	0,87	1,41	1,18	1,36	1,35	1,22
Общехозяйственные	0,59	1,04	2,96	1,51	2,41	0,95	0,92

Составляющие структуры	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018
(общезаводские) расходы							
Общепроизводственные (цеховые) расходы	0,31	2,08	1,29	2,47	1,52	2,91	2,37
Прочие производственные расходы	0,9	1,18	0,48	0,31	0,28	0,53	0,36
Коммерческие расходы	0,59	0,25	0,68	0,3		0,19	0,25
Полная себестоимость единицы продукции	44,93	52,29	50,67	49,5	45,81	48,65	47,76
Фактическая прибыль, убыток (-)	3,34	4,93	6,85	8,15	11,12	5,96	4,64
Отпускная цена без НДС, акциза и других видов налогов	48,27	57,22	57,52	57,65	56,93	54,61	52,4
НДС	10,71	12,5	13,19	13,24	13,7	12,02	11,44
Акциз	13,74	9,97	12,54	13,94	14,03	14,58	19,11
Отпускная цена с НДС, акцизом и другими видами налогов	72,72	79,69	83,25	84,83	84,66	81,21	82,95
Отпускная цена с НДС, акцизом и другими видами налогов, включая плату за доставку продукции (товара) покупателям, осуществляемую перерабатывающим предприятием	75,47	79,69	83,25	84,83	84,66	81,21	82,95
Оборот сферы обращения	24,53	20,31	16,75	15,17	15,34	18,79	17,05
Торговая надбавка	17,66	14,82	12,8	12,49	12,73	15,72	14,27
Затраты организаций розничной торговли по доставке и продаже товара	12,17	10	9,36	9,41	8,57	10,56	9,2
Затраты по доставке товара	1,84	1,98	1,86	2,02	1,75	2,22	1,99
Прибыль, убыток от продажи товара	5,49	4,82	3,44	3,08	4,16	5,16	5,07
НДС, начисленный организацией розничной торговли	6,87	5,49	3,95	2,68	2,61	3,07	2,78
Розничная цена товара	100	100	100	100	100	100	100

¹ Составлено на основе данных источника [2].

Приведенные выше составляющие следует объединить в группы.

1. *Налоги.* Принимаемые налоговые программы служат главным инструментом наполнения бюджетов страны различных уровней, таких как: дорожные фонды – за счет акцизов на автомобильное топливо; федеральный бюджет – за счет налога на добычу природных ископаемых и налога на добавленную стоимость, а также экспортных пошлин, что оказывает заметное влияние на формирование цены на бензин.

Налог на прибыль организаций составляет 20% от прибыли компаний. Налог на добавленную стоимость (НДС) рассчитывается по ставке 18% от конечной цены товара. С 1 января 2015 г. введено понятие «налоговый маневр», под которым понимается снижение вывозных таможенных пошлин и корректировка других налогов и пошлин на нефть и нефтепродукты для нефтяной отрасли и потребителей внутреннего рынка [3].

Экспортная пошлина на бензин в 2015 г. без налогового маневра составила 90% пошлины на нефть, с налоговым маневром – 78%, в 2017 г. 90 и 30% соответственно.

При существующей структуре рынка бензина в Российской Федерации высокую налоговую нагрузку способны выдержать только крупные нефтяные компании за счет эффекта от масштаба. Таким образом, высокий уровень налогообложения способствует концентрации на рынке крупных нефтеперерабатывающих компаний, способных самостоятельно устанавливать цены.

2. *Затраты на производство.* Затраты на производство бензина включают себестоимость сырья и издержки переработки нефти. Поскольку в Российской Федерации нефтеперерабатывающими заводами владеют нефтяные компании, которые осуществляют добычу нефти, зачастую информация относительно стоимости сырья не разглашается. Поэтому в открытом доступе имеются лишь приблизительные значения. Стоимость нефти в общей структуре цены на бензин в Российской Федерации составляет 12% (для сравнения: в США – 65%) [4]. В связи с этим изменение цены на нефть не оказывает существенного влияния на изменение цены на автомобильный бензин в Российской Федерации.

При определении затрат на переработку нефтепродуктов необходимо учитывать ее уровень. В Российской Федерации нефтеперерабатывающие заводы модернизированы недостаточно, степень переработки по-прежнему остается на низком уровне – в среднем около 70%, в то время как в Европе данный показатель составляет 85%, а в США – 90%. Мощности вторичной переработки в стране не превышают 50% от мощностей первичной переработки, тогда как в среднем в мире – не менее 90% [5].

3. *Транспортные расходы* – зависят от местоположения нефтеперерабатывающих заводов относительно потребительских рынков. На территории Российской Федерации существует более 30 крупных НПЗ с объемами переработки более 1 млн т нефти и несколько десятков мелких [6], однако большая их часть сосредоточена в европейской части страны. Подобное местоположение способствует неравномерности уровня цен на бензин в разных регионах страны по причине значительных затрат на его транспортировку.

4. *Торговые и оптовые надбавки.* По данным Российского топливного союза [7], оптовые надбавки в структуре средней цены на бензин по стране составляют около 14%, а торговые – 9%, то есть около 25% розничной цены. Согласно действующему законодательству РФ субъекты хозяйственной деятельности самостоятельно определяют размер наценки на бензин, что дает им возможность устанавливать необоснованно высокие значения надбавок.

Выводы и перспективы дальнейших исследований.

1. Структура розничной цены на бензин в Российской Федерации имеет несколько особенностей: значительную долю занимает налоговая составляющая – около 40%; транспортные расходы на доставку бензина различаются в зависимости от региона потребления, уровня переработки нефтепродуктов; себестоимость нефти для производства нефтепродуктов, оптовые и торговые надбавки способствуют формированию основной прибыли от продажи бензина.

2. Существенное влияние на процесс формирования цены на бензин на рынке оказывают ВИНК. При реализации бензина внутри структуры таких компаний сложно определить значение ценовых надбавок, что приводит к непрозрачному ценообразованию. Более того, крупные НПЗ продают независимым сбытовым компаниям бензин по более высокой цене, что ограничивает конкуренцию на рынке.

3. Введение правительством Российской Федерации налогового маневра послужило сокращению экспортной пошлины на бензин приблизительно в 3 раза, что значительно повысило привлекательность экспорта топлива по сравнению с продажами на внутреннем рынке.

Выводы и перспективы дальнейших исследований является более детальный анализ каждой группы составляющих структуры розничной цены на бензин в Российской Федерации с целью выявления факторов, препятствующих формированию эффективной ценовой стабилизационной политики на рынке топлива страны.

Список литературы

1. Выгон Г., Былкин А., Колбикова Е., Львова А. Цены на бензин: back to the USSR? // [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://docviewer.yandex.ua/view/26759880>

2. Официальный сайт: Федеральная служба государственной статистики РФ [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://www.gks.ru/>

3. О налоговом маневре и не только [Электронный ресурс] // Налоговый обзор от экспертов PWC. – Режим доступа: <https://www.pwc.ru/en/tax-consulting-services/assets/legislation/tax-flash-report-25-rus.pdf>

4. Нефтепереработка в России: курс на модернизацию [Электронный ресурс] // EY. – Режим доступа: [http://www.ey.com/Publication/vwLUAssets/EY-downstream-in-russia-course-to-modernization/\\$File/EY-downstream-in-russia-course-to-modernization.pdf](http://www.ey.com/Publication/vwLUAssets/EY-downstream-in-russia-course-to-modernization/$File/EY-downstream-in-russia-course-to-modernization.pdf)

5. Прогноз долгосрочного социально-экономического развития РФ на период до 2030 [Электронный ресурс] // КонсультантПлюс. – Режим доступа: http://www.consultant.ru/document/Cons_doc_LAW_144190/85db03165cb15cbe136a1b82e5756bd636ae70bc/

6. Карта российских НПЗ [Электронный ресурс] // Магистраль. – Режим доступа: <http://www.magistral116.ru/news/karta-rossiyskikh-npz/>

7. Официальный сайт: Российский топливный союз [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://www.rfu.ru/>

8. Пояснительная записка к проекту Федерального Закона «О рыночном ценообразовании на нефть и нефтепродукты в Российской Федерации» [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://www.consultant.ru/cons/cgi/online.cgi?req=doc&base=PRJ&n=99063&dst=100081#02381831700977679>.

9. Официальный сайт: Министерство финансов Российской Федерации [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://www.minfin.ru/ru/>

УДК 338.36

ОБЕСПЕЧЕНИЕ ИННОВАЦИОННОГО ПРОЦЕССА В ПРОИЗВОДСТВЕ НА ОСНОВЕ МАРКЕТИНГОВОГО ПОДХОДА

К.Г. Климов,
соискатель

ГО ВПО «Донецкий национальный университет
экономики и торговли имени Михаила Туган-
Барановского», г. Донецк, ДНР,
e-mail: innovacii-proizvodstvo2018@rambler.ru

ENSURING INNOVATIVE PROCESS IN THE PRODUCTION ON THE BASIS OF MARKETING APPROACH

K.G. Klimov,
competitor

SO HPE «Donetsk National University of Economics
and Trade named after Mykhayil Tugan-Baranovsky»,
Donetsk, DPR,
e-mail: innovacii-proizvodstvo2018@rambler.ru

Реферат

Цель. Целью статьи является изучение особенностей обеспечения инновационного процесса в производстве на основе маркетингового подхода.

Методика. В работе использованы предварительный анализ данных, статистическая модель, имитационные модели, эконометрические модели, матрица сбора данных, матрица отраслевого анализа.

Результаты. Рассмотрены критические элементы методологии, используемой для всех исследований, включают, предварительный анализ данных, статистическую модель, эконометрические модели, матрицу сбора данных, матрицу отраслевого анализа; систематизированы инновационные затраты в производственной деятельности; сделана оценка состояния инновационного процесса с помощью обобщенных основных показателей инновационной деятельности в производстве; охарактеризованы и проанализированы источники финансирования инновационной деятельности предприятий, выделены стабильные и надежные источники финансирования.

Научная новизна. Научно обосновано использование маркетинговых подходов в деятельности производственного предприятия; приведена характеристика и структура источников финансирования инновационной деятельности производственных предприятий; выделены стабильные и

надежные источники финансирования; составлен прогноз развития инновационной активности производственных предприятий.

Практическая значимость. Повышение уровня развития отечественных предприятий возможно лишь за счет увеличения внутренних показателей и потенциала развития, а также адекватного реагирования на неоднородное влияние внешней среды. Для инновационного развития производственных предприятий и преодоления негативных тенденций целесообразно использовать комплекс стратегических мероприятий.

Ключевые слова: *инновационный процесс, производство, финансовое обеспечение, инновационная политика, маркетинг инноваций, инновационное производственное предприятие, инновационный менеджмент, машиностроительный комплекс, холодильная бытовая техника.*

Постановка проблемы и ее связь с важными научными и практическими задачами. В настоящее время для современной экономики необходимо более глубокое исследование проблематики обеспечения инновационного процесса в производстве на основе маркетингового подхода.

Вместе с тем в теории и практике хозяйственной деятельности недостаточно полно раскрыты вопросы формирования стратегии роста финансовых ресурсов предприятий и поэтому возникает необходимость разработки новых методов, моделей и механизмов формирования инновационной стратегии развития производства. Это и обусловило актуальность темы исследования.

Анализ последних исследований и публикаций. Теоретические проблемы взаимозависимости развития рыночной экономики и инноваций исследуются такими учеными, как А.И. Анчишкин, С.Ю. Глазьев, В.И. Кушлин, Д.С. Львов, К. Маркс, С.В. Пирогов, Б. Санто, Д. Сахал, Б. Твисс, Й. Шумпетер, Ю.В. Яковец и др. Свой вклад в разработку теории инноваций и технического прогресса, их влияния на выработку маркетинговой стратегии внесли И. Ансофф, И.Н. Герчикова, Н.П. Гончарова, П. Дойль, Ф. Котлер, С.Д. Ильенкова, А.П. Панкрухин, П.Г. Перерва, Й. Пиннингс, Э.А. Уткин, А.Н. Фоломьев, Дж. Эванс и др. Однако необходимо постоянное совершенствование имеющихся теоретических и концептуальных положений обеспечения инновационного процесса в производстве на основе маркетингового подхода.

Изложение основного материала исследования. Grand View Research американская исследовательская и консалтинговая компания, использует всеобъемлющую и итеративную методологию исследования, ориентированную на минимизацию отклонений, чтобы обеспечить максимально точные оценки и прогноз. Повторяющейся темой, распространенной во всех исследовательских отчетах, является триангуляция данных. Критические элементы методологии, используемой для всех исследований, включают:

1. Предварительный анализ данных. Сырые рыночные данные получены и сопоставлены на широком фронте. Данные постоянно обновляются, чтобы

гарантировать, что рассматриваются только проверенные и авторизованные источники. Кроме того, данные добываются из множества отчетов в различных репозиториях, а также из ряда известных платных баз данных. Для всестороннего понимания рынка важно понимать всю цепочку создания стоимости.

2. Статистическая модель. Рыночные оценки и прогнозы рассчитываются с помощью имитационных моделей. Для каждого исследования создается уникальная модель. Собранные информация о динамике рынка, технологическом ландшафте, тенденциях разработки приложений и ценообразования подается в модель и анализируется одновременно. Эти факторы изучаются на сравнительной основе, и их влияние на прогнозируемый период определяется с помощью корреляционного, регрессионного анализа и анализа временных рядов. Прогнозирование рынка осуществляется с помощью комбинации экономических инструментов, технологического анализа, отраслевого опыта и предметной экспертизы.

3. Эконометрические модели, как правило, используются для краткосрочного прогнозирования, в то время как технологические модели рынка используются для долгосрочного прогнозирования. Они основаны на слиянии технологий, нормативной базы, экономические перспективы и бизнес-принципы. Это имеет решающее значение для глубокого понимания отрасли, а также обеспечения минимальных ошибок.

4. Матрица сбора данных, используемых для анализа инновационного процесса в производстве, включает следующие этапы и направления деятельности: определение перспективы, первичное исследование, вторичное исследование, аспект предложения, анализ деятельности мировых производителей, дистрибьюторов и оптовых торговцев технологиями, подготовка отчетов и публикаций, проведение независимого расследования, сбор экономических и демографических данных, опрос респондентов потребителей, исследование конкретной ситуации.

5. Матрица отраслевого анализа включает следующие виды исследований: качественный анализ; количественный анализ; отраслевой ландшафт и тенденции; динамику рынка и ключевые вопросы; технологический ландшафт; возможности на рынке; анализ Портера и анализ Пестеля; конкурентный ландшафт и бенчмаркинг компонентов; сценарий политики и регулирования; оценки и прогнозы рыночной выручки до 2025 г. по технологиям, заявкам, видам, компонентам; региональные прогнозы объема рынка, по технологии; прогнозы доходов регионального рынка по применению, видам, компонентам [1].

Затраты на технологические, маркетинговые и организационные инновации представлены на рис. 1.

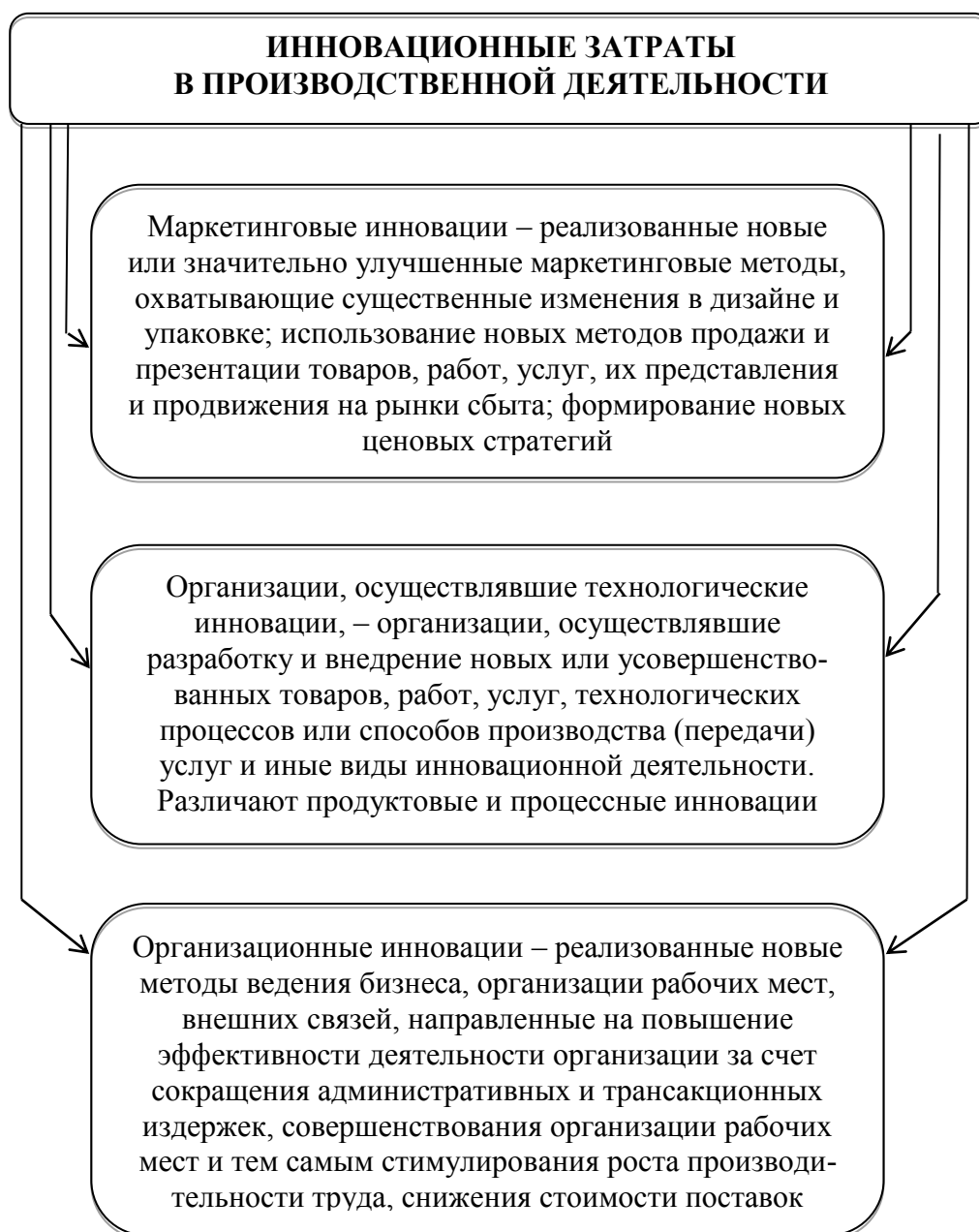


Рисунок 1 – Классификация инновационных затрат в производственной деятельности

Существует ряд источников финансирования инновационной деятельности отечественных предприятий, к которым относятся: собственные средства, то есть прибыль; амортизация; собственные накопления предприятия; мобилизованные внутренние активы; привлеченные средства – от эмиссии ценных бумаг, продажи акций или полученные в виде паевых и других взносов; заемные средства, которые могут быть представлены современными рыночными формами ассигнований, такими как банковский кредит и лизинг, форфейтинг, франчайзинг, венчурное финансирование, продажа облигаций предприятия [2].

Основным источником финансирования инновационной деятельности в 2016 г. остаются собственные средства предприятий 649502,5 млн. руб. (50,6% общего объема расходов на инновации). По видам промышленной деятельности в 2017 г. возрос объем финансирования инновационной деятельности в производственной, легкой, химической промышленности, а также производства.

Состояние инновационного процесса целесообразно охарактеризовать с помощью обобщенных основных показателей инновационной деятельности, динамика которых представлена за 2013-2017 гг. в табл. 1-5 и на рис. 2 [4].

Построение высокоэффективной инновационной национальной системы предполагает не только развитие научной деятельности государства, но и инновационную деятельность производственных предприятий. При таких условиях главным фактором повышения эффективности работы отрасли и усиления конкурентоспособности производственной продукции на внутреннем и внешних рынках является активизация инновационной деятельности предприятий, направленной на повышение качества производимой продукции [5, с. 203-206].

Анализ количества предприятий производственной сферы, осуществлявших инновационную деятельность, в процентах к общему числу инновационно активных предприятий по направлениям инновационной деятельности позволяет сделать выводы, что в структуре направлений инновационной деятельности в производственной промышленности за 2013-2017 гг. произошли существенные изменения.

На фоне незначительного роста объемов реализованной инновационной продукции производственной отрасли продолжает сокращаться ее доля в структуре реализованной продукции – в 2017 г. она снизилась на 49% по сравнению с 2016 г. и составила лишь 29,2%. Вместе с тем снижается экспортная ориентация производства инновационной продукции, о чем свидетельствует тенденция к снижению доли инновационной продукции отрасли. Так, в 2017 г. она составляла 29,2% всей реализованной инновационной продукции отрасли, а объемы реализованной за пределы инновационной продукции сократились на 15,6% по сравнению с 2016 г. [3].

Таблица 1 – Основные показатели инновационной деятельности в производстве в Российской Федерации, 2013-2017 гг.

Показатель	2013 г. план	2014 г.		2015 г.		2016 г.		2017 г.	
		факт	откл.	факт	откл.	факт	откл.	факт	откл.
Инновационная активность организаций (удельный вес организаций, осуществлявших технологические, организационные, маркетинговые инновации в отчетном году), %	10,1	9,9	-0,2	9,3	-0,8	8,4	-1,7	8,5	-1,6
Удельный вес организаций, осуществлявших технологические инновации в отчетном году, %	8,9	8,8	-0,1	8,3	-0,6	7,3	-1,6	7,5	-1,4
Отгружено товаров собственного производства, выполнено работ и услуг, млн. руб.	38334530,2	41233490,9	2898960,7	45 525133,8	7190603,6	51 316 283,5	12981753,3	57 611 057,8	19276527,6
В том числе инновационные товары, работы, услуги, млн. руб.	3507 866,0	3579923,8	72057,8	3 843 428,7	335562,7	4 364 321,7	856455,7	4 166 998,7	659132,7
Удельный вес инновационных товаров, работ, услуг в общем объеме отгруженных товаров, выполненных работ, услуг, %	9,2	8,7	-0,5	8,4	-0,8	8,5	-0,7	7,2	-2,0
Затраты на технологические инновации, млн. руб.	1112 429,2	1 211 897,1	99467,9	1 200 363,8	87934,6	1 284 590,3	172161,1	1 404 985,3	292556,1
Удельный вес затрат на технологические инновации в общем объеме отгруженных товаров, выполненных работ, услуг, %	2,9	2,9	-	2,6	-0,3	2,5	-0,4	2,4	-0,5
Удельный вес организаций, осуществлявших организационные инновации в отчетном году, %	2,9	2,8	-0,1	2,7	-0,2	2,4	-0,5	2,3	-0,6
Удельный вес организаций, осуществлявших маркетинговые инновации в отчетном году, в общем числе обслуживающих организаций, %	1,9	1,7	-0,2	1,8	-0,1	1,4	-0,5	1,4	-0,5
Удельный вес организаций, осуществлявших экологические инновации в отчетном году, %	1,5	1,6	0,1	1,6	0,1	1,1	-0,4

Таблица 2 – Разработанные передовые производственные технологии по группам передовых производственных технологий в целом по Российской Федерации за период 2000-2017 гг., ед.

Показатель	2000	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017
Разработанные передовые производственные технологии, всего	688	637	735	780	787	789	864	1 138	1 323	1 429	1 409	1 398	1 534	1 402
Проектирование и инжиниринг	165	138	148	177	173	196	216	316	305	426	445	359	402	417
Производство, обработка и сборка	281	291	362	365	369	328	383	405	548	517	506	548	509	485
Автоматизированная транспортировка материалов и деталей, а также осуществление автоматизированных погрузочно-разгрузочных операций	20	9	13	8	14	21	18	24	23	22	22	12	34	34
Аппаратура автоматизированного наблюдения и/или контроля	76	91	97	110	99	102	116	128	121	137	110	117	160	134
Связь и управление	90	57	56	67	68	67	70	154	204	206	202	232	285	218
Производственная информационная система	18	21	24	14	23	26	20	51	60	68	65	84	83	44
Интегрированное управление и контроль	38	30	35	39	41	49	41	60	62	53	59	46	61	70

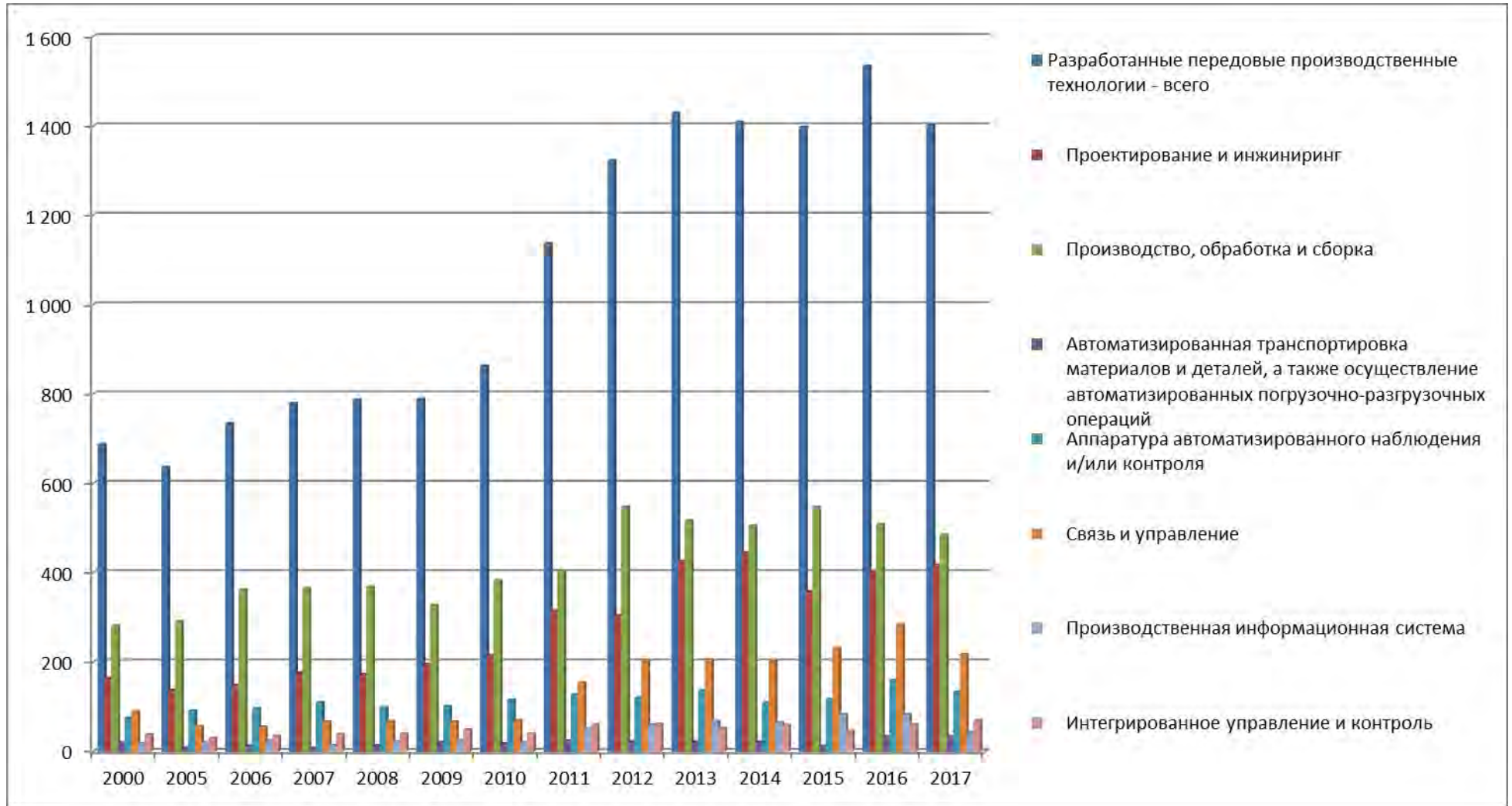


Рисунок 2 – Разработанные передовые производственные технологии по группам передовых производственных технологий в целом по Российской Федерации за период 2000-2017 гг.

Таблица 3 – Объем инновационных товаров, работ, услуг по Российской Федерации (по видам экономической деятельности) в 2017 г., млн. руб.

Показатели	Код по ОКВЭД2 ОК 029-2014 ¹⁾	Отгружено товаров собственного производства, выполнено работ и услуг собственными силами	
		всего	в том числе инновационные товары, работы, услуги
Всего		57 611 057,8	4 166 998,7
Из них по видам экономической деятельности:			
выращивание однолетних культур	01.1	549 882,7	10 625,8
выращивание многолетних культур	01.2	14 415,2	442,5
выращивание рассады	01.3	2 137,8	457,3
животноводство	01.4	963 286,0	16 602,3
смешанное сельское хозяйство	01.5	6 365,0	-
деятельность вспомогательная в области производства сельскохозяйственных культур и послеуборочной обработки сельхозпродукции	01.6	17 273,3	318,1
промышленное производство		50 872 845,3	3 403 055,2
из них:			
добыча полезных ископаемых	В	12 657 797,7	489 447,1
обрабатывающие производства	С	32 880 746,1	2 832 804,4
из них:			
производство электрического оборудования	27	720 876,9	58 506,7
производство машин и оборудования, не включенных в другие группировки	28	867 217,7	68 174,9

Таблица 4 – Инновационная активность организаций (удельный вес организаций, осуществлявших технологические, организационные, маркетинговые инновации в отчетном году, в общем числе обследованных организаций), по видам экономической деятельности, %

Показатели	Код по ОКВЭД2 ОК 029-2014	2013 г. план	2014 г.		2015 г.		2016 г.		2017 г.	
			факт	откл.	факт	откл.	факт	откл.	факт	откл.
Всего		8,4	9,2	0,8	9,3	0,9	8,4	-	8,5	0,1
из них по видам экономической деятельности:										
промышленное производство, в т.ч.:		10,1	10,4	0,3	10,6	0,5	10,5	0,4	10,6	0,5
обрабатывающие производства, в т.ч.:	С	13,8	14,2	0,4	13,3	0,5	13,3	0,5	15,1	1,3
производство электрического оборудования	27	26,8	26,9	0,1	27,4	0,6	25,9	-0,9	25,7	-1,1
производство машин и оборудования, не включенных в другие группировки	28	14,3	14,6	0,3	13,9	-0,4	14,3	-	22,0	7,7

Таблица 5 – Удельный вес организаций, осуществлявших технологические инновации в отчетном году, в общем числе обследованных организаций (по видам экономической деятельности), %

Показатели	Код по ОКВЭД2 ОК 029-2014	2013 г. план	2014 г.		2015 г.		2016 г.		2017 г.	
			факт	откл.	факт	откл.	факт	откл.	факт	откл.
Всего		8,1	8,0	-0,1	8,3	0,2	7,3	-0,8	7,5	-0,6
из них по видам экономической деятельности:										
промышленное производство, в т.ч.:		9,4	9,2	-0,2	9,5	0,1	9,6	0,2	9,9	0,3
обрабатывающие производства, в т.ч.:	С	11,9	12,0	0,1	12,1	0,2	11,8	-0,1	12,5	0,6
производство электрооборудования	27	25,9	26,4	0,5	26,8	0,9	26,5	0,6	26,5	0,6
производство машин и оборудования, не включенных в другие группировки	28	11,8	12,1	0,3	12,9	1,1	12,6	0,8	19,9	8,1

Инновационная активность предприятий сферы производства в течение 2013-2017 гг. в основном демонстрировала умеренную восходящую динамику (табл. 6).

Таблица 6 – Показатели инновационной деятельности предприятий сферы производства за период 2013-2017 гг. ¹

Показатель	2013	2014	2015	2016	2017
Количество инновационно активных предприятий, ед. / % от общего количества предприятий отрасли	<u>352</u> 14,3	<u>384</u> 16,1	<u>421</u> 23,9	<u>428</u> 24,9	<u>1609</u> 16,1
Количество предприятий, внедряющих инновации, ед. / % от общего количества предприятий отрасли	<u>296</u> 12,0	<u>313</u> 13,1	<u>348</u> 26,1	<u>321</u> 23,6	<u>600</u> 6,00
Количество предприятий, реализовавших инновационную продукцию, ед. / % от общего количества предприятий отрасли	<u>239</u> 9,7	<u>268</u> 11,2	<u>281</u> 12,5	<u>276</u> 12,8	<u>905</u> 9,06
Объемы реализованной инновационной продукции, млн. / % от общего объема реализованной продукции отрасли	<u>4660,9</u> 3,2	<u>5485,3</u> 3,3	<u>4614,3</u> 2,5	<u>7275,7</u> 3,5	<u>25669,0</u> 2,5
Объемы реализованной за пределы страны инновационной продукции, млн. руб. / % от общего объема реализованной инновационной продукции отрасли	<u>1143,1</u> 24,5	<u>1475,6</u> 26,9	<u>1566,2</u> 33,9	<u>1709,7</u> 23,5	<u>7486</u> 29,2

¹ Разработано автором.

Анализ затрат на инновационную деятельность в производстве свидетельствует о преимущественном направлении предприятиями средств на техническое переоснащение производства за анализируемый период. Доля средств, потраченных на приобретение машин, оборудования и программное обеспечение, в общей структуре расходов на инновационную деятельность в 2017 г. превышала 86,1%, в то время как в 2016 г. этот показатель составлял 88,1% (табл. 7).

Таблица 7 – Объемы расходов на инновационную деятельность в производстве за период 2013-2017 гг.

Показатель	2013		2014		2015		2016		2017	
	сумма, млрд. руб.	уд. вес, %	сумма, млрд. руб.	уд. вес, %	сумма, млрд. руб.	уд. вес, %	сумма, млрд. руб.	уд. вес, %	сумма, млрд. руб.	уд. вес, %
Внутренняя НИР	3,40	0,56	23,00	2,47	22,30	0,01	82,40	4,85	157,4	7,24
Внешняя НИР	5,00	0,82	4,10	0,44	4,90	0,31	16,20	0,95	3,5	0,16
Приобретение машин, оборудования и программного	509,10	83,6	784,10	84,0	1235,2	78,8	1498,2	88,1	1872,9	86,1

Показатель	2013		2014		2015		2016		2017	
	сумма, млрд. руб.	уд. вес, %	сумма, млрд. руб.	уд. вес, %	сумма, млрд. руб.	уд. вес, %	сумма, млрд. руб.	уд. вес, %	сумма, млрд. руб.	уд. вес, %
обеспечения										
Внешние знания	15,20	2,49	1,60	0,17	1,10	0,07	2,10	0,12	0,7	0,03
Другие	76,20	12,5	120,20	12,8	302,60	19,3	101,60	5,97	138,9	6,39
Всего	608,90	100	933,00	100	1566,1	100	1700,5	100	2173,6	100

Такая незначительная часть предприятий, на базе которых осуществляются исследование и разработки, свидетельствует о том, что в производственной сфере среди стратегических направлений развития предприятий отсутствует стремление к технико-технологическим изменениям и имеет место низкий уровень осознания необходимости этих изменений.

Сегодня выделяют следующие источники финансирования инновационной деятельности предприятий:

1) собственные финансовые ресурсы субъектов хозяйственной деятельности (амортизационные отчисления, чистая прибыль, другие поступления);

2) средства, привлеченные на фондовом рынке (путем эмиссии и размещения корпоративных прав, долговых ценных бумаг, депозитарных расписок и привлечения инвестиций в других формах);

3) ссуды (банковские кредиты, коммерческие кредиты, государственные ссуды, кредиты международных финансовых организаций);

4) расходы государственного и местных бюджетов, а также государственных целевых фондов (в виде финансирования, ассигнования, дотирования);

5) другие источники (благотворительные взносы, помощь).

Несмотря на то, что важнейшими партнерами всех инновационных предприятий по сотрудничеству остаются в первую очередь поставщики оборудования, материалов, компонентов или программного обеспечения, а также клиенты или потребители (9%), часть предприятий, которые сотрудничали с научными организациями (консультантами, коммерческими лабораториями, университетами и другими высшими учебными заведениями и научно-исследовательскими институтами), составляла свыше 10%.

В течение 2013-2017 гг. 18,1% предприятий с технологическими инновациями сотрудничали с другими предприятиями и организациями, в т.ч. университетами, научно-исследовательскими институтами и т.п.

Медленные темпы инновационно-технологической модернизации предприятий производства предопределены неэффективной структурой финансирования инновационной деятельности в отрасли, в которой подавляющая часть приходится на собственные средства предприятий (81,36% в 2017 г.).

Другим важным источником финансирования инновационной деятельности были кредитные средства, их часть в структуре финансирования инновационной деятельности в производственной промышленности в течение 2013-2017 гг. увеличилась с 5,03% в 2016 г. до 18,54% в 2017 г.

Незначительными на протяжении исследуемого периода были части средств отечественных и иностранных инвесторов в структуре финансирования инновационной деятельности: если в 2016 г. они представляли 8,09%, в 2017 г. – 0,01% соответственно, то начиная с 2013 г. и в 2014 г. почти свелись к нулю.

Объем реализованной промышленной продукции указывает на то, что среди предприятий производственной промышленности наибольший удельный вес имеют предприятия с долей инновационной продукции в общем объеме реализованной продукции.

Финансирование инновационной деятельности для производственных предприятий в условиях ограниченности собственных финансовых ресурсов и внешних источников инвестиций становится одним из наиболее острых вопросов. Осуществление инновационной деятельности и внедрение инноваций предусматривают наличие соответствующего финансирования.

На протяжении 2015-2017 гг. инновационной деятельностью в производстве занималось 2259 предприятий, или 22,6% обследованных. Анализ структуры производственных предприятий, которые реализовывали инновационную продукцию, части инновационной продукции в общем объеме реализованной продукции, показал, что наибольший удельный вес имеют предприятия с частью инновационной продукции в общем объеме реализованной продукции. В целом по производству значение этих показателей в 2016 г. составило 21,17%, в 2017 г. – 19,88%.

Так, удельный вес предприятий, которые осваивали производство инновационных видов продукции, новой для рынка, в общем количестве инновационно активных предприятий, которые реализовали инновационную продукцию, в 2017 г. составил 16,43%, а в среднем по промышленности – 2,12%. По направлению реализации продукции, которая была новой только для предприятия, в 2017 г. данный показатель составил 26,55 и 7,86% соответственно.

Начиная с 2013 г. темпы изменения объема реализованной инновационной продукции, в сравнении с 2017 г., несущественно отстают от этих значений в среднем по всей промышленности, но имеют похожую тенденцию роста. Поэтому главной задачей инновационного развития предприятий сегодня является внедрение инновационных технологий производства, позволяющих создавать качественную и высокотехнологическую продукцию.

Таким образом, динамика инновационных сдвигов в производстве является позитивной, невзирая на недостаточно высокие темпы осуществления инновационных превращений. Усилиями правительства и производителей заложен фундамент для развития наиболее перспективных инновационных

направлений в отрасли – введение международных стандартов качества и безопасности производственной продукции, развития высокотехнологичного производства и более эффективного использования потенциала производственного комплекса для диверсификации источников энергоснабжения. Такая ситуация относительно инновационной активности производственных предприятий национального хозяйства вызвана действием ряда внутренних и внешних факторов влияния.

Целесообразно сформировать действенный механизм использования заимствованных финансовых ресурсов для обеспечения достаточного уровня финансирования инновационной деятельности, которая предусматривает разработку и реализацию системы мероприятий по активизации инвестиционной деятельности банков и других финансовых учреждений и посредников. Также необходимо четко определить систему стимулирования и повышения их заинтересованности в долгосрочном кредитовании. Для повышения уровня обеспеченности финансовыми ресурсами инновационной деятельности также необходимо наряду с кредитами применять нетрадиционные способы финансирования инновационных проектов – франчайзинг, лизинг, факторинг. Это создаст необходимые условия для перемещения доходов из низкотехнологичных сегментов экономики в высокотехнологичные и будет способствовать переходу к модели инновационного развития.

Для активизации инновационной деятельности отечественных производственных предприятий необходимо осуществлять широкий комплекс мероприятий, связанных с действиями, как органов власти, так и с самих предприятий. Кроме того, основой улучшения динамики инновационной деятельности должно быть выявление и применение внутренних резервов предприятий, а базой аккумуляирования и оптимального распределения ресурсов, потенциальных возможностей и резервов предприятий – четко разработанная, комплексная и одновременно детализированная стратегия развития на долго- и среднесрочную перспективу, а также программа развития на короткий срок.

Для инновационного развития производственных предприятий и преодоления негативных тенденций необходимо:

- увеличить реализацию продукции, расширить ассортимент продукции; освоить новые рынки сбыта;

- гарантировать защиту прав потребителей;

- сформировать систему свободного и прозрачного ценообразования путем организации прогнозируемого рынка, наполнения финансовыми и товарными потоками его инфраструктуры;

- ускорить разработку и внедрение государственных стандартов и сертификатов соответствия производственной продукции;

- обновить материально-техническую базу предприятий промышленности;

создать благоприятные условия для привлечения как иностранных, так и внутренних инвесторов, применения лизинга, разных форм кредитования производства.

Выводы и перспективы дальнейших исследований. Общим результатом научной статьи являются следующие итоги:

рассмотрены критические элементы методологии, используемой для всех исследований, включают, предварительный анализ данных, статистическую модель, эконометрические модели, матрицу сбора данных, матрицу отраслевого анализа;

систематизированы инновационные затраты в производственной деятельности;

сделана оценка состояния инновационного процесса с помощью обобщенных основных показателей инновационной деятельности в производстве;

охарактеризованы и проанализированы источники финансирования инновационной деятельности предприятий;

разработан комплекс мероприятия инновационного развития производственных предприятий, в том числе и для производственных предприятий Донецкой Народной Республики.

Установлено, что существование системного кризиса в экономике обусловлено нестабильностью развития мировой экономики, существованием структурных отраслевых диспропорций, низким уровнем потенциала развития предприятий и импортоориентированностью экономики.

Перспективами дальнейших исследований является разработка предложений по повышению уровня развития производственных предприятий, которое возможно лишь за счет увеличения внутренних показателей и потенциала развития, адекватного реагирования на неоднородное влияние внешней среды.

Список литературы

1. Федеральный закон от 23.08.1996 № 127-ФЗ «О науке и государственной научно-технической политике» // Источник: «Агентство инноваций и развития экономических и социальных проектов» Электронный ресурс. Режим доступа: <https://www.innoros.ru/zakonodatelstvo>

2. Стратегия инновационного развития Российской Федерации на период до 2020 года [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://docs.cntd.ru/document/902317973>

3. Леванова Н.Е. Разработка методики оценки инновационной активности персонала организации // Молодой ученый. — 2011. — №5. Т.1. — С. 203-206. — URL <https://moluch.ru/archive/28/3181>

4. Официальный сайт Федеральной службы статистики. Электронный ресурс. Режим доступа: <https://fedstat.ru/organizations/>

5. Индикаторы инновационной деятельности: 2017 // Статистический сборник. Электронный ресурс. Режим доступа: <https://www.hse.ru/data/2017/03/14/1170079947>

6. Власова В.В. Глобальный инновационный индекс – 2016 / В.В. Власова, Л.М. Гохберг, Т. Е. Кузнецова, В.А. Рудь [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://issek.hse.ru/data/2016/08/15/1117964142/NTI_N_12_15082016.pdf

УДК [658.6:629.331-7]:339.15

ВЛИЯНИЕ АССОРТИМЕНТА ТОВАРОВ И КАЧЕСТВА ОБСЛУЖИВАНИЯ НА ФОРМИРОВАНИЕ ДОХОДОВ ПРЕДПРИЯТИЯ НА РЫНКЕ АВТОХИМИИ

Э.М. Локтев,
канд. экон. наук, профессор,
Л.Г. Саркисян,
канд. экон. наук, профессор¹,
А.А. Азарян, канд. экон. наук²

¹ – ГО ВПО «Донецкий национальный университет экономики и торговли имени Михаила Туган-Барановского», г. Донецк, ДНР, e-mail: elkommerce@mail.ru;

² – ГО ВПО «Донецкий национальный университет экономики и торговли имени Михаила Туган-Барановского», г. Донецк, ДНР, e-mail: elkommerce@mail.ru;

INFLUENCE OF PRODUCT ASSORTMENT AND QUALITY OF SERVICE FOR THE FORMATION OF ENTERPRISES INCOMES IN THE MARKET OF AUTOMOTION

E.M. Loktev,
kand. Econ. Sciences, Professor,
L.G. Sargsyan, Cand. Econ
Sciences, Professor¹,

¹ – SO HPE «Donetsk National University of Economics and Trade named after Mykhayil Tugan-Baranovsky», Donetsk, DPR, e-mail: elkommerce@mail.ru;

A.A. Azaryan, Cand. Econ
Sciences²

² – SO HPE «Donetsk National University of Economics and Trade named after Mykhayil Tugan-Baranovsky», Donetsk, DPR, e-mail: elkommerce@mail.ru;

Реферат

Цель. Цель статьи заключается в изыскании дополнительных доходов и прибыли за счет совершенствования (путем оптимизации) ассортимента, расширения перечня услуг и повышения качества торгового обслуживания на предприятиях розничной торговли по реализации продукции автохимии и автокосметики.

Методика. В процессе исследования использованы экономико-статистический метод и метод анкетирования.

Результаты. Установлена тесная зависимость между структурой ассортимента предприятия, перечнем оказываемых услуг, качеством торгового обслуживания в автосервисе и ростом доходов от торговой деятельности. Экономически обоснована взаимосвязь роста доходов от реализации товаров и уровня качества обслуживания на предприятиях автосервиса г. Донецка. Так увеличение объема оборота по услугам с 10% - в 2016 г. до 11% - в 2017 г. способствовало росту рентабельности предприятия в целом (с 1,5% - 2016 г. до 1,7% - в 2017 г.)

Научная новизна. Разработаны рекомендации по повышению эффективности ассортиментной политики, росту доходов и качества услуг на розничных торговых предприятиях.

Практическая значимость. Полученные результаты исследования могут быть использованы в деятельности аналогичных по специализации торговых предприятий. В частности, ООО «REAL-auto» (ул. Челюскинцев, 148), ООО «Автоматгазин» (Т/К «Маяк»)

Ключевые слова: *ассортиментная политика, структура товарооборота, структура ассортимента, себестоимость (товаров, работ и услуг), издержки обращения, торговая надбавка, прибыль от реализации товаров, чистая прибыль, рентабельность продаж, качество торгового обслуживания, лояльность потребителей.*

Постановка проблемы и ее связь с важными научными и практическими задачами. В рыночных условиях хозяйствования при высоком уровне конкуренции в сфере обслуживания наряду с основной целью маркетинга – максимальным удовлетворением спроса потребителей – не менее важной проблемой является результативность работы торговых предприятий, которая определяется не только ростом дохода от продажи (хотя этот источник формирования доходов преобладающий), но и повышением лояльности круга потребителей, увеличением количества услуг, предоставляемых предприятиями автосервиса.

Анализ последних исследований и публикаций. С учётом, проведенных ранее исследований рынка автохимии в Донецком регионе, повышение качества сервиса и расширение перечня услуг являются приоритетными для торговых предприятий данной специализации.

Изложение основного материала исследования. Автохимия представляет собой ассортимент специальных химических жидкостей для поддержания нормальной работы всех узлов и деталей автомобиля. Ассортимент автохимии достаточно глубок и включает:

- моторное масло российских и зарубежных производителей (синтетическое, полусинтетическое, натуральное);
- профессиональные жидкости для очистки и промывки топливных и масляных систем;
- клеи, герметики, присадки в топливо;
- антифризы и тосолы;
- тормозные жидкости;

- профессиональную химию для автомойки и ассортимент другого назначения.

Автокосметика – набор специальных химических средств, обеспечивающий сохранение первоначального вида автомобиля. Ассортимент автокосметики также достаточно глубок: полироли, очистители, шампуни, восстановители.

Общее количество наименований, видов и разновидностей отдельных товарных категорий на исследуемом торговом предприятии (ООО «Автомаг-техника», г. Донецк) составляет более 1200. Их можно сгруппировать по назначению и свойствам. Для анализа структуры товарооборота следует сгруппировать и представить ассортимент имеющихся в реализации наименований по укрупненным товарным группам и назначению.

Результаты анализа структуры реализации продукции автохимии и автокосметики ООО «Автомаг-техника» по назначению за период 2016-2017 гг. приведены в таблице 1.

Таблица 1 – Структура товарооборота ООО «Автомаг-техника»

Наименование продукции	2016 г.		2017 г.	
	сумма, тыс. руб.	доля, %	сумма, тыс. руб.	доля, %
Моторные масла, в целом	8498	37,6	11646	48,5
В том числе:				
моторные масла полусинтетические	3526	15,6	4514	18,8
моторные масла синтетические	1898	8,4	2689	11,2
минеральные моторные масла	588	2,6	816	3,4
Трансмиссионные масла	859	3,8	1248	5,2
Масла для коммерческого транспорта	1627	7,2	2378	9,9
Автохимия, в целом	9198	40,7	7683	32
Автокосметика	587	2,6	552	2,3
Автозапчасти	1808	8	1609	6,7
Услуги по текущему ремонту и облагораживанию	2509	11,1	2524	10,5
Всего по ООО «Автомаг-техника»	22600	100	24010	100

Анализ структуры товарооборота ООО «Автомаг-техника» показывает, что в исследуемом периоде общий объем товарооборота увеличился в основном за счет роста себестоимости продукции. Это обусловлено повышением цен на энергоносители. Существенных изменений в объемах реализации отдельных групп не произошло. Исключение составляют группы полусинтетических и синтетических масел, по первым из которых в 2017 г. объем реализации увеличился на 254 тыс. руб. при темпах роста 111,8% (при общем темпе роста по ООО «Автомаг-техника» 106,2%). В свою очередь, по группам синтетических масел уменьшились и объем, и доля в обороте 2017 г. по сравнению с 2016 г. Кроме того, более высокие темпы роста спроса на полусинтетические масла закономерны. Так если в 2016 г. спрос на них был выше на 565 тыс. руб., то в 2017 г. он составил 840 тыс. руб. Это в основном обусловлено более высоким уровнем цен на синтетические масла (цена 1 л – 460 руб. ТМ ENJ/-Sint OW-20) по сравнению с полусинтетическими (цена 1 л – 250 руб.). Аналогичные причины стимулируют рост продаж масла для

коммерческого транспорта (для крупнотоннажных перевозок), реализация которого в 2017 г. увеличилась на 318 тыс. руб. по сравнению с 2016 г. при самых высоких темпах – 126%.

Кроме того, значительным резервом роста товарооборота и доходов предприятий данной специализации является расширение сферы услуг, связанных с текущим ремонтом и облагораживанием автомобилей, которые являются условиями узнаваемости фирмы и формирования имиджа на региональном рынке. Как показывает анализ, доля этих услуг в 2017 г. на исследуемом предприятии возросла до 11% (в 2016 г. – 10%). Однако основной прирост был обеспечен не за счет расширения услуг и количества клиентов, а за счет повышения тарифов и себестоимости выполненных работ. Безусловно, во многом это положение можно аргументировать уровнем обеспеченности ООО «Автомаг-техника» материально-технической базой, что ограничивает развитие услуг по ремонту и техническому обслуживанию автомобилей. Принимая во внимание высокий уровень конкуренции со стороны автоцентров и станций технического обслуживания Киевского и Куйбышевского районов, руководству ООО «Автомаг-техника» следует увеличить источники финансирования развития услуг.

С целью повышения эффективности ассортиментной политики ООО «Автомаг-техника» необходимо сформировать указанный ассортимент по укрупненным группам товаров по их роли и выполняемым функциям. По этому признаку в ООО «Автомаг-техника» можно выделить следующие категории товаров:

1. Эксклюзивные – их основная роль сводится к выделению той или иной фирмы среди основных конкурентов. Этот ассортимент обычно представлен премиальными линейками ассортимента отдельных производителей моторных масел с присадками, полиролей различного назначения, холодной сварки престижных брендов, суперклеев и герметиков. Обычно эта группа включает до 3% от общего количества ассортимента.

2. Приоритетные – формируют максимальный объем прибыли. В основном это ассортимент более высокого спроса покупателей и меньшей издержкостности. К этой группе относятся товары высокого качества, престижных торговых марок зарубежных товаропроизводителей. На ее долю приходится до 20% от общего количества. Данный ассортимент в ООО «Автомаг-техника» включает: моторные масла синтетические и полусинтетические торговых марок ENJ (Япония), и TEX-OIL (Россия), автокосметику ТМ SOFT (Япония), SONAX (Германия), Doctor Wax (США) и Meguiars (США).

3. Основные (базовые) – главное назначение – сформировать основу товарооборота, уровень цен на данный ассортимент значительно ниже, чем эксклюзивных и приоритетных. Они рассчитаны на массового потребителя и включают до 50-60% от всего количества наименований. Для ООО «Автомаг-техника» это моторное масло для коммерческих перевозок, все виды смазок, антифризы и тосол, шампуни для мойки автомобиля, омыватели, очистители, клеи и герметики, присадки к маслу и др. Их основная цель – привлечь как

можно больше покупателей путем широкого и глубокого ассортимента и удовлетворения их запросов.

4. Периодические (сезонные) – это ассортимент автохимии и автокосметики, спрос на который сильно изменчив по периодам года. К данной категории относятся средства для ухода за стеклами, зимние стеклоомыватели, антифризы и тосолы, размораживатель зимнего топлива, нейтрализатор воды, присадка в бензин, преобразователь ржавчины, антифризы-концентраты, средства для удаления насекомых. Доля этих категорий составляет до 10-15%.

5. Удобные (сопутствующие) – этот ассортимент включает различные вспомогательные средства, обеспечивающие большую оперативность выполнения отдельных операций по автомойке (щетки, скребки, сетки, мочалки, лейки, шланги, салфетки, удалитель наклеек, сухая химчистка, антипрокол, карандаш для закрашивания царапин, ручка-пятновыводитель, губки для мойки, аппликатор для полировки кузова, преобразователь ржавчины и др.). Данная категория охватывает до 5% от общего количества ассортимента.

Схематически распределение ассортимента ООО «Автомаг-техника» показано на рисунке 1.

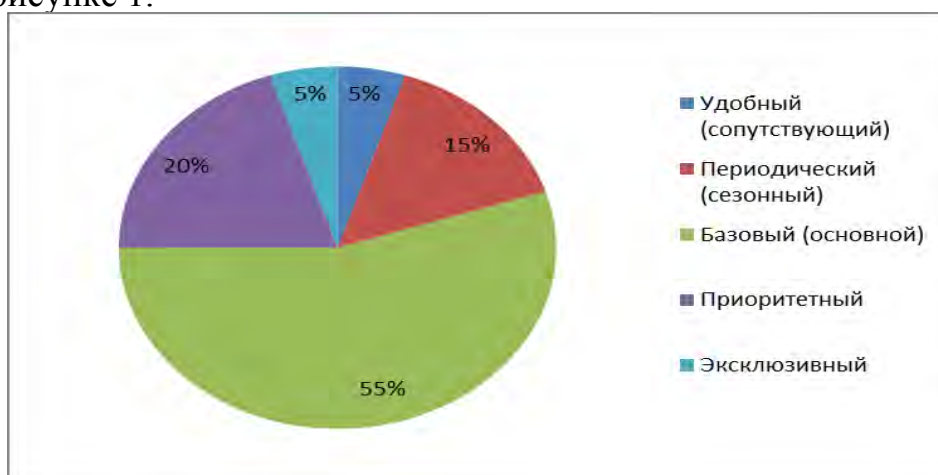


Рисунок 1 – Структура ассортимента ООО «Автомаг-техника» по роли и выполняемым функциям

Основная цель маркетинговой политики формирования ассортимента – обеспечить его балансировку по указанным группам и назначению, отдавая при этом предпочтение приоритетным и базовым категориям. Такая балансировка предусматривает первоочередное формирование базового ассортимента, который обеспечивает удовлетворение запросов массового потребителя, т.е. большой объем и стабильный товарооборот. При этом необходимо обеспечить равнозначные объемы оборота по кварталам года за счет корректировки и уточнения ассортимента, особенно в осенне-зимний период. Неотъемлемой составляющей формирования маркетинговой товарной политики является обеспечение высокого уровня рентабельности реализации товаров, от которого зависит сумма прибыли, предусмотренная для пополнения фонда развития на перспективный период.

Выводы и перспективы дальнейших исследований. Значительное влияние на результативность работы магазина оказывает соотношение темпов

роста себестоимости товаров и товарооборота. На предприятии ООО «Автомаг-техника» (г. Донецк) себестоимость закупленных товаров увеличивалась более низкими темпами (105,4%), чем товарооборот. В связи с этим в 2017 г. повысился валовой доход от реализации и, как результат, возросла сумма чистой прибыли и рентабельность работы магазина – с 1,5% в 2016 г. до 1,7% в 2017 г.

Предоставление коммерческой самостоятельности в формировании ассортиментной и ценовой политики магазина, существующая в настоящее время жесткая централизация не обеспечивают оперативность и экономичность товародвижения, гибкость ценовой политики, что отрицательно сказывается на удовлетворении покупательского спроса.

Ввиду высокой экономической эффективности реализации приоритетных категорий необходимо предусмотреть дальнейшее развитие ее внутригрупповой структуры путем вовлечения в товарооборот брендов данной категории (TM LAVR, AVANT, HELPER, Doctor Wax и т.д.).

Использование в маркетинговой деятельности представленных рекомендаций обеспечит предприятию более полное удовлетворение спроса потребителей, увеличение прибыли от реализации продукции и рост рентабельности.

Список литературы

1. Бланк И.А. Управление торговым предприятием. - М.: ТАНДЕМ, 2008 - 415 с.
2. Брагин Л.А., Данько Т.Н. Торговое дело: маркетинг, организация, экономика. - Изд. Второй, перераб. и доп. — М.: ИНФРА-М, 2002. — 560 с.
3. Котлер Ф. Основы маркетинга.- М.: Вильямс, 2007. — 656 с.

УДК 330.342.146:303.7

КОНТЕНТ-АНАЛИЗ ИНКЛЮЗИИ

В.Д. Малыгина,
д-р экон. наук, профессор,
К.А. Антошина,
канд. экон. наук, доцент

ГО ВПО «Донецкий национальный университет экономики и торговли имени Михаила Туган-Барановского», г. Донецк, ДНР, e-mail: kseniya.antoshuna@gmail.com

INCLUSION CONTENT ANALYSIS

V.D. Malygina,
is the Doctor of Economics,
is professor,
K.A. Antoshuna,
Candidate of Economics,
Associate Professor

SO HPE «Donetsk National University of Economics and Trade named after Mikhail Tugan-Baranovsky», Donetsk, DRP, e-mail: kseniya.antoshuna@gmail.com

Реферат

Цель. Цель статьи заключается в обосновании глобализации и интегративного характера процесса гуманизации общества и утверждения

инклюзии как идеи социальной справедливости во всех сферах жизнедеятельности.

Методика. В работе использованы общенаучные методы аналитического поиска, контент-анализа, дедукции, индукции и формализации.

Результаты. Разработана доказательная база перспективности инклюзии как социэталльной системы и парадигмы совершенствования качества жизни населения, что показывает интегративный характер, глобализационные тенденции гуманизации общества и утверждения инклюзии как идеи социальной справедливости во всех сферах жизнедеятельности.

Научная новизна. Разработана доказательная база перспективности инклюзивности как социэталльной системы и парадигмы совершенствования качества жизни населения.

Практическая значимость. Согласно предложенному подходу к анализу этимологического аппарата понятия «инклюзивная экономика» обоснован мультипликативный и симбиотический характер формирования инклюзии и инклюзивности как социэталльной системы, что позволит разработать методологию стратегии развития общества (той или иной страны) с его специфическими особенностями.

Ключевые слова: *инклюзия, инклюзивность, инклюзивная экономика, контент-анализ, социэталльная система, парадигма, дефиниции.*

Постановка проблемы и ее связь с важными научными и практическими задачами. Современные тенденции глобальной информатизации общества диктуют необходимость применения специфических методик при разработке и исследовании широкого круга проблем. Такое перспективное направление научных разработок правительственного масштаба, как инклюзивность, не является исключением.

Применение контент-анализа при изучении сущности и масштабности инклюзии позволит охватить широкий спектр ее использования в различного рода направлениях деятельности страны.

Поскольку основной характеристикой инклюзии признаны глобальность и гуманизм, то направленность любого государства, развивающего инклюзию, должна содержать идеи социальной справедливости, справедливой торговли, добросовестной конкуренции, приумножения общественного достояния народа, а также повышение уровня и качества жизни всех слоев населения. Все вышеперечисленное невозможно без гармонизации различных сфер социально-экономического развития страны – культуры, образования, здравоохранения, науки, рынка труда, социального обеспечения, творчества. Поэтому правительство должно формировать такие модели развития, которые создавали бы социальную гармонию и стабильность, и экономический рост опирался бы главным образом на научно-технический прогресс, повышение материального и культурного уровня всех слоев населения и инновационный характер управленческой работы. При этом гомоцентрическим началом инклюзивного развития является человек [1].

Анализ последних исследований и публикаций. Рассматриваемая проблематика стала объектом изучения ученых и практиков в середине XX в. Современные направления исследований инклюзивности отображены в работах отечественных и зарубежных авторов [2-17]. Общенаучные и философские подходы освещают Н.А. Голиков, С.Н. Маслиева, Stuart Woodcock, Lisa Marks Woolfson, Hyun Ho Lee, Hiroyuki Osaka и др. Инклюзивные течения и закономерности в сфере здравоохранения изложены в работах Л.Ю. Беленковой, О.Н. Калачиковой, Г.В. Леонидовой, Е.О. Смолевой, А.А. Шабунова и др.

Особую масштабность инклюзивные тенденции приобретают в образовании. В данном направлении следует отметить таких ученых, как А.П. Антропов, Н.А. Бахрушина, В.З. Кантор, Л.М. Кашапова, Н.Н. Малофеев, Ю.Т. Матасов, Г.Н. Пенин и др. В отечественной педагогической теории и практике интерес представляют исследования С.Я. Рубинштейна, А.М. Матюшкина, М.И. Махмутова, М.Н. Скаткина. Практика проблемного обучения в начальной школе изложена в работах С.П. Амиридзе, Д. Султаналиева и С.И. Брызгаловой.

Инклюзия в социальной сфере представлена в трудах И.С. Романычева, А.А. Шабунова, О.Н. Калачиковой, Е.В. Кулагина. Проблематика интеграции инклюзивности в рынки труда исследована в работах Т.Г. Бахматовой, Н.П. Гончаровой, С.Г. Максимовой, О.Е. Ноянзиной, Д.А. Омельченко, Е.О. Смолевой, Ю.А. Чусовой.

Анализ последних исследований и публикаций подтверждает актуальность и перспективность инклюзивности как парадигмы совершенствования качества жизни населения не только в стране, но и в планетарном масштабе.

Изложение основного материала исследования. В результате информационно-поисковой и аналитической работы выделены квинтэссенциальные составляющие, которые мультипликативно и симбиотически формируют инклюзию и инклюзивность как социэталную систему с ее особенностями и специфической методологией.

Выделенные дефиниции, позволяющие с различных проекций характеризовать инклюзию, дифференцированы на три группы:

1) «инклюзия», «инклюзивность», «инклюзивная экономика», «инклюзивное образование», «инклюзивная культура», «инклюзивный рынок», «социальная медицина». Каждая из этих категорий характеризует инклюзию по разным ее направлениям и применению в сферах деятельности и жизнеобеспечения человека;

2) «социальная ориентированность», «социальная безопасность», «социэталная система», «социальное равенство/неравенство», «социальное обеспечение». Эти понятия в полной мере отображают идею внедрения инклюзии в общество. Следует ещё раз подчеркнуть, что гомоцентрическим началом инклюзии является человек во всех его проявлениях;

3) «качество жизни», «гибкость рынка труда», «инвалидность»,

«бедность», «эквивинальность», «гомеостаз», «дефицитарная власть», «дефицитарная модель», «деструктивное поведение», «гуманизм», «инвалидность», «реабилитация», «абилитация», «обратная инклюзия», «экслюзив», «социэталная система», «служба Экстеншн», «стратификация».

Самая многочисленная третья группа включает понятия, которые в большей либо меньшей мере связаны с проявлением инклюзии в обществе или характеризуют ее особенности. Выбранные дефиниции аналогично другим находят свое восприятие и отображение в разных сферах общества.

В разрезе выделенных групп проведен контент-анализ по тенденциям упоминаемости понятий в интернет-поисковых системах. Информационный поиск выполнен в период 2013-2018 гг. (рис. 1).

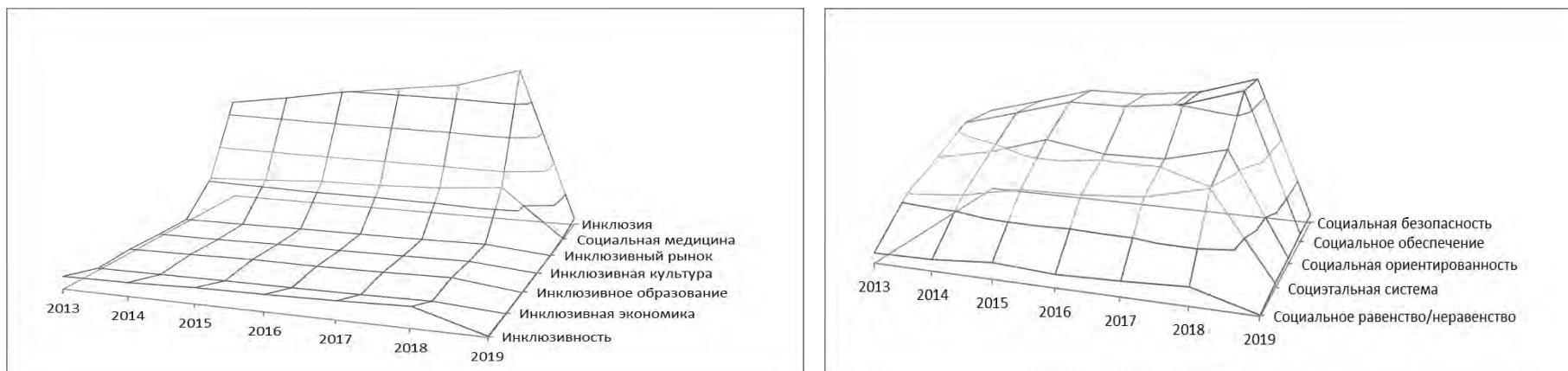
Следует отметить, что представленные по 2019 г. данные сформированы по фактам принятия научных трудов к публикации в открытой печати в I квартале 2019 г.

Высокую степень упоминаемости в первой группе имеют «инклюзия» и «социальная медицина», во второй – все понятия, кроме «социальное равенство/неравенство», в третьей – «реабилитация», «инвалидность», «экслюзив», «гомеостаз», «дефицитарная модель», «служба Экстеншн» и «качество жизни». Пиковые изменения поверхностей частоты упоминаемости исследуемых дефиниций свидетельствуют о высокой актуальности данной проблематики.

Результаты исследования доказательной базы перспективности инклюзии как социэталной системы выбраны из статистических данных интернет-ресурсов Яндекс, Гугл, Рамблер, mail.ru, ScinceDirect, КиберЛенинка, Библиотека Российской Академии Наук, Донбасская Республиканская универсальная научная библиотека им. Н.К. Крупской и Библиотека ГО ВПО «ДонНУЭТ им. Михаила Туган-Барановского» и систематизированы (рис. 2).

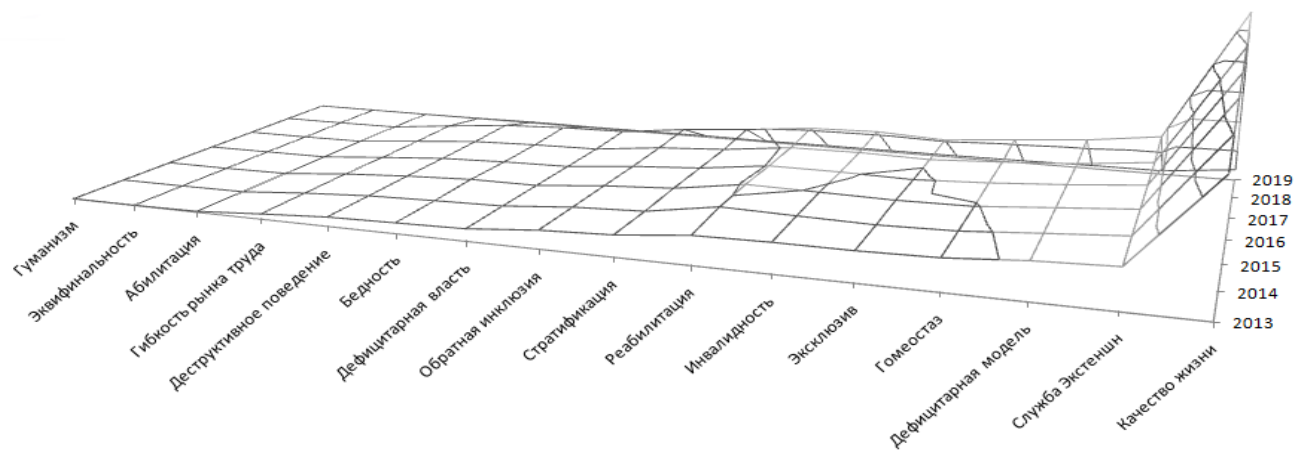
Пиковые изменения лент частоты упоминаемости исследуемых дефиниций свидетельствуют о высокой актуальности проблематики. Следует отметить, что сравнительно низкое упоминание всех понятий в ресурсах Библиотека Российской Академии Наук, Донбасская Республиканская универсальная научная библиотека им. Н.К. Крупской и Библиотека ГО ВПО «ДонНУЭТ им. Михаила Туган-Барановского» связаны с ограниченностью их информационных ресурсов.

Кроме вышеупомянутых информационных интернет-ресурсов, выполнен поиск наиболее популярной дефиниции «инклюзия» в других базах данных разного рода библиотек (табл.1).



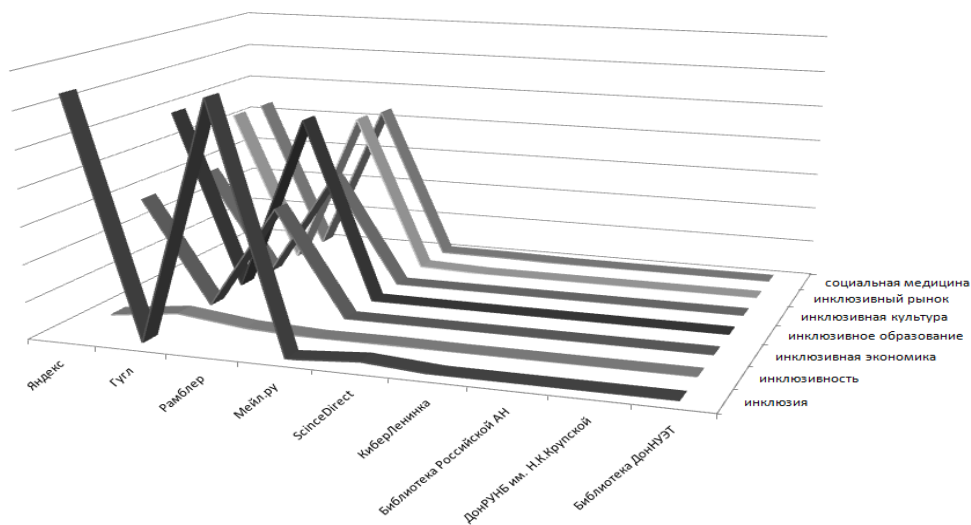
ГРУППА 1

ГРУППА 2

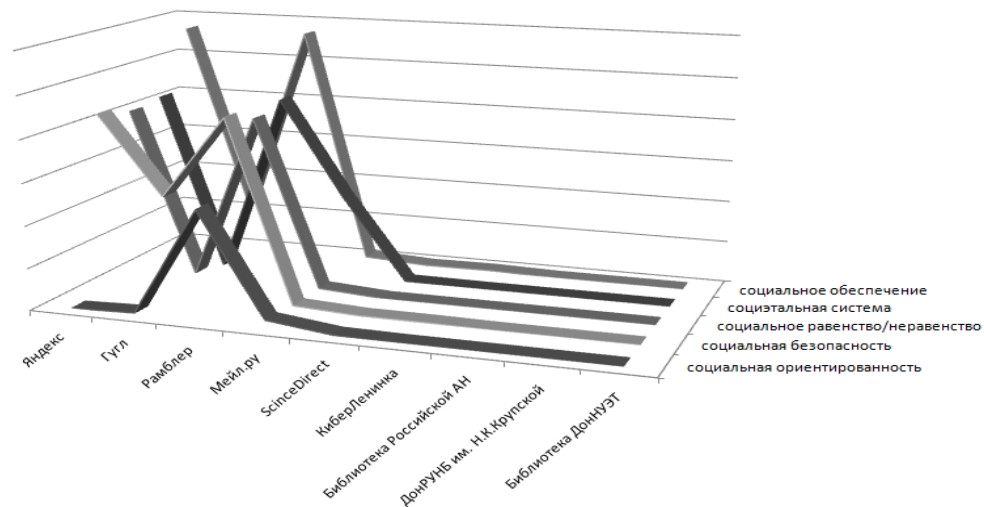


ГРУППА 3

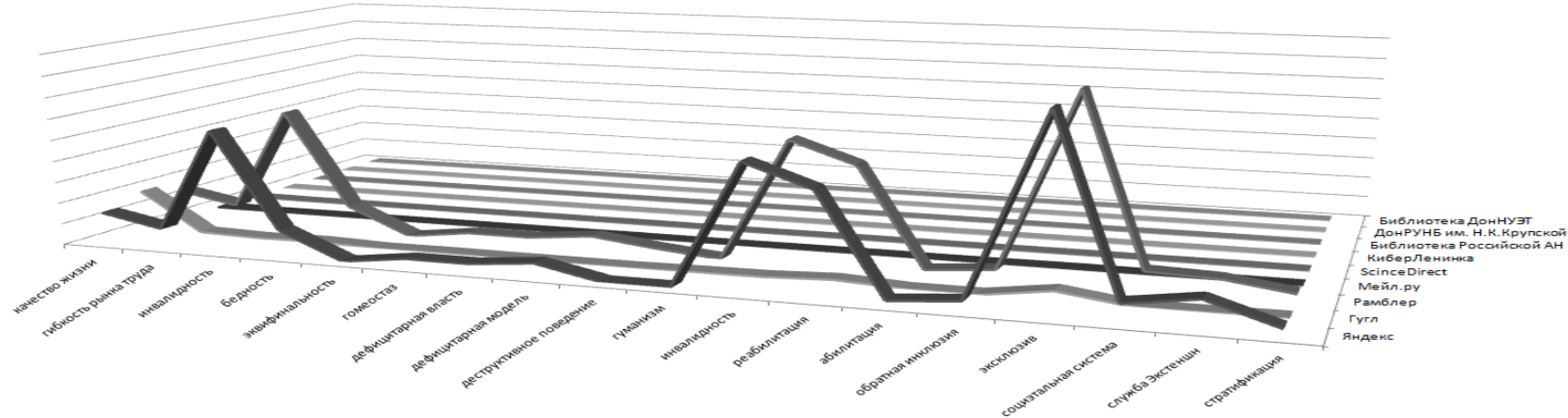
Рисунок 1 – Поверхности частоты упоминаемости исследуемых категорий по выделенным группам (2013-2019 гг.)



ГРУППА 1



ГРУППА 2



ГРУППА 3

Рисунок 2 – Ленты частоты упоминаемости исследуемых категорий по выделенным группам в информационных интернет-ресурсах

Таблица 1 – Результаты поиска упоминаемости дефиниции «инклюзия»

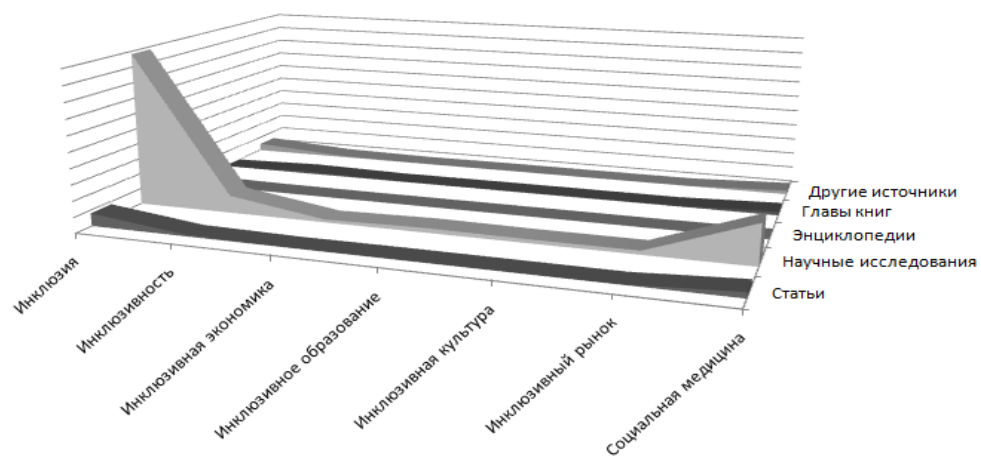
Ресурс	Результаты
E-Library	3022
Национальная электронная библиотека	167
Российская государственная библиотека	191
Российская национальная библиотека	24
Федеральный институт промышленной собственности, отделение ВПТБ: <i>Культура. Наука. Просвещение</i>	74
<i>Философские науки. Психология</i>	5
<i>Общественные науки в целом</i>	3
Библиотека учебной и научной литературы	7
Электронно-библиотечная система образовательных и просветительских изданий	171
Электронно-библиотечная система «КнигаФонд»	29

Полученные результаты позволили констатировать, что глобальность и масштабность «инклюзии» очевидна, поскольку она была идентифицирована в каждом доступном ресурсе.

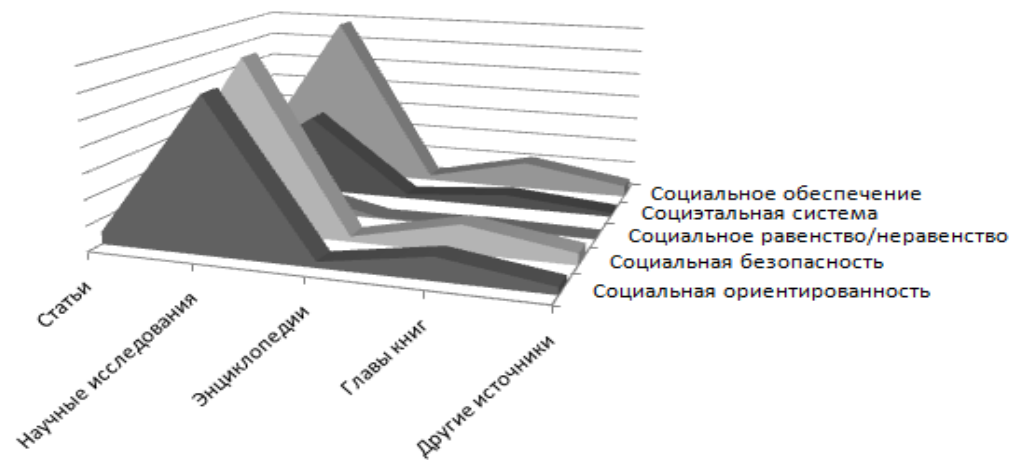
Интерес представляет и структура публикаций, в которых объектом выступают исследуемые дефиниции. Систематизированные результаты в разрезе групп отражены на рис. 3. Понятия научной обоснованности инклюзии, инклюзивности, инклюзивного рынка, социальной медицины (группа 1); социальной ориентированности, социальной безопасности, социэталной системы и социального обеспечения (группа 2) и всех дефиниций группы 3 в публикациях результатов при использовании их в научных исследованиях отличаются высокой объективностью. Внимания заслуживает популярность дефиниций группы 3 в таких публикациях, как статьи и главы книг.

Результатом контент-анализа является разработанный многоуровневый этимологический аппарат понятия «инклюзивная экономика» по трем группам (уровням) (рис. 4).

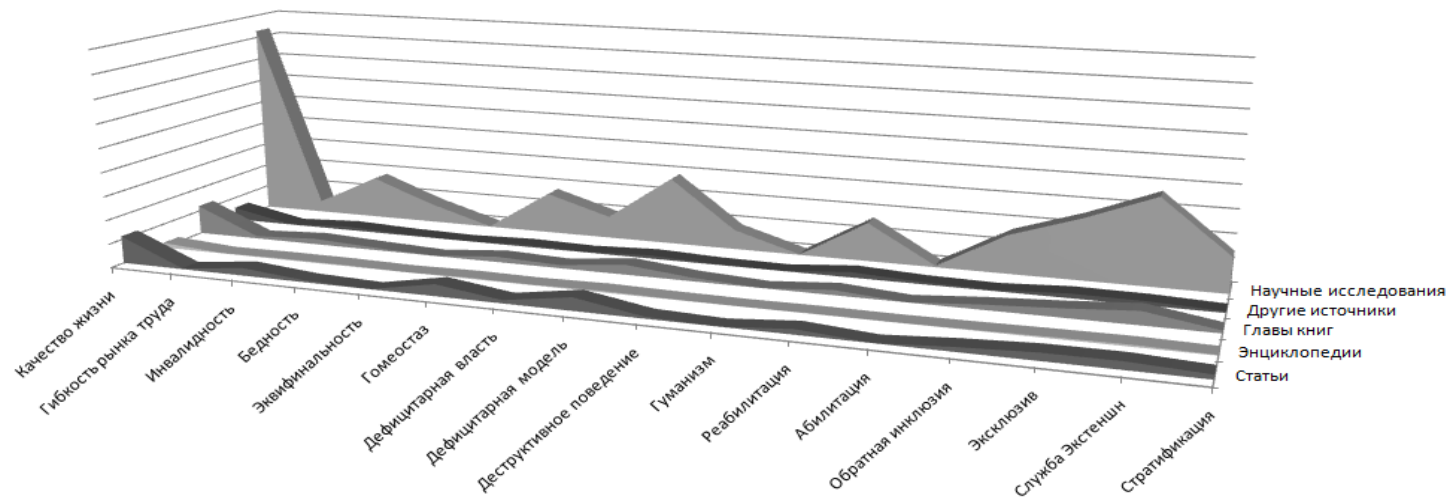
В основу дифференциации положено восприятие понимания «инклюзивной экономики» от глобального осмысления через обобщенные группы основной направленности понятий к частному. Как отмечено выше, каждая из групп характеризует инклюзию по разным ее направлениям и применению в сфере деятельности и жизнеобеспечения человека (группа 1). Причем эти понятия в полной мере отображают идею внедрения инклюзии в общество (группа 2) или определения тех из них, которые в большей либо меньшей степени связаны с проявлением инклюзии в обществе или характеризуют ее особенности (группа 3).



ГРУППА 1



ГРУППА 2



ГРУППА 3

Рисунок 3 – Массивы частоты упоминаемости исследуемых дефиниций по дифференцированным группам по типам публикаций



Рисунок 4 – Многоуровневый этимологический аппарат понятия «инклюзивная экономика»

Многоуровневый этимологический аппарат понятия «инклюзивная экономика» отображает ее комплексность и дифференцированность, а схематически изображенные взаимосвязи дефиниций позволяют проследить их взаимоподчиненность.

Выводы и перспективы дальнейших исследований. Разработана доказательная база перспективности инклюзии как социэталльной системы и

парадигмы совершенствования качества жизни населения, что показывает интегративный характер и глобализационные тенденции гуманизации общества и утверждения инклюзии как идеи социальной справедливости во всех сферах жизнедеятельности.

С использованием предложенного подхода к анализу этимологического аппарата понятия «инклюзивная экономика» обоснован мультипликативный и симбиотический характер формирования инклюзии и инклюзивности как социэталльной системы. Это позволит разработать методологию стратегии развития общества (той или иной страны) с его специфическими особенностями, что является перспективой дальнейших исследований.

Список литературы

1. Авдокушин Е.Ф. Глокализация как объективный процесс и корпоративная стратегия // Вопросы новой экономики. 2010. - № 2. - С. 4-18.
2. Маслиева С.Н. Интеграция и инклюзия: парадигмальная характеристика // ИСОМ. 2014. № 2. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/integratsiya-i-inklyuziya-paradigmalnaya-harakteristika>
3. Беленкова Л.Ю. Инновационные подходы к образованию детей с ограниченными возможностями здоровья: от интеграции к инклюзии // Интеграция образования. 2011. - № 1. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/innovatsionnye-podhody-k-obrazovaniyu-detey-s-ogranichennymi-vozmozhnostyami-zdorovya-ot-integratsii-k-inklyuzii>.
4. Кашапова Л.М. Инклюзия в системе профессионального образования: постановка и видение проблемы // Вестник УГНТУ. Наука, образование, экономика. Серия: Экономика. 2012. - № 1. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/inklyuziya-v-sisteme-professionalnogo-obrazovaniya-postanovka-i-videnie-problemy>.
5. Малофеев Н.Н. Коррекция, интеграция, инклюзия, что дальше? // Специальное образование. 2015. - № XI. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/korreksiya-integratsiya-inklyuziya-chto-dalshe>.
6. Инклюзия разумная: интеграция и дифференциация / Кантор В.З. [и др.] // Universum: Вестник Герценовского университета. 2012. № 1. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/inklyuziya-razumnaya-integratsiya-i-differentsiatsiya>.
7. Голиков Н.А. Дети-инвалиды: инвалидизация, интеграция, инклюзия // Теория и практика общественного развития. 2015. № 3. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/deti-invalidy-invalidizatsiya-integratsiya-inklyuziya>.
8. Амиридзе С.П. Обзор зарубежного опыта в области инклюзивного образования // Научные исследования в образовании. 2012. № 2. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/obzor-zarubezhnogo-opyta-v-oblasti-inklyuzivnogo-obrazovaniya>.

9. Бахрушина Н.А. Реализация инклюзии на занятиях по хореографии в общеобразовательной школе // Вестник УГНТУ. Наука, образование, экономика. Серия: Экономика. 2013. - № 1 (3). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/realizatsiya-inklyuzii-na-zanyatiyah-po-horeografii-v-obscheobrazovatelnoy-shkole>.

10. Маркова М., Султаналиева Д. Активизм родителей в Казахстане: защита прав на образование детей с аутизмом фондом «Ашик Алем» // ЖИСП. - 2013. № 4. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/aktivizm-roditeley-v-kazahstane-zaschita-prav-na-obrazovanie-detey-s-autizmom-fondom-ashik-alem>.

11. Романычев И.С. Социальные стереотипы в отношении пожилых: противоречия и тенденции // Среднерусский вестник общественных наук. 2013. - № 1. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/sotsialnye-steriotipy-v-otnoshenii-pozhilyh-protivorechiya-i-tendentsii>.

12. Эксклюзия как критерий выделения социально уязвимых групп населения / Шабунова А.А. [и др.] // Экономические и социальные перемены: факты, тенденции, прогноз. 2016. - № 2 (44). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/eksklyuziya-kak-kriteriy-vydeleniya-sotsialno-uyazvimykh-grupp-naseleniya>.

13. Беленкова Л.Ю. Инновационные подходы к образованию детей с ограниченными возможностями здоровья: от интеграции к инклюзии // Интеграция образования. 2011. - № 1. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/innovatsionnye-podhody-k-obrazovaniyu-detey-s-ogranichennymi-vozmozhnostyami-zdorovya-ot-integratsii-k-inklyuzii>.

14. Смолева Е.О. Барьеры инклюзии на рынке труда в восприятии социально уязвимых категорий населения (на примере Северо-Западного федерального округа) // Мониторинг. 2018. - № 4 (146). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/bariery-inklyuzii-na-rynke-truda-v-voSPIriyatii-sotsialno-uyazvimykh-kategoriy-naseleniya-na-primere-severo-zapadnogo-federalnogo-okruga>.

15. Формирование образа «Другого» на рынке труда в социально-экономических условиях российского приграничья (на примере исследования в Алтайском крае) / Ноянзина О.Е. [и др.] // Вестник АГАУ. 2015. - № 4 (126). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/formirovanie-obraza-drugogo-na-rynke-truda-v-sotsialno-ekonomicheskikh-usloviyah-rossiyskogo-prigranichya-na-primere-issledovaniya-v>.

16. Бахматова Т.Г., Чусова Ю.А. Оценка эксклюзии сирот на рынке труда // Baikal Research Journal. 2013. - № 3. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/otsenka-eksklyuzii-sirot-na-rynke-truda>.

17. Кулагина Е.В. Социальная политика в отношении инвалидов в государствах благосостояния и России: переход к независимой жизни и инклюзии // Национальные интересы: приоритеты и безопасность. 2017. - № 10 (355). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/sotsialnaya-politika-v-otnoshenii-invalidov-v-gosudarstvakh-blagosostoyaniya-i-rossii-perehod-k-nezavisimoy-zhizni-i-inklyuzii>.

УДК 316.334

СОЦИАЛЬНЫЙ БИЗНЕС В УСЛОВИЯХ РАЗВИТИЯ СОЦИАЛЬНОГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА

В.Ю. Припотень,
д-р экон. наук, профессор

ГОУ ВПО «Донбасский государственный
технический университет», г. Алчевск,
ЛНР, e-mail: drongo1231@gmail.com

SOCIAL BUSINESS IN THE CONDITIONS OF SOCIAL ENTREPRENEURSHIP DEVELOPMENT

V.Y. Pripoten,
Doctor in Economics, Professor

PEI HPE «Donbass State Technical
University», Alchevsk, LPR,
e-mail: drongo1231@gmail.com

Реферат

Цель. Исследовать опыт функционирования социального бизнеса, охарактеризовать его значимость и необходимость для общества.

Методика. В процессе исследования использованы описательный метод, методы анализа и наблюдения. При обосновании роли и значения социального бизнеса, изучении процесса его необходимости для построения экономически развитого государства применены общенаучные методы; при определении сущности и механизма функционирования социального бизнеса – организационно-экономические.

Результаты. Определено, что взаимодействие социальных предприятий позволяет эффективно совместить предпринимательскую чувствительность и решение проблем среды и общества с пользой для бизнеса и людей. Выявлено, что в результате функционирования социального бизнеса создаются такие возможности, которые при других условиях остались бы потерянными и недоступными. Обоснованы причины существования в Луганской Народной Республике проблем с социальным бизнесом (отсутствие знаний и образовательных навыков, неумение найти перспективы для создания социальных предприятий, понимание значения не экономической прибыли от дела, а социальной).

Научная новизна. Выявлены причины медленного развития социального бизнеса в ЛНР по сравнению с зарубежными странами; приведены уже существующие перспективные предприятия, которые активно развиваются и приносят пользу общественности. Приведены рекомендации по повышению потенциала человеческого капитала.

Практическая значимость. Полученные результаты могут быть использованы в дальнейших исследованиях по развитию и созданию различных видов социального бизнеса в стране.

Ключевые слова: *социальный бизнес, социальное предпринимательство, малый бизнес, крупный бизнес, инновации, государственная поддержка социального бизнеса.*

Постановка проблемы и ее связь с важными научными и практическими задачами. Одним из главных показателей успешности для любого государства, независимо от уровня его социально-экономического развития, является надлежащий уровень социальной стабильности общества. Социальная стабильность достигается в результате гармоничной и системной взаимоподдержки трех главных секторов общества – власти, бизнеса и общества. В социальном бизнесе успех измеряется не денежным доходом, а достижением конкретных социальных целей, таких как сокращение количества смертельных случаев среди детей и взрослых вследствие голода, прирост населения, увеличение численности людей, получивших доступ к чистой питьевой воде, развитие малого бизнеса. Эти задачи не могут не привлечь внимания бизнес-среды и государственных институтов.

Развитие социального бизнеса имеет особую актуальность в условиях настоящего, сочетая социальную миссию организации с присущими бизнесу дисциплиной, инновацией и решительностью. Развитие социального бизнеса является важным фактором повышения уровня потенциала хозяйственного развития региональных социально-экономических систем, а также приоритетом стратегии их социального и экономического развития.

Анализ последних исследований и публикаций. Категория «социальный бизнес» вызывает интерес у многих ученых. Проблемам социальной ориентации предпринимательства посвящены труды таких ученых, как: И. Булеев [1], О. Винников [2], Т. Минеева [7], О. Чистякова [11], В. Денисюк [3] и др. Однако сущность социального предпринимательства в стране раскрывают пока только нормативные акты, а социальный бизнес лишь недавно стал дискуссионным вопросом и требует детального изучения.

Изложение основного материала исследования. Огромную роль в успешном развитии социального бизнеса играет образование (и здесь задача – не только создать образовательные программы для потенциальных социальных предпринимателей и бизнесменов, но и ввести понятия «социальное предпринимательство», «социальный бизнес» на уровне школы). Ведь если в головах с детства будет заложена возможность выбора той или иной модели будущего развития (не только традиционного бизнеса, связанного преимущественно с максимизацией финансового эффекта), то и жизненная траектория человека, принимающего решение на определенном этапе своего пути с выбором рода деятельности, очевидно, будет иной [2, с. 12].

Социальному бизнесмену необходимо опираться на следующие принципы:

1. Цель бизнеса – не сверхприбыль, а преодоление одной из проблем, которая угрожает обществу. Например, повысить уровень жизни, образования, здравоохранения, обеспечить доступ к технологиям, защитить окружающую среду.

2. Инвесторы социального бизнеса возвращают только сумму своих инвестиций, без дивидендов.

3. После возвращения инвестору суммы инвестиций основная прибыль компании вкладывается в развитие и улучшение качества продукта.

4. Финансовая и экономическая устойчивость.

5. Экологическая ответственность.

6. Обеспечение работников достойной заработной платой и хорошими условиями работы [7, с. 57].

На сегодняшний день интерес к социальному бизнесу в кругах малых предпринимателей возрос в разы. Но большинство бизнесменов пока по-прежнему считают, что эта деятельность направлена только на тех граждан, которые вынужденно пользуются социальными льготами и не могут себе позволить приобретение качественных товаров и услуг.

Социальный бизнес – это ниша между благотворительной деятельностью и предпринимательством, целью которого является получение максимальной прибыли.

В понимание принципов построения бизнеса внёс корректировки затянувшийся кризис. Сейчас немало тех, кто ещё вчера брал кредит и был уверен в своих силах, а сегодня стал всячески избегать возврата долга банкам. Кредит означает доверие. В данном случае это доверительные отношения между банком и заёмщиком. Но доверительные отношения и предварительные договорённости об условиях возврата долга вдруг оказались невыполнимы. Таким образом, под угрозой оказался и весь банковский бизнес.

В такой ситуации интерес банков начинает смещаться в сторону тех клиентов, для которых важен, прежде всего, этический принцип ведения бизнеса. Именно такие клиенты и становятся целевой аудиторией для кредитования.

Нынешняя ситуация заставляет развивать бизнес-проекты, цель которых заключается не в сиюминутной финансовой прибыли, а в ответственности за решение вопросов социального характера.

В недавнем советском прошлом было нормой, когда председатели коллективных хозяйств создавали условия для привлечения к работе на своём предприятии молодых специалистов. Для этого строились дома, развивалась инфраструктура на селе. С распадом СССР такая практика осталась в прошлом. Но на сегодняшний день в России уже появились предприниматели, которые приобретают земли сельскохозяйственного назначения, спецтехнику и технологии, а затем привлекают для работы представителей незащищённых слоёв населения (дети из малообеспеченных семей, бывшие заключённые), которых большинство предприятий и организаций не желают принимать на

работу. Социально ориентированные бизнесмены создают благоприятные условия для такой категории граждан.

Таким же образом организуют свой малый бизнес предприниматели в депрессивных регионах России, откуда молодые люди вынуждены уезжать в поисках заработка и благоприятных условий для жизни.

Понятие «социальный проект» несколько иное. Для реализации социального проекта не обязательно быть юридическим лицом. Многие страны осуществляют социальные программы силами волонтеров [4, с. 53].

Каждый человек, принимая решение, должен четко понимать свою социальную ответственность перед всем обществом. В процессе решения социальных проблем предприниматели действуют в соответствии со своими главными принципами и ценностями, тем самым обогащаются не только материально, но и реализуются духовно и морально. При создании социального предприятия руководитель должен учитывать пять характерных черт такого предприятия:

- 1) наличие четкой и понятной миссии социальной направленности, которая предусматривает решение определенных общественных проблем;
- 2) использование инновационного подхода к решению социальной проблемы;
- 3) использование бизнес-методов управления (организации, планирования, контроля), а также предпринимательского таланта с целью получения прибыли;
- 4) прибыль – не конечная цель, а средство достижения положительных социальных преобразований;
- 5) коллективная форма собственности, охватывающая участников социального предприятия, его работников, целевую группу, волонтеров. [10].

Следует отметить, что сегодня социальное предпринимательство как социальная практика только начинает развиваться, количество реально действующих социальных предприятий невелико, и зачастую они даже сами не воспринимают себя в таком качестве. Любые существенные меры государственной или общественной поддержки данного движения также пока отсутствуют.

Все чаще представители университетов, имеющих опыт создания и проведения учебных программ в сфере социального предпринимательства и социального бизнеса, говорят о важности и эффективности обучения «за пределами аудитории». Не менее важны вопросы:

а кто же будет учить?

могут ли наши «традиционные» профессора учить предпринимателей?

можно ли использовать слово «обучение» по отношению к предпринимателям или речь, скорее всего, будет идти о самообразовании?

Сложной задачей является введение понятия «социальное предпринимательство» в законодательное пространство, а также оказание помощи социальным предпринимателям в форме субсидий, налоговых льгот, допуска к участию в государственных тендерах и т.д. С одной стороны, не

определив понятие, невозможно его идентифицировать и исследовать, с другой – очень важно продуманно подойти к вопросу, как идентификации, так и поддержки, чтобы избежать «мимикрии», которая сейчас иногда происходит, например, в Великобритании [5, с. 160].

В рамках данной работы целесообразно рассмотреть примеры развития социального бизнеса в разных странах.

Что касается развития социального бизнеса на Украине, то некоторые виды бизнеса можно было бы назвать социальными. История львовской пекарни «Ореховый дом» – яркая иллюстрация пути типичного украинского соцпредпринимателя.

Пекарня, в которой изготавливают печенье с миндалем, возникла на базе общественной организации «Народная помощь». Она должна была решить финансовые вопросы организации, занимающейся интеграцией женщин в кризисных ситуациях. Кроме того, женщины, которым помогает «Народная помощь», время от времени могли работать в пекарне и зарабатывать деньги. В настоящее время «Ореховый дом» функционирует как отдельное предприятие. Пекарня принимает все вызовы рынка, однако ее доходы будут передаваться на обеспечение программ «Народной помощи». Печенье можно попробовать в кафе или заказать в Интернете.

Также во Львове функционирует уникальная организация помощи бездомным «Оселя». Несколько энтузиастов, объединенных идеей ответственности перед бездомными, организуют места, где люди без крыши могут поесть, поспать, помыться. «Оселя» существует уже 11 лет и успела стать участником всемирного движения помощи бездомным «Эммаус». «Оселя» начиналась с небольшого домика в Винниках под Львовом. Сейчас в ее структуру входит опрятный дом с большим двором, где проживает сообщество бездомных, центр поддержки, куда ежедневно приходят мыться и приводить внешность в порядок 15-20 человек с улицы, общежитие во Львове, сеть благотворительных магазинов, где можно приобрести вещи, которые городские жители пожертвовали сообществу, мастерские, где бездомные могут работать над реставрацией вещей, а также переночевать. Каждый четверг «Оселя» организует для беспризорных обед, на который приходит до сотни человек. В 2011 г. «Оселя» стала победителем конкурса «Благотворитель года Львовщины» в номинации «неприбыльная организация».

Кроме того, организация выдает социально-культурный журнал «Под открытым небом» тиражом 3 тыс. экземпляров. Свои произведения в журнал бесплатно передают известные литераторы и художники. Журнал распространяют сами бездомные, половину стоимости по продаже они могут забирать себе. На форзаце каждого выпуска журнала можно найти список мест во Львове, где бездомный человек может поесть. В основном это религиозные организации. «Оселя» отличается от них не только внерелигиозным статусом и масштабами помощи, но и способом организации хозяйства.

Согласно данным за 2013 г. 44% бюджета организации составляют средства, заработанные самостоятельно ее сообществом. Социальный работник

организации М. Соха [9] отмечает, что «Обитель» хотела бы не зависеть от помощи грантодателей и спонсоров, а формировать собственный бюджет полностью за счет благотворительной лавки или мастерских реставрации вещей, однако как неприбыльная общественная организация она не может превратиться в бизнес. Несмотря на это, «Оселя» является интересной моделью сочетания социально сознательных и коммерческих форм.

The Citizens Foundation – проект, созданный в 1995 г., который является одним из ведущих поставщиков формального образования в Пакистане. Инновации, реализованные The Citizens Foundation за последние 20 лет, привели к формированию крупнейшей сети частных школ для незащищенных слоев населения.

The Citizens Foundation сейчас работает с тысячей специально построенных учреждений и 145 тыс. студентов в селах по всем городам Пакистана. Более 11500 чел. получили работу в Пакистане, из них 7700 учителей-женщин, зарабатывающих средства для жизни [9].

Главными факторами для создания социальных проектов или стартапов должны быть ответственность за создание и поддержку социальных ценностей, заинтересованность в поиске возможностей инноваций и умение их адаптировать для своей среды (регион, город, село) и команды.

Для полного восприятия развития социального бизнеса необходимо рассмотреть направления, по которым можно организовывать социальный бизнес.

1. Семейный бизнес. Этот вид бизнеса помогает в вопросах занятости многодетным мамам, мамам, воспитывающим самостоятельно детей. Часто для таких женщин просто не представляется возможным трудоустроиться на хорошо оплачиваемую работу ввиду жёсткого рабочего графика. Преимущества семейного социального бизнеса заключаются в том, что принимать активное участие в его развитии могут все члены семьи. Примером бизнеса для многодетных мам служит небольшое предприятие «Веселый войлок» (г. Рыбинск) по производству сувениров и игрушек из войлока. На этом производстве трудятся не только многодетные мамы, но и мамы-одиночки, а продукция пользуется большим спросом.

2. Бизнес для инвалидов. Одним из примеров социально направленного бизнеса для инвалидов может служить массажный кабинет в одном из южных регионов России, где работают незрячие и слабовидящие массажисты с медицинским образованием. Подготовка специалистов с ослабленным зрением осуществляется в Кисловодском медицинском колледже.

3. Социальный туризм. В России достаточно велика часть населения, которая не может себе позволить отправиться в туристическую поездку. Поэтому в государственных структурах задумались о финансировании бизнесменов, готовых заняться туристическим бизнесом для пенсионеров, малообеспеченных семей, студентов и людей с ограниченными возможностями [1]. Рассматривается в первую очередь внутрироссийский

туризм. Это позволит развить инфраструктуру многих городов и регионов России. Конкуренция в данной сфере пока минимальна.

4. Бизнес на благо общества. Различные прибыльные проекты по благоустройству территорий, переработке мусора, организации прачечных эконом-класса, созданию развлекательных центров.

Одним из самых важных аспектов развития социального бизнеса является поддержка общества. Именно на инициативах «снизу» строятся успешные проекты социального бизнеса [6, с. 230].

Однако сегодня существует широкий круг проблем, возникающих на пути развития социального предпринимательства, а именно:

1) проблемы, связанные с непониманием природы социального бизнеса со стороны основных групп общества. Недостаточное понимание властью, бизнесом и общественностью тех преимуществ, которые предоставляют развитие социального предпринимательства и создание социальных предприятий, относительно решения задач по оказанию социальных услуг населению и поддержке общественных организаций, деятельность которых связана с социальными целями. Отсутствие системного подхода к популяризации социального бизнеса, а также информационной сети по вопросам деятельности, связанной с развитием социального бизнеса;

2) проблемы, отражающие осложнения законодательно-административного продвижения идеи социального предпринимательства. Во-первых, принятие законов на государственном уровне и их внедрение на уровне региональных социально-экономических систем, местных общин обычно имеет длительный период; во-вторых, на местном уровне просто может не оказаться достаточного ресурсного обеспечения реализации законодательных актов. К тому же сказывается отсутствие благоприятной внешней и внутренней среды для создания и развития социальных предприятий (отсутствие законодательства, которое бы регламентировало деятельность социальных предприятий; системного подхода к воспитанию и обучению квалифицированных кадров для осуществления деятельности в сфере социального предпринимательства; «площадок» для общения и обмена опытом, в том числе международного, для действующих и будущих социальных предпринимателей; системы финансирования проектов по созданию социальных предприятий);

3) проблемы, связанные с противоречиями в психологии социального бизнеса, а также с объективными различиями в логике предпринимательской и общественной деятельности. Начинающие социальные предприниматели сталкиваются с проблемой сочетания социальных целей с долгосрочной и устойчивой самоокупаемостью. Подобные проблемы (противоречие между социальной и коммерческой результативностью) имеют место и в других странах, особенно в странах с переходной экономикой: Армения, Белоруссия, Грузия и т.д.

Однако за годы работы социальные предприниматели и организации, которые поддерживают развитие социального бизнеса, усвоили несколько

уроков, что дает им возможность преодолеть «кризис идентичности» социального предприятия (бизнес или благотворительность) и согласовать общественные и коммерческие интересы;

4) проблемы привлечения финансовых средств на первом этапе развития предпринимательской деятельности, отсутствие специальных программ кредитного и заемного обеспечения. Социальному предприятию, как и любому другому, необходимы инвестиции. В Европе и США эти инвестиции имеют форму венчурной филантропии – вклада в социальное предприятие под низкий процент, без процента, на условиях возврата части суммы или в форме программно-ориентированных инвестиций также с минимальным возвратом [4].

В США источником венчурного социального капитала стали частные благотворители, в том числе частные фонды. В Европе, кроме частных средств, доступные кредиты и инвестиции в социальное предпринимательство осуществляет государство.

В условиях мирового финансового кризиса и растущей безработицы, особенно среди молодёжи, во всех странах мира интерес к социальному бизнесу возрастает. В связи с этим в г. Лександ (Швеция) регулярно проходит глобальный саммит, в котором принимает участие Международная организация труда. На саммите представляются и обсуждаются социальные проекты, целью которых является создание рабочих мест, способствующих организации и развитию предпринимательства среди молодёжи [11].

Во всём мире немало людей, которые способны к предпринимательской деятельности. Однако по разным причинам не все они имеют достаточно знаний для организации бизнеса. Помогают им освоить азы бизнеса специально разработанные программы, в которых предусмотрено обучение теории бизнеса, бухгалтерскому учёту, составлению отчётности по налогообложению. Но приоритет отдаётся освоению практических навыков.

Выводы и перспективы дальнейших исследований. В отечественной бизнес-среде деятельность социального бизнеса появилась не так давно, поэтому предприниматели еще не полностью переняли мировую тенденцию, и ЛНР не может должным образом поддерживать инициативы малого и среднего бизнеса. Однако в основном такой деятельностью занимаются общественные организации, которые формируют социальную инициативу.

С целью создания благоприятных условий для развития социального бизнеса необходимо юридическое признание различных организационно-правовых форм социальных предприятий. При этом социальные предприятия должны быть достаточно гибкими, что обусловлено наличием жестких законодательных границ, препятствующих их развитию. Также уставные цели таких предприятий должны предусматривать производство товаров или оказание услуг общественного характера, а правительство должно позаботиться о предоставлении налоговых льгот для социальных предприятий, что, в свою очередь, уменьшит косвенные налоги в случаях, когда доход недостаточен для поддержания социальной деятельности. Участие социальных предприятий в

конкурсах на выполнение государственных заказов обеспечит развитие конкурентных условий в сфере социального бизнеса.

Список литературы

1. Булеев И.П. Социальная ответственность бизнеса: теория и практика / И. П. Булеев, Н. Е. Брюховецкая, Е. В. Черных; НАН Украины, Ин-т экономики пром-сти, Донец. ун-т экономики и права. – Донецк: ДонУЭП, 2008. – 136 с.
2. Винников О. Соціальне підприємництво: годі бажати, як краще / О. Винников // Пріоритети. – 2003. - №4 (10) – С. 25-28 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.usipr.kiev.ua>.
3. Денисюк В.А. Розвиток інноваційних територіальних структур як важливої складової української інноваційної системи / В.А. Денисюк // Економічний часопис. – 2003. – № 7. – С. 11-14.
4. Єлісеєв І.М. Інкубація бізнесу як формування попиту на технологічні, управлінські та соціальні інновації / І.М. Єлісеєв // Инициативы XXI века. – 2010. – № 4-5. – С. 7-10.
5. Концепция развития сети бизнес-инкубаторов в Российской Федерации // Интернет-портал некоммерческой организации «Ресурсный центр малого предпринимательства» [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://www.rcsme.ru>
6. Микитюк О. Бізнес-інкубатори в системі фінансової підтримки малого підприємництва / О. Микитюк // Світ фінансів. – 2005. – № 2. – С. 160-164.
7. Минеева Т.В. Бизнес-инкубатор как один из наиболее эффективных инструментов поддержки и развития предпринимательства / Т.В. Минеева // Вестник Астрахан. гос. техн. ун-та. – 2007. – № 2 (37). – С. 230-236.
8. Петренко К.В. Соціальне підприємництво як фактор розвитку депресивної території / К. В. Петренко // Формування ринкових відносин в Україні : зб. наук. праць. - 2011. - № 10. - С. 189-192.
9. Прилепа Н.В. Бізнес-інкубатор як одна з сучасних організаційних форм підтримки інноваційної діяльності / Н.В. Прилепа // Вісник Хмельницького національного університету. Економічні науки. – 2006. – № 5. – Т. 2. – С. 56-61.
10. Сотула О.В. Соціальне підприємництво як інноваційна модель розвитку економіки [Електронний ресурс] / О.В. Сотула / Режим доступу: <http://www.economy.nauka.com.ua>
11. Чистякова О.В. Перспективные направления развития бизнес-инкубаторов в России / О.В. Чистякова // Известия Иркутской государственной экономической академии (Байкальский государственный университет экономики и права). – 2011. – № 2. – С. 36-40.

УДК 658.8:615.12

ОСОБЕННОСТИ УПРАВЛЕНИЯ СИСТЕМАМИ ПО РАСПРЕДЕЛЕНИЮ ТОВАРОВ АПТЕЧНЫХ СЕТЕЙ

В.Ю. Припотень, ГОУ ВПО «Донбасский
д-р экон. наук, профессор, государственный технический
С.А. Коцалап, канд. экон. наук университет», г. Алчевск, ЛНР,
e-mail: drongo1231@gmail.com

FEATURES OF SYSTEM MANAGEMENT ON THE DISTRIBUTION OF GOODS OF PHARMACY NETWORKS

V.Y. Pripoten, PEI HPE «Donbass State Technical
Doctor in Economics, Professor, University», Alchevsk, LPR,
S.A. Kotsalap, PhD in Economics e-mail: drongo1231@gmail.com

Реферат

Цель. Целью статьи является выделение основных особенностей управления системами по распределению товаров аптечных сетей.

Методика. В процессе исследования использованы методы теоретического обобщения и сравнения, сопоставления и аналогии, логического анализа.

Результаты. Сформулировано понятие «логистическая система аптечной сети», рассмотрена и описана структуризация логистической деятельности аптечных сетей; определены этапы формирования системы распределения товаров аптечной сети.

Научная новизна. Предложена и обоснована детализация этапов формирования системы распределения товаров именно для аптечной сети.

Практическая значимость. Актуальность исследования заключается в формировании и развитии систем распределения товаров как предпосылки эффективности логистической деятельности предприятия, а также эффективности функционирования предприятия в целом.

Недостаточный уровень использования современных методов формирования логистических систем, ограниченность ресурсной базы формирования управленческих решений, использование лишь отдельных функциональных логистических составляющих деятельности – все это приводит к снижению возможностей дальнейшего развития аптечных сетей в современных условиях хозяйствования.

Ключевые слова: *система распределения товаров, логистическая система, аптечные сети, элементы логистической деятельности, этапы.*

Постановка проблемы и ее связь с важными научными и практическими задачами. В современных экономических условиях предприятия осуществляют поиск новых перспективных методов и инструментов управления своей хозяйственной деятельностью, использование

которых положительно повлияет на результативность и эффективность экономических процессов. Для аптечных сетей как субъектов хозяйствования актуальными проблемами являются обеспечение соответствия спроса и предложения фармацевтических товаров, повышение эффективности деятельности по распределению товаров, оптимизация логистических затрат. В таких условиях проблема формирования системы распределения товаров аптечной сети достаточно актуальна.

Анализ последних исследований и публикаций. Вопросам формирования систем распределения товаров субъектов хозяйствования посвящены работы таких ученых, как М.А. Окландер, Н.С. Питуляк, Л.В. Фролова и др. Проблематику логистического управления аптечными сетями рассматривают Б.П. Громовик, О.В. Посылкина, Р.В. Сагайдак-Никитюк, А.Г. Хромых и др. [1-9].

О.В. Елетенко предлагает следующие условия формирования эффективной системы распределения товаров предприятия [4]:

- интеграция звеньев цепочки поставок в единую систему, которая обеспечит эффективное сквозное управление разными видами потоков;
- интеграция контроля движения и использования номенклатуры сырья, материалов и другой продукции, которая поступает в производство, а также готовой продукции, которая поставляется потребителю;
- обеспечение эффективного взаимодействия и согласованности построения и функционирования элементов логистической системы;
- обеспечение принципа Парето (на произвольном предприятии лишь небольшая доля ассортимента продукции образует наибольший объем продаж, то есть система распределения товаров должна включать элементы, которые помогают решать действительно важные и приоритетные задачи, а именно такие, для которых выделяют ресурсы);
- соблюдение упорядоченности и четкости, совместимости со стилем управления, который принят на предприятии, направленности на действия.

Учеными исследована сущность логистического управления, обоснована целесообразность его использования заведениями аптечного сектора, проанализированы его специфические особенности. Однако ряд вопросов требует дальнейшего изучения.

Изложение основного материала исследования. Система распределения товаров аптечной сети – это совокупность организационно-управленческих, функциональных, инфраструктурных и ресурсных составляющих, которая носит динамичный характер и цель которой заключается в обеспечении максимального экономического эффекта ее функционирования [3].

Исходя из структуры деятельности по распределению товаров аптечной сети определены характеристики ее элементов (рис. 1).



Рисунок 1 – Система распределения товаров аптечной сети и её элементы

Формирование систем распределения товаров необходимо для обеспечения поставки фармацевтических товаров в заданный город в нужном объеме и ассортименте при заданном уровне расходов, то есть для оптимизации процессов товародвижения. Поэтому формирование системы распределения товаров аптечных сетей – сложный процесс выделения ее составляющих элементов с дальнейшей их интеграцией в единую интегрированную систему для обеспечения эффективности ее функционирования посредством соответствия установленным целевым показателям.

Определение этапов данного процесса должно базироваться на учете специфических отраслевых характеристиках деятельности субъектов хозяйствования, которые формируют особенности их деятельности по распределению товаров.

В формировании логистической сети предприятия выделяют ряд этапов, а именно [9]: определение аспектов формирования системы распределения товаров; учет основных факторов формирования логистической системы; формирование системы распределения товаров предприятия (организация системы распределения товаров и менеджмент). Представленные этапы формирования системы распределения товаров логически структурированы, однако с учетом специфики элементов системы распределения товаров аптечной сети целесообразно выделить следующие этапы ее формирования:

1. Структуризация факторов влияния на деятельность аптечной сети, их анализ по выбранным направлениям структуризации (по направлениям возникновения – внешние и внутренние; по сфере возникновения – экономические, рыночные, политические, правовые, демографические, технологические; по возможности влияния – управляемые и неуправляемые).

2. Формирование целевых показателей функционирования системы распределения товаров аптечной сети (удовлетворение спроса на фармацевтические товары, максимизация прибыли аптечной сети, минимизация логистических затрат аптечной сети, повышение качества информационного обеспечения логистической деятельности, оптимизация складских операций и т.п.).

3. Формирование функциональной подсистемы системы распределения товаров аптечной сети из элементов функциональных составляющих логистической деятельности.

4. Формирование инфраструктурной подсистемы системы распределения товаров аптечной сети из составляющих элементов обеспечения логистической деятельности.

5. Формирование ресурсной подсистемы системы распределения товаров аптечной сети из элементов материальных, финансовых, инвестиционных, трудовых и информационных ресурсов, необходимых для обеспечения эффективного функционирования системы.

6. Формирование организационно-управленческой подсистемы системы распределения товаров аптечной сети.

7. Интеграция отдельных функциональных, инфраструктурных, ресурсных составляющих и составляющих обеспечения в единую интегрированную логистическую систему аптечной сети.

8. Оценка степени обеспечения целевых показателей функционирования системы распределения товаров аптечной сети.

Формирование системы распределения товаров аптечной сети по предложенным этапам позволит обеспечить достижение целевых показателей ее формирования и функционирования.

Логистическая система аптечной сети не находится в статичном состоянии. Ее динамичные изменения обусловлены изменением факторов макросреды и изменениями внутреннего характера, которые ставят задачу развития системы для обеспечения ее соответствия и адекватности новым условиям. Таким образом, развитие системы является основой ее эффективности в кратко- и долгосрочном периодах и обуславливает возможности достижения поставленных целевых показателей посредством решения определенного круга задач.

Логистическая система аптечной сети объединяет организационно-управленческую, функциональную, инфраструктурную и ресурсную подсистемы (рис. 2).

Объединение таких элементов с установлением взаимосвязей между ними предоставляет возможность ее динамичного развития.

Каждая из приведенных подсистем содержит отдельные элементы, которые функционируют во взаимосвязи и взаимозависимости с целью обеспечения эффективности функционирования системы в целом. Наличие обратной связи позволяет системе распределения товаров своевременно реагировать на изменения внешней среды и адаптироваться к выявленным изменениям.



Рисунок 2 – Основные структурные элементы системы распределения товаров аптечной сети

Исследования показали, что развитие системы распределения товаров является важным фактором конкурентоспособности предприятий, в том числе субъектов фармацевтического рынка. В связи с этим возникает необходимость анализа особенностей управления системой распределения товаров аптечных сетей.

Вышесказанное позволяет утверждать, что управление системой распределения товаров требует дальнейшего исследования с точки зрения ее сложности.

Управление системой – это внешняя функция управления, обеспечивающая необходимые условия функционирования системы [5]. При этом цель управления системой заключается в повышении эффективности информационного обеспечения процессов, которые происходят в системе.

Если рассматривать управление системой в общепринятом виде, то очевидно, что обязательными элементами в структуре выступают управляемая и управляющая системы, которые имеют взаимосвязь между собой и с внешней средой.

Таким образом, управление системой распределения товаров предприятия – это процесс управленческого воздействия субъектов управления на систему распределения товаров с целью повышения уровня информационного обеспечения о состоянии системы и обеспечения эффективности функционирования системы в текущем периоде и в перспективе в условиях динамичных изменений внешней среды.

Для достижения поставленной цели система управления должна решать следующие задачи:

- формирование стратегии функционирования и развития системы распределения товаров аптечной сети;
- обеспечение реализации выбранной стратегии посредством формирования системы среднесрочных планов и программ развития;
- обеспечение эффективного взаимодействия отдельных составляющих системы распределения товаров аптечной сети;
- обеспечение эффективного функционирования отдельных точек сети и их взаимодействия между собой;
- организация отношений с поставщиками фармацевтической продукции;
- обеспечение эффективности ресурсного обеспечения функционирования системы распределения товаров аптечной сети;
- повышение качества организационно-управленческого обеспечения функционирования системы распределения товаров аптечной сети;
- повышение качества информационного обеспечения системы распределения товаров аптечной сети;
- контроль над влиянием результатов функционирования системы на финансовые результаты деятельности сети;
- уменьшение логистических затрат аптечной сети;
- оптимизация запасов на складе аптечной сети;
- обеспечение взаимосвязей всех участников системы распределения товаров.

Управление системой распределения товаров аптечной сети направлено на повышение эффективности функционирования системы и обеспечение возможностей ее развития.

Выводы и перспективы дальнейших исследований. Использование принципов логистического управления с формированием системы распределения товаров сегодня является одним из важных направлений развития аптечных сетей. Особенности деятельности по распределению товаров аптечной сети обусловлены наличием разных функциональных характеристик аптечных сетей, а также субъектов деятельности и установленными между ними взаимосвязями.

Определено, что логистическая система аптечной сети – это совокупность организационно-управленческих, функциональных, инфраструктурных и ресурсных составляющих, которая носит динамичный характер и цель которой заключается в обеспечении максимального экономического эффекта ее функционирования. Установлено, что логистическая система аптечной сети объединяет организационно-управленческую, функциональную, инфраструктурную и ресурсную подсистемы. Объединение таких элементов с установлением взаимосвязей между ними дает возможность ее динамичного развития. Каждая из приведенных подсистем содержит отдельные элементы, которые функционируют во взаимосвязи и взаимозависимости с целью обеспечения эффективности функционирования системы в целом. Наличие обратной связи позволяет своевременно реагировать на изменения внешней среды и адаптации системы распределения товаров к выявленным изменениям.

Формирование систем распределения товаров осуществляется для обеспечения поставки фармацевтических товаров в заданный город в необходимом объеме и ассортименте при заданном уровне расходов, то есть

для оптимизации процессов товародвижения. Установлено, что формирование системы распределения товаров аптечных сетей представляет собой сложный процесс выделения ее составляющих элементов с дальнейшей их интеграцией в единую интегрированную систему для обеспечения эффективности ее функционирования посредством соответствия установленным целевым показателям. Определение этапов данного процесса должно базироваться на учете специфических отраслевых характеристиках деятельности субъектов хозяйствования, формирующих особенности их логистической деятельности.

Логистическая система аптечной сети не находится в статичном состоянии. Динамичные изменения данной системы обусловлены изменением факторов макросреды и изменениями внутреннего характера, задача которых заключается в развитии системы с целью обеспечения ее соответствия и адекватности новым условиям. Развитие системы является основой ее эффективности в кратко- и долгосрочном периодах и определяет возможности достижения поставленных целевых показателей путем решения определенного круга задач.

Установлено, что управление системой распределения товаров аптечной сети направлено на повышение эффективности функционирования системы распределения товаров и обеспечение возможностей ее развития.

Следовательно, развитие субъектов фармацевтического рынка, в том числе аптечных сетей, представляет собой важное направление научных исследований. Это обусловлено значимостью фармацевтического сектора в социально-экономическом развитии региона, необходимостью постоянного роста качества услуг предприятий данной отрасли. Функционирование аптечных сетей несет в себе определенные особенности, которыми обусловлено наличие преимуществ, отличающих их от таких субъектов фармацевтического рынка, как отдельные аптечные заведения, формирующих состояние и перспективы их развития: единый подход к формированию вертикали и принципов управления, единые финансовые потоки, единые подходы к формированию стандартов квалификации и профессионализма персонала, единая политика управления качеством, логистическая, ассортиментная, ценовая политика, что вызывает необходимость разработки мероприятий по повышению эффективности функционирования аптечной сети как единого субъекта хозяйствования. При этом следует учитывать специфические особенности каждой торговой точки аптечной сети, обусловленные ее размером, географическим расположением, товарооборотом и прочее.

Список литературы

1. Балашов А.И. Формирование механизма устойчивого развития фармацевтической отрасли: теория и методология: монография / А.И. Балашов. - Санкт-Петербург: Изд-во СПбГУЭФ, 2012. - 160 с.

2. Басов А.В. Фармацевтические компании как социальные агенты медиализации: автореф. дис. ... канд. социол. наук: 14.00.52 / Басов Александр Викторович. - Волгоград, 2008. - 26 с.

3. Бухтиярова А.А. Анализ состояния фармацевтического рынка региона / А.А. Бухтиярова, О.В. Чепижко // Материалы 79-го медицинского конгресса молодых ученых «Актуальные проблемы теоретической и клинической

медицины», 18-20 мая 2017 г., г. Донецк, ГОУ ВПО ДонНМУ им. М. Горького. - Донецк, 2017. - С. 519-520.

4. Захаров Г.Н. Механизм управления устойчивым развитием промышленного предприятия: процессный подход: монография [Текст] / Г.Н. Захаров, К. В. Логинов. - СПб: СПбГИЭУ, 2008. - 157 с.

5. Захарова В.М. Фармацевтическая промышленность стран с развитой рыночной экономикой / В.М. Захарова. - М.: РЭА им. Г.В. Плеханова. - 1996. - 60 с.

6. Никулина С.В. Формирование стратегии устойчивого развития фармацевтической отрасли: автореф. дис. ... канд. экон. наук: 08.00.05 / Никулина Светлана Викторовна. - М.: МИТХТ им. М.В. Ломоносова, 2006. - 22 с.

7. Овчаров Е.Г. Мировая фармацевтическая промышленность: современное состояние и тенденции развития в условиях глобализации: автореф. дис. ... канд. экон. наук : 08.00.14 / Овчаров Евгений Геннадьевич. - М.: РУДН, 2005. - 24 с.

8. Пальцев М.А. Нанотехнологии в медицине и фармации [Текст] / М.А. Пальцев // Ремедиум. - 2008. - № 9. - С. 11-19.

9. Регулирование предпринимательской деятельности в системах здравоохранения европейских стран [Текст] / Под ред. Р. Б. Солтмана и др. - М: Весь мир, 2002. - 254 с.

УДК 330.3:002/004 (470+571)

ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ РОССИЙСКОГО РЫНКА ИНФОРМАЦИОННО-КОММУНИКАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ В УСЛОВИЯХ ЦИФРОВИЗАЦИИ

Л.В. Шабалина,
канд. экон. наук, доцент,
А.В. Черноиваненко

ГО ВПО «Донецкий национальный
технический университет», г. Донецк,
ДНР, e-mail: luda_2270@mail.ru

DEVELOPMENT TRENDS OF RUSSIAN MARKET OF INFORMATION AND COMMUNICATION TECHNOLOGIES IN THE CONTEXT OF DIGITALIZATION

L.V. Shabalina,
Candidate of Economics,
Associate Professor,
A.V. Chernoiivanenko

SO HPE «Donetsk National Technical
University», Donetsk, DPR,
e-mail: luda_2270@mail.ru

Реферат

Цель. Цель статьи заключается в выявлении проблем и перспектив развития российского рынка информационно-коммуникационных технологий в условиях цифровизации.

Методика. В процессе исследования использованы методы теоретического обобщения и сравнения, анализа и синтеза, многомерного статистического анализа (при изучении состояния российского рынка информационно-коммуникационных технологий).

Результаты. Рассмотрены тенденции развития российского рынка информационно-коммуникационных технологий в условиях цифровизации на основе анализа основных показателей цифровой конкурентоспособности. Выявлено, что данный рынок динамично развивается. Предложены направления развития сотрудничества России и стран БРИКС в обмене технологиями и формировании рынка информационно-коммуникационных технологий в условиях цифровизации. Обоснована необходимость совершенствования мер, направленных на поддержку создания и развития цифровой инфраструктуры России.

Научная новизна. Проанализировано современное состояние цифровой конкурентоспособности российского рынка информационно-коммуникационных технологий. Предложено развитие данного рынка на основе взаимодействия со странами БРИКС.

Практическая значимость. Полученные результаты направлены на развитие рынка информационно-коммуникационных технологий России в условиях цифровизации. На их основе возможно выработать инструментарий взаимодействия со странами БРИКС в направлении повышения конкурентоспособности данного рынка.

Ключевые слова: *рынок информационно-коммуникационных технологий, цифровизация, цифровая конкурентоспособность, цифровые технологии, БРИКС, высокотехнологичные товары, технологические инновации.*

Постановка проблемы и её связь с важными научными и практическими задачами. Рынок информационно-коммуникационных технологий (ИКТ) на современном этапе развития оказывает влияние на все сферы человеческой деятельности. Так, происходит образование новых секторов экономики, продвижение новых рынков, занимающихся цифровыми технологиями, что приводит к стимулированию инновационной деятельности и обеспечивает увеличение производительности мирового хозяйства. По оценке Глобального института McKinsey, в ближайшие 20 лет до 50% рабочих операций в мире могут быть автоматизированы, что позволит обеспечить России рост ВВП к 2025 г. на 4,1-8,9 трлн. руб. (в ценах 2015 г.), или 19-34% ожидаемого роста ВВП [13, с. 99]. Тогда как в 2017 г. удельный вес сектора ИКТ России в численности занятых составил 2,5%, в валовой добавленной стоимости предпринимательского сектора – 3,3%. В связи с этим целесообразно провести анализ основных тенденций, проблем и перспектив развития рынка ИКТ России для обеспечения дальнейшего роста в условиях цифровизации.

Анализ последних исследований и публикаций. Развитием рынка ИКТ занимаются такие международные организации, как Европейская комиссия по наблюдению за информационными технологиями (ЕИТО), Конференция ООН по торговле и развитию (ЮНКТАД), Глобальный институт McKinsey,

Международный союз электросвязи (МСЭ) и Международный валютный фонд (МВФ). Рынок ИКТ в России изучают Национальный исследовательский университет «Высшая школа экономики», Федеральная служба государственной статистики, Министерство цифрового развития, связи и массовых коммуникаций Российской Федерации и др. Проблемам цифровой экономики России в контексте международного рынка ИКТ посвящены работы А.Н. Сусловой, Е.В. Ерохиной, М.А. Юдиной, А.В. Асадулиной и др.

Изложение основного материала исследования. О конкурентоспособности страны на рынке ИКТ свидетельствует индекс цифровой конкурентоспособности. Так, начиная с 2013 г. уровень цифровой конкурентоспособности России растет и в 2017 г. находился на 42 позиции, то есть значение индекса увеличилось на 9,5% по сравнению с 2013 г. (рис. 1). Также уровень знаний и подготовки кадров России находится на 24 месте рейтинга и увеличился на 33,3%. Вместе с тем уровень технологий поднялся с 49 на 44, а готовность населения к технологическим изменениям – с 56 на 52 позицию. Тогда как Сингапур, Швеция и США входят в тройку неизменных лидеров индекса цифровой конкурентоспособности на протяжении последних пяти лет [1]. Несмотря на постепенное улучшение показателей цифровой конкурентоспособности, России следует наращивать темпы роста рынка ИКТ, поэтому возрастает необходимость анализа технологической базы страны для постановки целей и направлений развития экономики в условиях цифровизации.

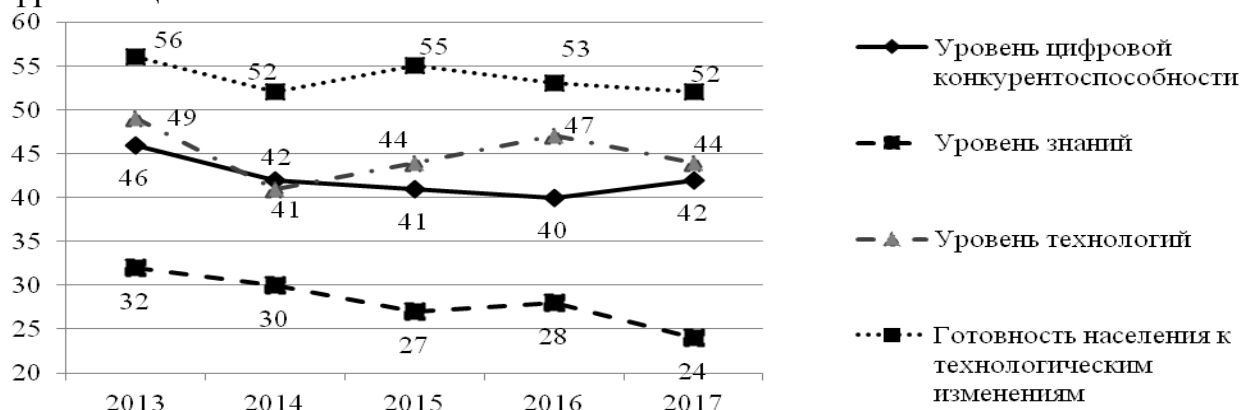


Рисунок 1 – Индекс цифровой конкурентоспособности России и его составляющие в 2013-2017 гг. (составлено по источнику [1])

В 2017 г. удельный вес организаций, осуществляющих технологические инновации в промышленном производстве, составил 9,6% в общем количестве организаций (рис. 2). В то же время имеет место уменьшение количества компаний, которые занимаются инновационной деятельностью в сфере ИКТ. Удельный вес таких организаций в 2017 г. составил 8%, что объясняется низкой конкурентоспособностью сектора по сравнению с зарубежными компаниями и уходом части фирм с рынка в связи с нестабильностью, вызванной санкциями.

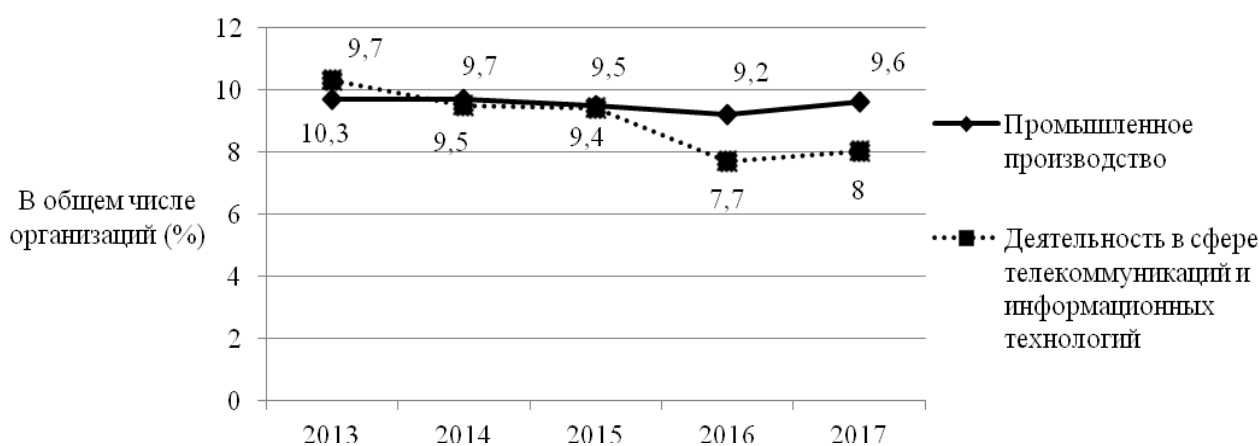


Рисунок 2 – Удельный вес организаций России, осуществляющих технологические инновации в 2013-2017 гг. (составлено по источнику [5])

Следует отметить, что в 2017 г. основная часть высокотехнологичных организаций приходится на государственный сектор, в то время как в 2000 г. предпринимательский сектор включал 55,58% таких организаций (табл. 1). Такая тенденция объясняется тем, что предприниматели недостаточно заинтересованы в научных исследованиях и разработках, так как не могут обеспечить долгосрочные позиции на международных рынках по сравнению с конкурентами из зарубежных стран.

Таблица 1 – Удельный вес организаций России, выполнявших научные исследования и разработки, по секторам деятельности, %

Сектор	2000 г.	2005 г.	2010 г.	2017 г.
Государственный	30,42	35,95	40,09	37,85
Предпринимательский	55,58	47,76	40,23	32,76
Высшего образования	12,83	15,11	17,67	26,32
Некоммерческих организаций	1,17	1,18	2,01	3,07

¹ Составлено по источнику [5].

Глобальное использование цифровых технологий ведет к трансформации рынка труда, вследствие чего возрастает необходимость создания инновационного человеческого капитала. Так, в России удельный вес занятых в секторе ИКТ в общей численности занятого населения составляет 1,7%, в то время как в ЕС этот показатель равен 3,7%, в том числе в Эстонии – 5,6%, Великобритании – 5,1, в Швейцарии – 4,6% [3]. Также для РФ характерна тенденция к снижению занятости в сфере ИКТ с 2,1% в 2010 г., тогда как в европейских странах наблюдается постепенное увеличение показателя [5]. Кроме того, в России только 1,2% занятых являются специалистами высшего уровня квалификации и 0,3% – среднего. В Швеции этот показатель составляет 3,4 и 1,2%, Финляндии – 3,4 и 0,9, Великобритании – 3 и 0,8, в США – 1,9 и 0,6% соответственно [8, с. 52].

Для развитых стран характерно высокое значение доли инвестиций в НИОКР. Так, значительную часть в общем объеме инвестиций занимают США

(25,5%), Китай (20,8%), Япония (8,4%) и Южная Корея (4,1%). Россия входит в десятку стран с наибольшей долей инвестиций в НИОКР в числе общих мировых инвестиций (2,7%) [4, с. 19]. Также следует обратить внимание на внутренние затраты, которые относятся к исследованиям и разработкам. В целом затраты на научные исследования в России в период с 2000 по 2017 г. имеют тенденцию к росту и достигли 1,11% в ВВП (рис. 3). В то же время данный показатель в США равен 2,8%, Китае – 1,9, Японии – 3,5, в Южной Корее – 4,3% [2].

Главной особенностью инвестиций в НИОКР России является то, что основная часть внутренних затрат на исследования и разработки приходится на развитие экономики (39,83%), из которых на промышленное производство – 76,57%. Анализ внутренних затрат на исследования по субъектам РФ показал, что в 2017 г. 52% затрат приходилось на Центральный федеральный округ [5]. В том числе на города Москва и Санкт-Петербург выделено 35 и 11,9% соответственно, что свидетельствует о значительной концентрации наукоемких производств на данной территории и недостаточном финансировании других регионов.

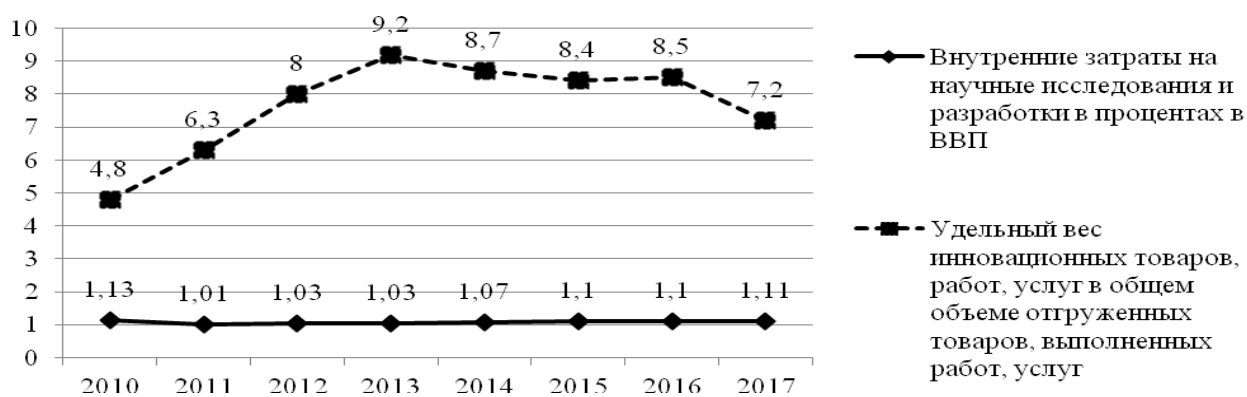


Рисунок 3 – Внутренние затраты России на научные исследования и разработки и удельный вес инновационных товаров, работ, услуг в их общем объеме за 2010-2017 гг. (составлено по источнику [5])

Уровень затрат на НИОКР тесно связан с результатами научной деятельности в области ИКТ. Так, публикации российских ученых в изданиях, индексируемых в Web of science, по направлениям ИКТ составляют 4036 работ, или 0,028 работы на каждую тысячу человек в 2017 г., а удельный вес России в общемировом числе публикаций в области ИКТ равен 2,1% [8, с. 34]. Количество публикаций в Китае составляет 54668, США – 35337, в Индии – 16365 [8, с. 35], или 0,039; 0,108; 0,013 работы на тысячу человек соответственно. Роль России в мировых научных исследованиях на данном этапе остается незначительной, что связано с уменьшением количества ученых на 2,5% в 2017 г. по сравнению с 2010 г. [5]. Так, количество докторов и кандидатов наук уменьшилось на 2,7 и 1,4%, а их доля в общей численности ученых составляет 7,2 и 2,1% соответственно [5]. В том числе на Москву приходится 39,9% ученых, 45,2% докторов и 38,1% кандидатов наук, что является результатом сложившейся территориальной структуры экономики [5].

Инновационный потенциал выступает одной из главных составляющих цифрового развития. Самый высокий удельный вес инновационных товаров в общем объеме отгруженных товаров в 2013 г. составил 9,2%, при этом в последующие годы показатель снизился до 7,2% (рис. 3). Такая тенденция обусловлена отсутствием согласованного функционирования правительства, предприятий и образовательных учреждений в рамках единого цикла «наука - техника - производство», что ведет к отсутствию высококвалифицированных кадров, недостаточному бюджетному финансированию, появлению трудностей с коммерциализацией инновационных продуктов. Кроме того, длительный период окупаемости и высокий экономический риск являются причинами слабой заинтересованности предпринимательского сектора в разработке и введении инноваций, а также низкого инновационного потенциала большинства организаций.

Наблюдается тенденция роста экспорта и импорта высокотехнологичных товаров (рис. 4). Однако импорт в 2017 г. составил 65,1% в общем объеме импорта, а экспорт равен всего 10,5%, что является одним из наглядных примеров зависимости экономики России от иностранных технологий.

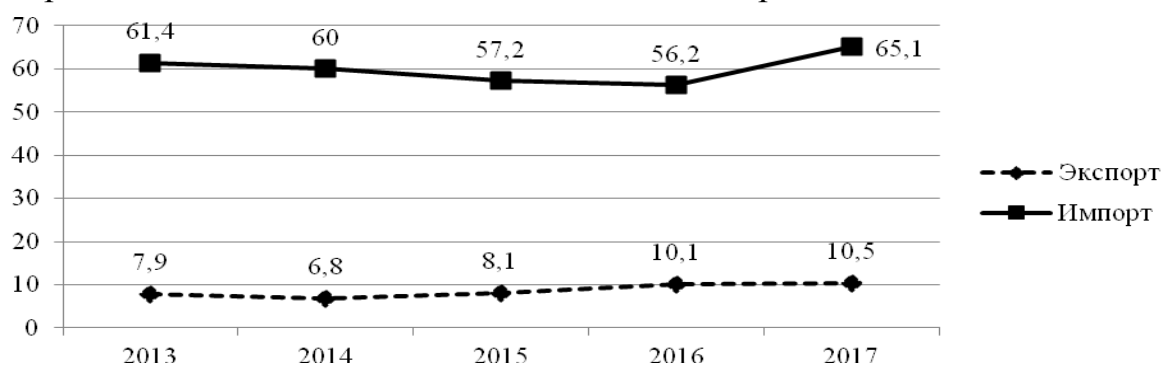


Рисунок 4 – Доля высокотехнологичных товаров в общем объеме экспорта и импорта России за 2013-2017 гг., % (составлено по источнику [5])

Баланс платежей России по технологиям с регионами мира позволяет сделать вывод, что импорт технологий преобладает над экспортом, в результате чего торговое сальдо составляет -1,2 млрд. руб. (табл. 2). Положительное сальдо наблюдается со странами СНГ и БРИКС, так как на них приходится 54,17% экспорта и 3,41% импорта. Вместе с тем сальдо России со странами ОЭСР отрицательное, и на них приходится основная часть импорта, в то время как с большинством стран ОЭСР действует санкционный режим. Российскому сектору ИКТ следует продолжить развитие в направлении расширения сотрудничества с рынками стран СНГ и БРИКС. Кроме того, азиатские страны обладают безусловными преимуществами в развитии рынка ИКТ вследствие их влияния на международную экономику путем экспорта технологий и расширения электронной торговли [15, с. 64]. Соответственно, необходимо сокращать импорт из стран ОЭСР в пользу стран БРИКС и вместе с тем увеличить экспорт на азиатские рынки.

Таблица 2 – Баланс платежей России по технологиям с регионами мира в 2016 г. ¹

Страны	Экспорт	Импорт	Сальдо
Всего	1277023,5	2498677,8	-1221654,3
Страны СНГ	154052,8	33756,3	120296,5
Страны ОЭСР	511153,9	2217212,9	-1706059
Страны БРИКС	537735,5	51546,8	486188,7
Другие страны	74081,3	196161,8	-122080,5

¹ Составлено по источнику [2].

В связи с вышеизложенным следует рассмотреть сотрудничество стран БРИКС в создании единой цифровой системы. Руководство стран БРИКС расценивает формирование национальной цифровой экономики как возможность, которая позволит странам перейти к качественному экономическому росту, решить технологические, инфраструктурные и социальные проблемы в рамках национальных хозяйств. Министерство цифрового развития, связей и массовых коммуникаций России служит связующим звеном в обеспечении развития российского рынка ИКТ и его взаимодействия со странами БРИКС. Кроме того, утвержденная программа «Цифровая экономика Российской Федерации» формирует комплекс мероприятий по созданию единой цифровой экосистемы и развитию национальных предпринимателей, а также включает ряд индикаторов цифровой экономики для обеспечения развития в таких направлениях, как нормативное регулирование, кадры и образование, формирование исследовательских компетенций и технологических заделов, информационная инфраструктура и безопасность, до 2024 г. [14].

Основные организационно-правовые, экономические, культурные и экологические договоренности между странами БРИКС закреплены в Сямэньской декларации от 04.09.2017 г., где предусмотрены различные инициативы по обмену научно-техническим, инновационным и технологическим опытом стран [6]. Также было принято решение о создании фонда облигаций в национальных валютах стран БРИКС, что будет способствовать развитию финансовых систем Бразилии, России, Индии, Китая и ЮАР и благоприятно повлияет на развитие торговых связей в сфере ИКТ [6].

Так, в сентябре 2018 г. состоялась четвертая встреча министров связи БРИКС в ЮАР, где были закреплены договоренности об обмене исследованиями, опытом и информацией, о внедрении 5G, расширении партнерских контактов в сфере подготовки кадров для ИТ-индустрии и продолжении сотрудничества в области кибернетической безопасности. Министерство связи и массовых коммуникаций России совместно с Министерством иностранных дел ведут переговоры со странами БРИКС о создании альтернативного интернета, который будет работать независимо от существующего и находиться вне контроля Запада. Кроме того, обсуждается возможность разработки программы российско-китайского медиа-сотрудничества в цифровой среде, ожидается диверсификация поставок

высокотехнологичного оборудования в Россию и более активное продвижение и использование российского программного обеспечения на китайском рынке. Одной из основных проблем развития сотрудничества является обеспечение цифровой безопасности стран, где Россия выступает за децентрализацию управления интернетом и рассчитывает на поддержку китайской стороны в данном вопросе.

Осуществление данных мероприятий в комплексе с мерами, направленными на поддержку создания и развития цифровой инфраструктуры, таких как обеспечение конкурентной среды, защита интеллектуальной собственности, предотвращение кибернетических преступлений, либерализация регулирующего законодательства и его сопоставление с соответствующими правовыми нормами международного сообщества, будет способствовать динамичному развитию рынка ИКТ в России.

Выводы и перспективы дальнейших исследований. Установлено, что Россия является перспективной страной для развития ИКТ, о чем свидетельствует динамичный рост показателей цифровой конкурентоспособности. Выявлены проблемы развития экономики России в условиях цифровизации. Доказано, что сотрудничество стран БРИКС в создании единой цифровой системы выступает перспективным направлением развития рынка ИКТ. Поддержка создания и развития цифровой инфраструктуры в комплексе с развитием экономических и научно-технологических связей России со странами БРИКС обеспечит успешное формирование цифрового общества на базе рынка ИКТ.

Список литературы

1. IMD World Digital Competitiveness Ranking 2017 / IMD World Competitiveness Center. – 2017. – 180 p.
2. Global R&D Funding Forecast / Research & Development:2018. – 36 p.
3. Employed ICT specialists / Eurostat. – 2017 [Электронный ресурс]. — URL: <http://appsso.eurostat.ec.europa.eu/nui/submitViewTableAction.do> (дата обращения: 25.10.2018)
4. R&D Trends Forecast / The Industrial Research Institute. – 2017. – 25 p.
5. Федеральная служба государственной статистики. [Электронный ресурс]. — URL: <http://www.gks.ru/>
6. Сямэньская декларация руководителей стран БРИКС / Сямэнь, Китай, 4 сентября 2017 года. – 2017 [Электронный ресурс]. Систем. требования: Adobe Acrobat Reader. — URL: <http://static.kremlin.ru/media/events/files/ru/MugBDYk9AZt6mmAxvKWbnTd0RsgpupmV.doc> (дата обращения: 10.11.2018)
7. Доклад «Цифровая экономика: глобальные тренды и практика российского бизнеса»/ Ред. Д.С. Медовников // М.: НИУ ВШЭ. – 2017. - 121 с.
8. Индикаторы цифровой экономики: 2018: статистический сборник / Г.И. Абдрахманова, К.О. Вишневецкий, Г.Л. Волкова, Л.М. Гохберг и др. / Нац. иссл. ун-т «Высшая школа экономики» // М.: НИУ ВШЭ. – 2018. – 268 с.
9. Статистика науки и образования. Выпуск 2. Результативность научных исследований и разработок/ Инф.-стат. мат. // М.: ФГБНУ НИИ РИНКЦЭ. - 2017. – 133 с.

10. Сулова А.Н., Ерохина Е.В. Положение России в цифровом мире: анализ программы «Цифровая экономика 2017» // Международный студенческий научный вестник. – 2018. – № 5.; URL: <http://eduherald.ru/ru/article/view?id=18793> (дата обращения: 10.11.2018).
11. Юдина М.А. Социальные перспективы проекта цифровая экономика РФ 2017–2030 гг. // Уровень жизни населения регионов России. – 2018. – №1 (207). – с. 60-65.
12. Гусарова С.А. Развитие электронной торговли в странах БРИКС / Мировая экономика. – 2017. – №11(156). – с. 43-46.
13. Асадулина А.В. Цифровая экономика в России: текущий статус и проблемы развития // Российский внешнеэкономический вестник. – 2018. – №6. – с. 98-112.
14. Программа «Цифровая экономика Российской Федерации». - 2017 [Электронный ресурс]. Систем. требования: Adobe Acrobat Reader. — URL: <http://static.government.ru/media/files/9gFM4FHj4PsB79I5v7yLVuPgu4bvR7M0.pdf> (дата обращения: 25.10.2018)
15. Шабалина Л.В., Черноиваненко А.В. Перспективы развития мирового рынка информационно-коммуникационных технологий// Економічний вісник Донбасу. – 2018. – № 3(53). – С. 60-64.

УДК 338.45:615.4

ОСНОВНЫЕ ТЕНДЕНЦИИ РОССИЙСКОГО ФАРМАЦЕВТИЧЕСКОГО РЫНКА

Л.В. Шабалина,
канд. экон. наук, доцент,
К.С. Подустова

ГО ВПО «Донецкий национальный
технический университет», г. Донецк,
ДНР, e-mail: luda_2270@mail.ru

TOP TRENDS OF THE RUSSIAN PHARMACEUTICAL MARKET

**L.V. Shabalina, Candidate
Economics, Associate Professor,
K.S. Podustova**

of SO HPE «Donetsk National Technical
University», Donetsk, DPR,
e-mail: luda_2270@mail.ru

Реферат

Цель. Цель статьи заключается в определении основных тенденций развития фармацевтического рынка Российской Федерации.

Методика. В процессе исследования использованы методы теоретического обобщения и сравнения, синтеза и статистического анализа.

Результаты. Рассмотрены тенденции развития российского фармацевтического рынка на основе анализа жизненно необходимых и важнейших лекарственных препаратов и их розничных аптечных продаж.

Определены проблемы и перспективы развития российского фармацевтического рынка, а также рынка лекарственных средств.

Научная новизна. Выявлены перспективные сегменты фармацевтического рынка Российской Федерации на основе оценки соответствия производимых и импортируемых товаров Перечню жизненно необходимых и важнейших препаратов, что позволит российским фармацевтическим компаниям улучшить позиции на национальном рынке за счет увеличения производства, и сбыта собственных лекарственных средств.

Практическая значимость. Полученные результаты направлены на развитие рынка фармацевтического рынка России в условиях нестабильной экономической и политической ситуации. На основе данного исследования, возможно, выработать инструментарий, нацеленный на снижение импортозависимости РФ.

Ключевые слова: *лекарственные препараты, лекарственные средства, фармацевтический рынок, розничные аптечные продажи, жизненно необходимые и важнейшие лекарственные препараты, санкции, импорт.*

Постановка проблемы и ее связь с важными научными и практическими задачами. На сегодняшний день сложившаяся в России демографическая ситуация обусловлена старением и высоким уровнем смертности населения, а также ростом распространенности хронических заболеваний. В 2017 г. по сравнению с 2016 г. уровень смертности от заболеваний дыхательной системы увеличился на 9%, от инфекционных и онкологических – на 6 и 5% соответственно [1]. При этом доля лекарственных средств (ЛС), произведенных в РФ, по итогам 2017 г. составила 30% в денежном выражении и 62% – в натуральном [2]. Вследствие введения санкций Европейским Союзом, США и рядом стран, поддерживающих их позицию, существующая импортозависимость РФ может привести к необеспеченности населения лекарственными препаратами (ЛП), уменьшению продолжительности жизни и увеличению смертности. В связи с данными обстоятельствами необходимо изучение тенденций российского фармацевтического рынка для выработки стратегии развития производства отечественных ЛП.

Анализ последних исследований и публикаций. Оценку обеспеченности и доступности ЛС на международном уровне осуществляют Всемирная организация здравоохранения (ВОЗ), Институт фармацевтической безопасности (PSI), Европейская федерация фармацевтической промышленности и ассоциаций (EFPIA). Существенный вклад в изучение проблемы лекарственной безопасности РФ внесли В.А. Балашов, И.А. Садчиков, С.М. Панчук, Н.И. Яблчанский. Вопросы повышения эффективности выбора ЛС для полного удовлетворения потребности в них системы здравоохранения РФ рассматривают В.Л. Багирова, Н.Н. Карева, Л.В. Мошкова.

Изложение основного материала исследования. В 2017 г. на территории РФ проживало 148,8 млн. чел., из них количество людей в возрасте старше 60 лет составляло 21,2%, что на 8,2% больше среднемирового значения. По сравнению с 2008 г. в РФ произошло увеличение численности населения старше 60 лет на 3,8%, что привело к снижению количества людей трудоспособного возраста на 0,4%. Данные обстоятельства свидетельствуют о старении населения и увеличении спроса на ЛП (рис. 1).

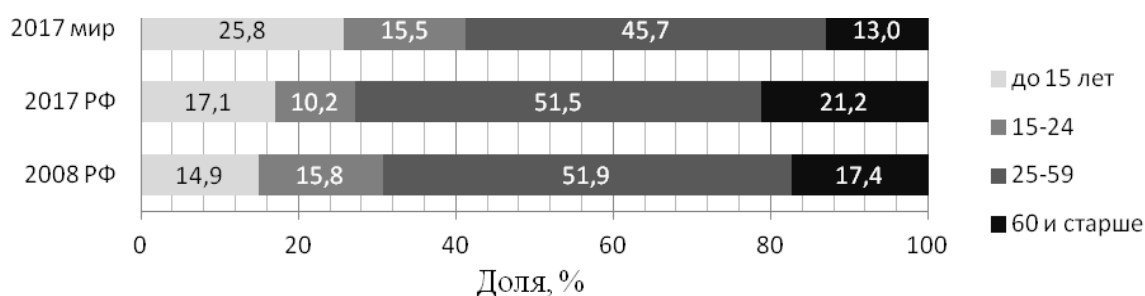


Рисунок 1 – Возрастной состав населения мира и РФ (составлено по данным источника [3])

Количество родившихся в 2017 г. в России на 10,5% меньше по сравнению с 2016 г. и на 1,4% – с 2008 г. [1] – это указывает на депопуляцию населения в будущем. В 2017 г. произошло падение естественного прироста населения РФ по сравнению с 2008 и 2016 гг. на 1,6 и 1,1% соответственно. Согласно прогнозу ВОЗ по сравнению с 2017 г. в 2020 г. численность населения РФ снизится на 4%, а в 2030 г. – на 5,5%. В то время как среднемировое значение прироста населения в 2020 и 2030 гг. увеличится на 2,9 и 4,5% соответственно по сравнению с 2017 г. [3]. Начиная с 2016 г. произошло значительное уменьшение количества населения РФ, что свидетельствует о росте тенденции старения населения в будущем.

В 2017 г. 43% населения РФ умерло от заболеваний сердечно-сосудистой системы (среднемировой данный показатель составляет 26,6%). Смертность от онкологических заболеваний составила 18%, инфекционных и паразитарных болезней – 9%. Причиной смерти 12% населения стали болезни пищеварительного тракта и органов дыхания, тогда так среднемировой уровень смертности от заболеваний органов дыхания составляет 14,3% [4] (рис. 2).

Основные причины смертности населения по половому признаку свидетельствуют о том, что мужчин умирает больше, чем женщин, на 47% от заболеваний органов дыхания, 46,7% – инфекционных и паразитических болезней, 12,9% – от онкологических, что объясняется тяжелыми и опасными условиями труда на предприятиях, наличием вредных привычек, а также пренебрежением своевременного лечения заболеваний данного типа. В 2017 г. у женщин количество заболеваний раком молочной железы увеличилось на 32,5% по сравнению с 2008 г. [1].

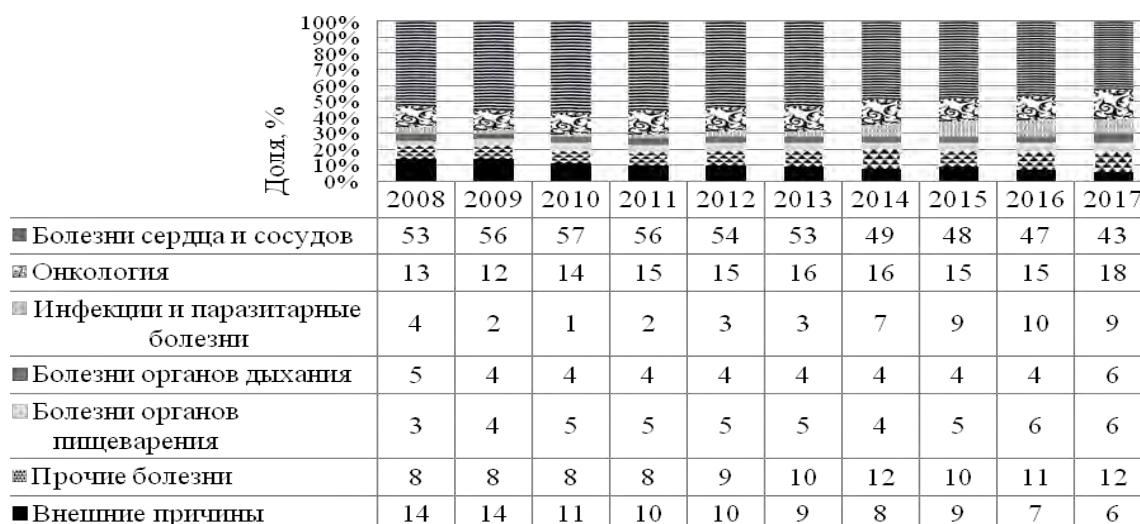


Рисунок 2 – Динамика основных причин смертности (составлено по данным источника [5])

За последние 10 лет заболеваемость раком легких и желудка выросла на 20 и 11% соответственно как у женщин, так и у мужчин, что указывает на необходимость изучения факторов, влияющих на увеличение заболеваемости, разработки и внедрения на рынок новых онкологических препаратов [6]. За период 2011-2017 гг. произошло увеличение случаев выявления ВИЧ на 20,1% – это связано с понижением ответственности в вопросах предохранения и увеличением количества незащищенных половых актов, что является общемировой тенденцией [7]. Показатель заболеваемости туберкулезом в 2017 г. вырос на 70% по сравнению с 2008 г. В связи с этим необходимо исследовать рынок лекарств для лечения заболеваний органов дыхания с целью выявления групп препаратов и анализа их производства в качестве дженерических на территории РФ [8].

По итогам 2017 г. емкость фармацевтического рынка РФ составила 1629 млрд. руб., что на 28% выше показателя 2008 г. Финансирование за счет бюджетных средств составило 25,9% объема рынка. Объем коммерческого сегмента фармацевтического рынка в 2017 г. равен 74,1%, за период 2008-2017 гг. произошло увеличение данного сектора в 3,5 раза, что свидетельствует об увеличении коммерциализации рынка. Сектор биологически активных добавок (БАД) в мире составляет около 36% объема всего рынка, в РФ данный сегмент в 2017 г. составил 16,3%, увеличившись в 2,5 раза по сравнению с 2008 г. Это подтверждает негативную тенденцию увеличения производства БАД и их использования населением в качестве ЛС для лечения заболеваний, что приводит к увеличению смертности вследствие отсутствия своевременного лечения необходимыми лекарственными препаратами (рис. 3).

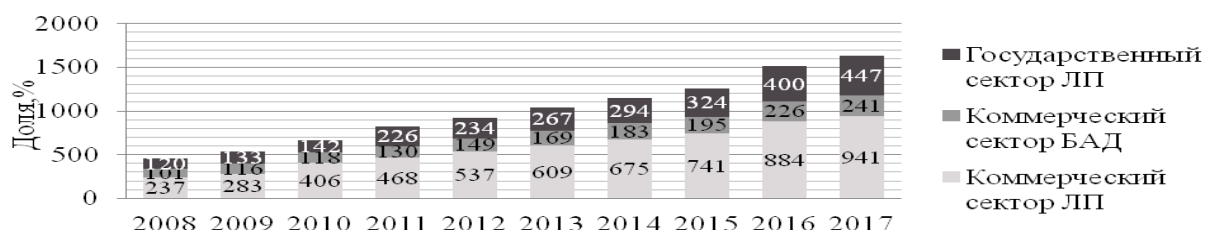


Рисунок 3 – Емкость рынка в ценах конечного потребителя, млрд. руб. (составлено по данным источника [2])

Одним из оценочных критериев потребности населения в фармацевтических товарах является структура розничных аптечных продаж (РАП) [9]. Анализ товарного ассортимента ЛП проведен на основе перечня жизненно необходимых и важнейших лекарственных препаратов, сгруппированных по международной системе классификации лекарственных средств (Anatomical Therapeutic Chemical – АТС). Наиболее востребованными в 2017 г. являются препараты для лечения заболеваний пищеварительного тракта и обмена веществ, составляющие 16,4% в стоимостном объеме, противомикробные – 12,5, онкологические – 10,7, для лечения заболеваний нервной и сердечно-сосудистой системы – 10,2 и 10,1% соответственно (рис. 4) [2]. За период 2008-2017 гг. произошло увеличение спроса на онкологические и противомикробные препараты на 6 и 4,8% соответственно, что связано с наличием вредных привычек, отсутствием физической активности, загрязнением окружающей среды и воздействием радиации. Также увеличился спрос на препараты кровеносной системы на 4,5%, что обусловлено тенденцией старения населения.

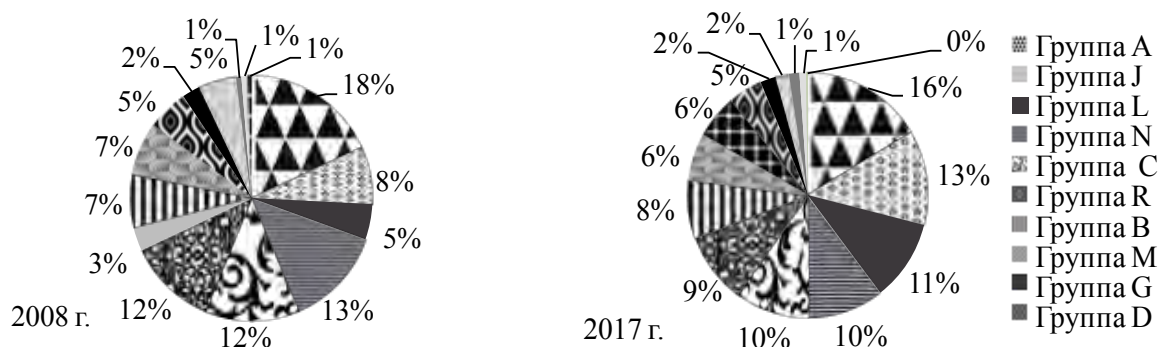


Рисунок 4 – Доля ЛП по группам АТС в стоимостном объеме (составлено по данным источника [1])

В 2008-2017 гг. доля импортных лекарственных препаратов снизилась на 4% в натуральном выражении и на 5,8% – в денежном, что связано с государственной политикой импортозамещения РФ [2]. Доля лекарств российского производства в 2017 г. составила 30% в денежном выражении и 62% – в натуральном (рис. 5). В то время как согласно критерию

обеспеченности лекарственными средствами ВОЗ национальное производство должно составлять не менее 70%. В России данный критерий не соответствует стандартам, несмотря на рост количества препаратов собственного производства на фармацевтическом рынке. В связи с данными обстоятельствами остро встает вопрос необходимости увеличения национального сектора рынка и ориентации российских компаний на производство необходимых ЛП.

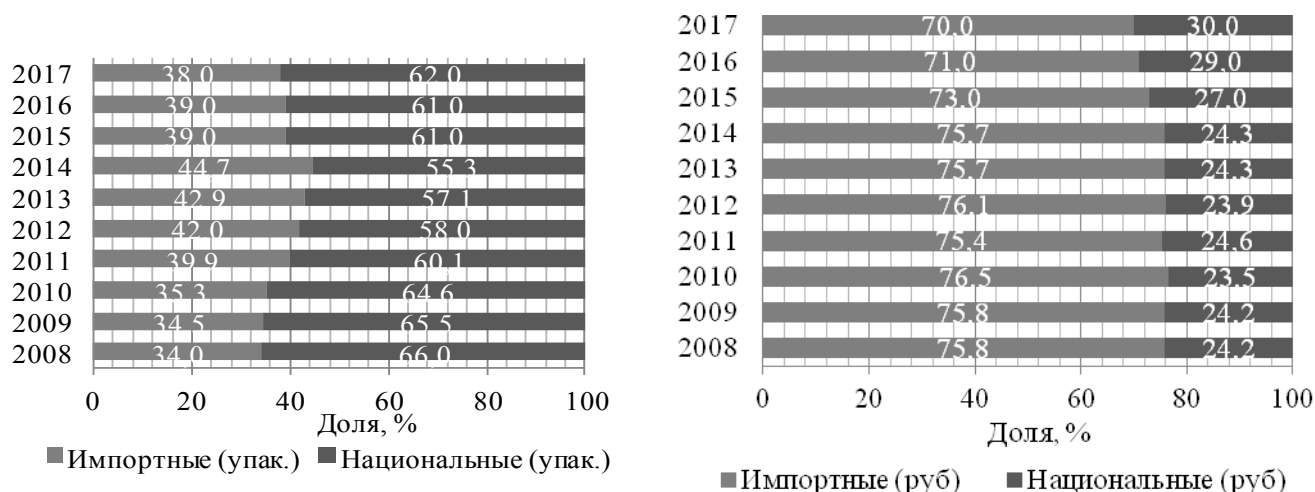


Рисунок 5 – Структура рынка в разрезе национальных и импортных препаратов (составлено по данным источника [2])

Анализ доли российских лекарственных средств в перечне жизненно необходимых и важнейших препаратов в 2017 г. показал, что 84% номенклатуры ЛП являются национальными, тогда как в 2018 г. планируется довести данный показатель до 90% (рис. 6) [5].

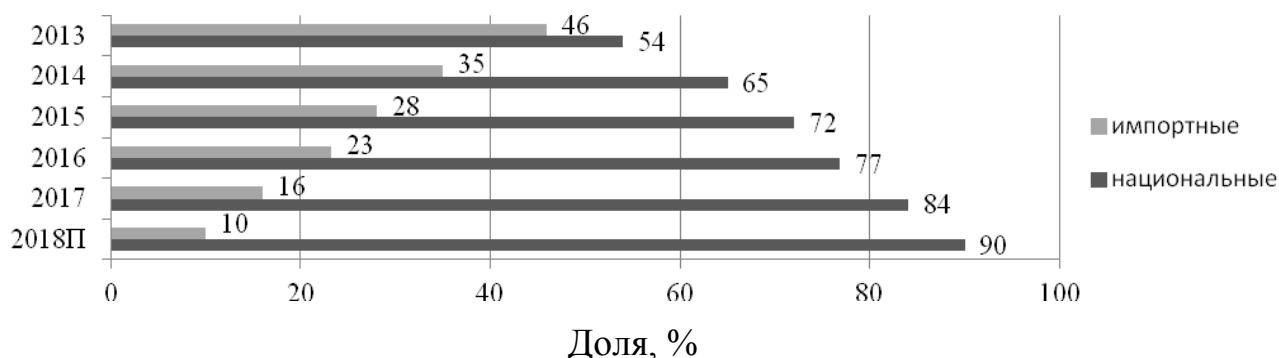


Рисунок 6 – Доля отечественных препаратов в списке жизненно необходимых и важнейших препаратов (составлено по данным источника [5])

Несмотря на увеличение показателя, в ряде регионов в аптечных сетях

находится меньше трети препаратов от предусмотренных в перечне жизненно необходимых и важнейших лекарственных препаратов (ЖНВЛП), а также имеет место тенденция повышения розничных цен на лекарства из перечня. Наиболее заметный рост цен отмечается в Хабаровском крае (1,7%), Республике Мордовия (1,5%), Ленинградской области (1,3%), Пензенской области (0,8%), а также в Санкт-Петербурге (1,2%), что свидетельствует о различной обеспеченности республик лекарственными препаратами и необходимости введения дополнительного контроля ценовой политики ЖНВЛП со стороны государства [5]. Количественная оценка лекарственной безопасности включает определение степени обеспечения населения страны основными ЛС (табл.1).

Таблица 1 – Перечень жизненно необходимых и важнейших препаратов, %¹

Код АТС	Анатомо-терапевтическо-химическая классификация (АТС)	Доля в перечне	Доля в РАП	Доля в перечне	Доля в РАП
		2013 г.		2017 г.	
A	Пищеварительный тракт и обмен веществ	9	19,3	10	16
B	Кровеносная система	8	3,4	8	8
C	Сердечно-сосудистая система	8	12,3	7	10
D	Дерматологические препараты	2	6,1	1	5
G	Мочеполовая система и половые гормоны	4	7,4	3	6
H	Гормональные препараты	3	0,6	4	1
J	Противомикробные препараты	20	7,7	18	13
L	Онкологические препараты	15	4,2	19	11
M	Костно-мышечная система	3	7,7	3	6
N	Нервная система	15	11,8	13	10
P	Противопаразитарные препараты	1	0,3	1	1
R	Дыхательная система	4	12,7	5	9
S	Органы чувств	2	2,6	2	2
V	Прочие препараты	5	3,8	6	2

¹ Составлено по данным источника [10].

В результате сравнения структуры перечня ЖНВЛП и РАП сегмента лекарственных средств по группам классификации АТС установлена необеспеченность препаратами пищеварительного тракта на 6%, дерматологическими – на 4, препаратами дыхательной и сердечно-сосудистой системы – на 4 и 3 соответственно, мочеполовой и костно-мышечных систем – на 3%. Это свидетельствует о необходимости ориентации компаний РФ на данные препараты. Исходя из основных причин смертности спрос на онкологические препараты растет, однако их доля в розничных аптечных

продажах составляет 4,2%, что обусловлено организацией государством льготного лекарственного обеспечения онкологическими препаратами. Для изменения структуры ЖНВЛП целесообразно проанализировать основных российских производителей лекарственных средств (рис. 7).

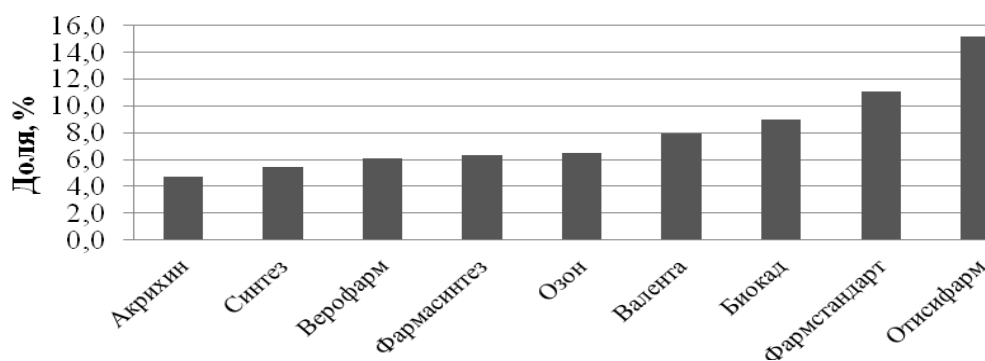


Рисунок 7 – Рейтинг российских производителей ЛС по объему реализации, млрд. руб.

Компании «Озон» и «Акрихин» являются основными российскими производителями препаратов для лечения заболеваний сердечно-сосудистой системы и кровообращения, доля которых на рынке составляет 26 и 23% соответственно. Препараты пищеварительного тракта в наибольшем количестве производит компания «Синтез» – 31%. Основными компаниями, деятельность которых направлена на выпуск ЛП от онкологических заболеваний, являются «Биокад» – 35% и «Синтез» – 34%. Препараты для лечения заболеваний костно-мышечной системы выпускает наименьшее количество компаний, основной из которых является «Акрихин» (94%). Наибольшую долю ЛС для лечения заболеваний дыхательной системы имеет «Фармасинтез» (55%). В большинстве компаний производство ориентировано на препараты, не входящие в список ЖНВЛП. Так, 47% всего производства продукции компании «Отисифарм», являющейся лидером на рынке по объемам реализации, составляют витамины и БАД. Доля БАД в объеме производства «Фармстандарт» равна 15%, «Озон» – 6% (рис. 8).

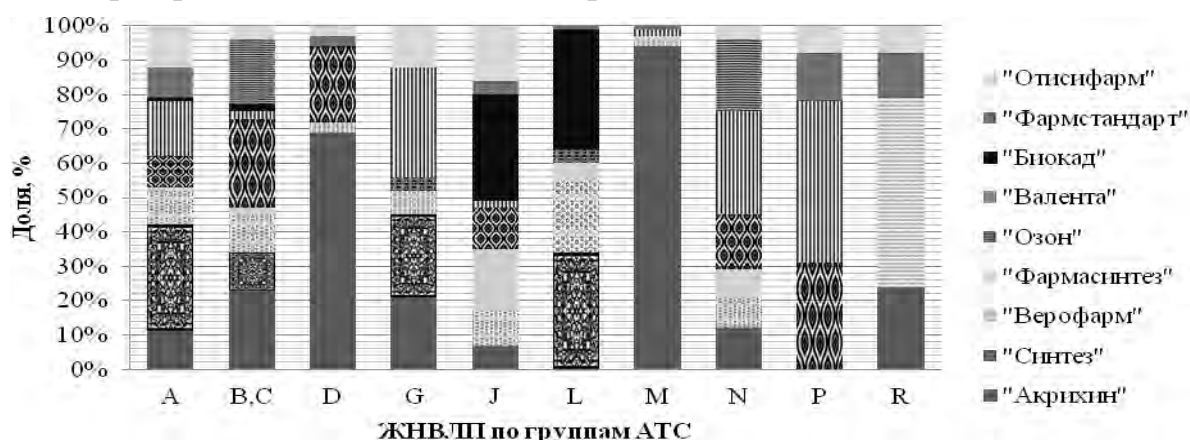


Рисунок 8 – Производство жизненно необходимых и важнейших лекарственных препаратов российскими компаниями по группам АТС

Наибольшую часть рынка российских лекарственных средств составляют препараты для лечения заболеваний пищеварительного тракта (16,4%), доля противомикробных препаратов равна 12,5%, онкологических – 10,7, для лечения заболеваний нервной системы – 10,2, сердечно-сосудистой системы – 10,1, дыхательной системы – 9,4% (рис. 9).

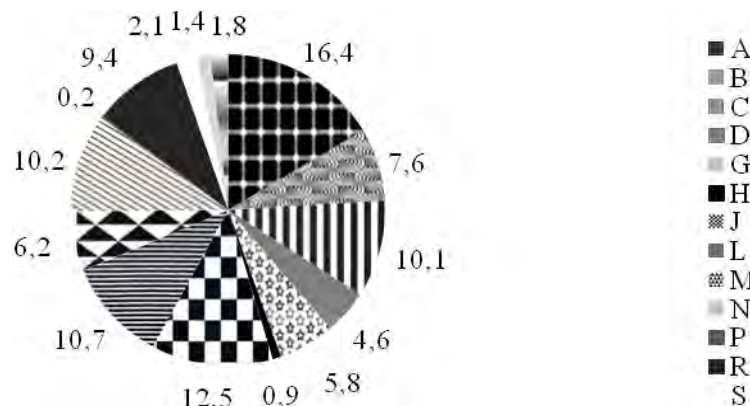


Рисунок 9 – Доля основных лекарственных средств отечественных производителей на российском рынке (составлено по данным источника [2])

В ближайшей перспективе фармацевтический рынок России будет ориентирован на потребности стареющего населения, вследствие чего будут востребованы инновационные продукты для лечения сердечно-сосудистой, костно-мышечной систем, а также хронических заболеваний [11]. В связи с этим необходимо осуществление НИОКР в данных областях с использованием био- и нано-технологий, в частности разработка и выпуск новых лекарственных средств, совершенствование политики стимулирования российского производства лекарственных препаратов путем создания государственных программ, введения льгот и поддержки национальных производителей.

Выводы и перспективы дальнейших исследований. Проанализированы основные тенденции фармацевтического рынка РФ. Выявлено преобладание спроса на дыхательные, противомикробные, онкологические препараты, для пищеварительного тракта и обмена веществ, для лечения заболеваний нервной и сердечно-сосудистой систем. За период 2008-2017 гг. емкость фармацевтического рынка России увеличилась на 28%. Обеспеченность российскими препаратами составляет 30% объема рынка, что не соответствует нормам ВОЗ. На основе анализа национального рынка лекарственных препаратов РФ, сгруппированных по группам АТС и розничных аптечных продаж, выявлена необеспеченность населения препаратами пищеварительного тракта, дыхательной, сердечно-сосудистой, мочеполовой и костно-мышечной систем, а так же дерматологическими препаратами, в то время как велика доля производства БАД, что свидетельствует о дезориентации российских компаний на производство необходимых лекарственных средств. В

связи этим необходимо совершенствование политики стимулирования национального производства лекарственных препаратов.

Список литературы

1. Федеральная служба государственной статистики [Электронный ресурс]. URL: http://www.gks.ru/wps/wcm/connect/rosstat_main/rosstat/ru/statistics/population/demography/#
2. Фармацевтический рынок РФ 2008-2017 DSM report [Электронный ресурс]. URL: http://dsm.ru/docs/analytics/farmrinok_roccii_itogi_2017.pdf
3. Население мира [Электронный ресурс]. URL: <http://naseleniye.population.city/world/>
4. Счетчик населения Земли [Электронный ресурс]. URL: <https://countrymeters.info/ru/World>
5. Информационно-аналитический портал ГК "Ремедиум" [Электронный ресурс]. URL: http://remedium.ru/news/detail.php?ID=74439&view_result=Y
6. Официальный сайт Всемирной организации здравоохранения. Статистика онкологии [Электронный ресурс]. URL: <http://www.who.int/ru/news-room/fact-sheets/detail/cancer>
7. Официальный сайт федеральной службы по надзору в сфере защиты прав потребителя и благополучия человека. Инфекционная заболеваемость в Российской Федерации [Электронный ресурс]. URL: http://rospotrebnadzor.ru/activities/statistical-materials/statistic_details.php?ELEMENT_ID=9284
8. Отчет Всемирной организации здравоохранения о глобальной борьбе с туберкулезом [Электронный ресурс]. URL: https://www.who.int/tb/publications/global_report/gtbr2017_executive_summary_ru.pdf?ua=1
9. Шабалина Л.В., Маслий Н.Ю. Тенденции развития мирового фармацевтического рынка // Материалы I-й Республиканской научно-практической конференции «Современная мировая экономика: вызовы и реальность», г. Донецк, 21 ноября, Донецк: ДонНТУ, 2018. - С. 102 - 108.
10. Официальный сайт Всемирной организации здравоохранения. Национальные перечни основных лекарственных средств [Электронный ресурс]. URL: <http://apps.who.int/medicinedocs/documents/s19766ru/s19766ru.pdf?ua=1>
11. Шабалина Л.В., Маслий Н.Ю. Перспективы развития российской фармацевтической отрасли на мировом рынке // Материалы XIV-й Международной научно-практической конференции «Экономика и маркетинг в XXI веке: проблемы, опыт, перспективы», 23–24 ноября 2017 г., - г. Донецк: ДонНТУ: 2017. - С. 601 - 607.

УДК 339.157

**ПРЕДМЕТНАЯ ОБЛАСТЬ ТЕОРЕТИКО-МНОЖЕСТВЕННЫХ
МОДЕЛЕЙ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ БЕЗОПАСНОСТИ**

О.В. Ульяницкая,
канд. экон. наук, доцент

ГОУ ВПО «Донбасский государственный
технический университет», г. Алчевск,
ЛНР, e-mail: kafmen_dmми@mail.ru

**SUBJECT AREA OF SET-THEORETIC MODELS
OF ECONOMIC SECURITY**

O.V. Ulyanickaya,
Candidate of Economics,
Associate Professor

PEI HPE «Donbass State Technical
University», Alchevsk, LPR,
e-mail: kafmen_dmми@mail.ru

Реферат

Цель. Цель статьи заключается в рассмотрении понятийного аппарата теоретико-множественных моделей экономической безопасности предприятия.

Методика. Для достижения поставленной цели в работе использованы методы системного анализа, теории динамических систем, теории множеств.

Результаты. В статье рассмотрен понятийно-категориальный аппарат, структура и содержание категории «экономическая безопасность».

Научная новизна. Предложено авторское определение понятия экономической безопасности предприятия.

Практическая значимость. Полученные результаты и практические рекомендации способствуют разработке теоретико-методологических основ формирования комплексного обеспечения экономической безопасности предприятия с учетом влияния дестабилизирующих факторов микро - и макроуровней.

Ключевые слова: *экономическая безопасность, состояние, множество, фазовое пространство.*

Постановка проблемы и ее связь с важными научными и практическими задачами. Предпринимательская деятельность во все времена была тесно связана с рисками, которые являются порождением внутренней и внешней среды субъектов хозяйствования. Поэтому обеспечение надлежащего уровня экономической безопасности становится неотъемлемой предпосылкой предпринимательской деятельности в условиях повышения сложности бизнес-процессов, роста политической, экономической, социальной, экологической и другой нестабильности. Проблематика экономической безопасности приобретает особую актуальность и требует создания действенного механизма управления системой экономической безопасности предприятия.

Анализ последних исследований и публикаций. В работах Л.И. Абалкина [1], А.П. Архипова [2], М.А.Бендикова [5], Г.С. Вечканова [6], В.Ф. Гапоненко [7], В.А. Забродского [10], А.В. Козаченко [12; 21; 26], А.В. Колосова [14], А.Н. Ляшенко [12; 15; 18; 22], Е.А. Олейникова [17],

А.И. Сухорукова [19], В.Л. Тамбовцева [20], А. Иванова, В.В. Шлыкова [11; 21] и др. раскрыто содержание понятия экономической безопасности, исследована история его развития, определены принципы и методы системы управления экономической безопасностью государства, региона, предприятия.

Вместе с тем до настоящего времени сохраняются разные толкования этого понятия, что находит отражение в его определениях. Главной причиной множественности определений является сложность, составной характер, более того, системность самого понятия. Системность означает эмерджентность, несводимость к составляющим. Оперирование данной категорией, потребность в ее квантификации порождают попытки ее сведения к другим, зачастую не менее сложным понятиям. Однако противоречивость ситуации выступает движущим фактором развития экономической безопасности.

Изложение основного материала исследования. Рассматривая понятийно-категориальный аппарат, структуру и содержание категории «экономическая безопасность», прежде всего, следует обратиться к основной терминологии, которая является фундаментальной в рамках любого исследования безопасности. В научной литературе предлагается использовать термины, отвечающие потребностям времени и отражающие специфику экономической безопасности на каждом уровне. В частности, С.В. Кавун приводит следующие понятия в сфере экономической безопасности:

- безопасность – это состояние защищенности жизненно важных интересов личности, ее прав и свобод, общества – его материальных и духовных ценностей и государства – его конституционного строя, суверенитета и территориальной целостности;
- безопаснология – наука о безопасности;
- экономическая безопасность деятельности предприятия – наука об экономической безопасности предпринимательской деятельности;
- экономическая безопасность региона – наука об экономической безопасности региона [13].

Рассмотрим ряд определений безопасности, прежде всего – законодательные. В соответствии с Законом Российской Федерации "О безопасности" под безопасностью понимается состояние защищенности жизненно важных интересов личности, общества и государства от внутренних и внешних угроз. Жизненно важные интересы – это совокупность потребностей, удовлетворение которых надежно обеспечивает существование и возможность прогрессивного развития личности, общества и государства. К основным объектам безопасности относятся:

- личность – ее права и свободы;
- общество – его материальные и духовные ценности;
- государство – его конституционный строй, суверенитет и территориальная целостность [4].

Википедия трактует безопасность как:

состояние общественных отношений, при котором личность, социальная группа, общность, народ, страна (государство) может самостоятельно,

суверенно, без вмешательства и давления извне свободно выбирать и осуществлять свою стратегию международного поведения, духовного, социально-экономического и политического развития;

отсутствие недопустимого риска, связанного с возможностью нанесения ущерба;

такое состояние сложной системы, когда действие внешних и внутренних факторов не приводит к ухудшению системы или к невозможности её функционирования и развития;

безопасность человека – такое состояние человека, когда действие внешних и внутренних факторов не приводит к смерти, ухудшению функционирования и развития организма, сознания, психики и человека в целом и не препятствует достижению определенных желательных для человека целей [3].

Определение экономической безопасности приводится во многих научных работах, официальных документах и словарях [1; 5; 9; 12; 13; 17].

По Л.И. Абалкину, «экономическая безопасность – это состояние экономической системы, которое позволяет ей развиваться динамично, эффективно и решать социальные задачи и при котором государство имеет возможность вырабатывать и проводить в жизнь независимую экономическую политику» [1].

А.В. Козаченко, В.П. Пономарев, А.Н. Ляшенко определяют экономическую безопасность, как меру гармонизации во времени и пространстве экономических интересов предприятия с интересами связанных с ним субъектов внешнеэкономической среды, которые действуют за пределами предприятия [12].

А.Н. Ляшенко утверждает, что экономическая безопасность – это мера экономической свободы предприятия, которая достигается вследствие управляемого процесса взаимосогласования экономических интересов стейкхолдеров как внешней, так и внутренней среды предприятия, целью которого является противостояние угрозам экономической безопасности предприятия, и требует необходимых для такого противостояния ресурсов [17, с. 69-70].

Расширение определения экономической безопасности, включение в него характерных или актуальных свойств, особенностей безопасности, акцент на ее сложной, системной природе [12; 15; 18; 22] – все это целесообразно как для теоретико-философского исследования данного понятия, так и в практических целях, что побуждает интерес исследователей и пользователей (субъектов хозяйствования, прежде всего) к актуальным проблемам безопасности.

Вместе с тем необходимо обратить внимание на опасности такого расширения, если оно приводит к замене одного системного понятия другим, также системным. Особенно это касается замены исходного понятия некоторым понятием-фактором, от которого зависит исходное понятие. Приведенные трактовки [12; 17; 21] как раз и осуществляют такую замену, определяя эквивалентными меры безопасности и гармонии, безопасности и свободы. Однако увеличение свободы лишь в определенных рамках приводит к росту уровня безопасности, дальнейшее увеличение свободы может снижать уровень безопасности. Нарушается требование не только аддитивности, но и

упорядоченности меры. В еще большей степени это относится к гармоничности, где подобная зависимость исследована недостаточно. Известную роль в немонотонности зависимости играет и субъектно-объектная природа таких понятий, как свобода, гармония, да и сама безопасность.

Предлагается следующее определение: экономическая безопасность – это состояние и способность социально-экономической системы противостоять и противодействовать возникающим угрозам, что способствует решению экономических задач и целей перед предприятием.

Данное определение экономической безопасности соответствует наиболее распространенным формулировкам. Оно не претендует на детальность, не включает видов угроз, элементов или сторон системы, на которые угрозы направлены, способов противодействия и свойств взаимодействия различных частей, уровней и сторон системы в процессе ее жизнедеятельности и обеспечения безопасности. Соответствующая детализация, углубление формулировок может быть реализовано через рассмотрение конкретных угроз, целей, задач обеспечения безопасности и способов их решения.

Детальный анализ широкого спектра определений безопасности применительно к различным областям науки дан А.Н. Ляшенко, показаны преимущества и недостатки используемых дефиниций, выявлены тенденции их развития, что позволяет выбрать приемлемые для конкретных исследовательских задач [15]. Следует обратить внимание на использование в большинстве определений безопасности категории «состояние», которая применяется к объекту или его свойству на метауровне, обозначая, по сути, множество состояний (метасостояние) или свойство элементов этого множества. В работе [8] представлен развернутый анализ категории «состояние» применительно к социально-экономическим системам, предприятиям в частности. Деятельность любого предприятия, его существование во времени и пространстве характеризуется определенным набором переменных, которые имеют как количественную (числовую), так и качественную (образную) природу. Этот набор является общим образом предприятия, а конкретные значения переменных дают его конкретный образ, по которому можно судить о состоянии предприятия [16]. Понятие состояния я многозначно. По отношению к таким большим и сложным системам, каковыми являются предприятия, оно используется на разных уровнях детализации или обобщения, связывается как с конкретными значениями производственных, финансовых, других величин, так и с определенным социально-экономическим, рыночным положением, к тому же настоящим или перспективным. Такой переход имеет характер обобщения, типизации, поэтому использование термина «метасостояние» в данном случае является наиболее целесообразным.

В фундаментальных (математика, физика) или технических (теория автоматического управления) науках под состоянием системы понимают совокупность стабильных значений переменных параметров системы, знание которых в начальный момент времени вместе со знанием законов движения (развития, динамики) позволяет определить эти параметры в любой следующий момент времени.

В больших сложных системах, каковыми являются социально-экономические (СЭС), в частности предприятия, главной составляющей их

сложности является неопределенность поведения субъектов, наличие собственного мнения. Поэтому и подход к определению понятия состояния СЭС должен учитывать как большое количество элементов системы, так и наличие неопределенности их поведения.

Существенно, что для сложных систем типа СЭС понятие состояния не может быть исчерпывающим в классическом смысле (фундаментальном или техническом) с точки зрения определенности будущих состояний при известном текущем состоянии и факторах, которые определяют изменения. Слишком много переменных характеризуют сложную систему, более того, многие из этих переменных просто неизвестны, или не могут быть измерены, определены. Поэтому категория «состояние» в сложных системах носит характер конъюнктивности, достаточности для объяснения основных черт и сценариев дальнейшего развития. Во многих случаях, в том числе связанных с безопасностью, понятие состояния сводится к нескольким параметрам, которые являются ключевыми, определяют жизнеспособность, устойчивость, безопасность системы. К таким параметрам, прежде всего, относятся запасы, финансовые активы, объемы выпуска и реализации продукции, прибыль, состояние основных фондов и т.п.

Еще раз следует акцентировать внимание на распространенной особенности использования категории "состояние". Принадлежность состояния системы к какому-то особенному множеству порождает термин, включающий эту особенность. Принадлежность к такому множеству – это тоже состояние, только более общего уровня, – метасостояние. Отсюда термины "стабильное, предкризисное, кризисное, безопасное состояние". Индикатором такой принадлежности является, как правило, выполнение определенных условий, ограничений, четкого, нечеткого, вероятностного характера, то есть истинность определенного логического выражения (предиката).

У метасостояний и, соответственно, у множеств, их определяющих, есть характерная особенность, связанная с протяженностью, длительностью временного отрезка, на котором состояния объекта должны удовлетворять определенному требованию, например, безопасности. Такому требованию должны удовлетворять динамика объекта и временной ряд его состояний. Множество состояний, образуемое всеми временными рядами, т.е. динамикой объекта, формирует фазовое пространство динамической системы. Множество безопасных состояний представляет собой семейство траекторий фазового пространства динамической системы, определяемое уровнем угроз и требованиями безопасности защищаемого объекта.

Изложим подход к классификации состояний субъектов хозяйствования, учитывая их динамическую трактовку. Обозначим через $S(t)$ совокупность переменных (переменных параметров), характеризующих состояние системы (предприятия) в определенный момент времени t . Пусть в момент времени t_0 состояние системы равно S_0 , $S(t_0) = S_0$, $S_0 \subseteq S$, где S – множество точек фазового пространства. Множество B , $B \subseteq S$ будем называть множеством безопасных состояний, если для любых S_0 и t , где $S_0 \subseteq B$, $S(t_0) = S$, $t > t_0$, будет выполнено условие $S(t) \subseteq B$. Т.е. множество безопасных состояний – это семейство траекторий в фазовом пространстве, где параметром является начальное состояние. Следует отметить, что параметрами можно считать и

типы факторов, которые определяют движение системы, а также управляющие воздействия.

Отнесение текущего состояния к определенному типу (безопасному или небезопасному) зависит от выполнения ряда условий, которым должны удовлетворять компоненты состояния. Заметим, что тип определяется не столько текущими значениями параметров состояния, сколько будущими. Тип зависит от дальнейших изменений и определенного множества будущих состояний, определяется возможными траекториями развития, областями притяжения – аттракторами. Для определения аттракторов необходимы модели динамики, а для их построения надо понимать и быть способными определить основные факторы, определяющие дальнейшее движение, поведение системы в окружении и под влиянием внешней и внутренней среды, внешних и внутренних факторов.

В понятие состояния безопасности необходимо включать понятия опасности или угрозы (в рамках данной работы данные понятия эквивалентны), что, по отношению к объекту, в большинстве случаев есть внешность. Это порождает следующий вопрос, каким образом внешняя среда и ее состояние становятся частью понятия, характеризующего сам объект, его внутреннюю среду. Для этого проанализируем категорию опасности.

Опасность – обстоятельства, при которых материя, поле, информация или их сочетание могут таким образом повлиять на сложную систему, что это приведёт к ухудшению или невозможности ее функционирования и развития. Опасность – появление заметной вероятности наступления нежелательных событий [16].

С категорией опасности связаны такие понятия, как источник, фактор опасности и объекта, на который опасность направлена реально или потенциально. Причем под объектом можно понимать и объект в целом, и какую-то его часть, сторону, характеристику, как в статике, так и в динамике. Опасности могут быть охарактеризованы возможным размером ущерба, вероятностью наступления, иными мерами. Конструктивным выражением опасности является риск, для которого разработаны количественные меры, основанные на статистических характеристиках потерь при реализации угрозы. Риск-менеджмент, целью которого является минимизация риска при определенных ограничениях на используемые ресурсы, обязан обеспечить идентификацию рисков. В Википедии идентификация трактуется как процесс обнаружения и установления количественных, временных, пространственных и иных характеристик, необходимых и достаточных для разработки профилактических и оперативных мероприятий, направленных на обеспечение нормального функционирования систем и качества жизни [4]. В процессе идентификации выявляются номенклатура опасностей, вероятность их проявления, пространственная локализация (координаты), возможный ущерб и иные параметры, необходимые для решения конкретной задачи.

Идентификация должна, по сути, установить соотношения между параметрами состояния защищаемого объекта и параметрами угрозы, определяющими уровень защищенности (безопасности) объекта. Очевидные примеры: ликвидные активы предприятия (важнейший параметр состояния) должны быть достаточными для погашения кредиторской задолженности

(угроза); количество денег на счете должно быть достаточным для выплаты заработной платы, оплаты коммунальных услуг; количество материальных ресурсов должно быть достаточным для ликвидации результатов аварии и т.п. Оценки угроз, внутренних или внешних, позволяют определить оценку параметров состояния, которое будет достаточным для предотвращения, снижения или ликвидации последствий угрозы. Соотношения между количественными оценками выражаются неравенствами (яркий пример – ограничения на показатели финансовой деятельности предприятия) или иными условиями. Таким образом, угрозы и уровень защиты от них определяют условия принадлежности состояний объекта к множеству безопасных состояний или, в терминологии метасостояний, – к состоянию безопасности.

Для социально-экономических систем перечень источников, действующих факторов опасности крайне велик, антропогенные – наиболее обычные из них, кроющиеся в человеке и природе человеческих (социальных) отношений. Интерес, прежде всего, представляют социально-экономические отношения, порождаемые ими опасности, угрозы и риски.

Сегодня большинство ученых разделяет мнение о том, что обеспечение экономической безопасности является необходимым условием для выживания предприятия, его эффективного функционирования и устойчивого развития. Однако современные условия хозяйствования предъявляют новые требования к обеспечению экономической безопасности предприятия. Агрессивность внешней среды требует построения внешнего контура экономической безопасности, которая позволит обеспечить защиту предприятия от неблагоприятного воздействия внешних угроз. Кроме внешнего контура, в системе обеспечения экономической безопасности предприятия должен быть построен также внутренний контур, который будет охватывать как управленческие, так и операционные подсистемы предприятия. Обеспечение экономической безопасности предприятия имеет быть комплексным, что, в свою очередь, требует внедрения системы сканирования внешней и внутренней среды и мониторинга изменений, происходящих как за пределами предприятия, так и внутри него.

Проблемы экономической безопасности предприятия становятся крайне актуальными, поскольку существенного значение приобретают, прежде всего, факторы, связанные с развитием интеграционных процессов, их влиянием на эффективность предпринимательской деятельности. Экономическая безопасность – понятие составное, опирающееся на категории безопасности и экономики. Понятие безопасности имеет разносторонний и разноплановый характер, включающий его традиционные, конкретно-бытовые значения и научные обобщения, абстракцию. Системный подход к определению безопасности предусматривает выявление существенных свойств, связей и отношений между элементами, сущностями, иными терминами, включаемыми в это понятие. Категория безопасности также составная либо опирается на ряд других понятий, ключевым из которых является «опасность» («угроза»).

Выводы и перспективы дальнейших исследований. Таким образом, экономической безопасности как свойства экономического объекта заключается в принадлежности его текущих и будущих состояний к множеству, удовлетворяющему ряду условий, называемых условиями безопасности. При

этом множество представляет собой семейство траекторий фазового пространства динамической системы, определяемое уровнем угроз и требованиями безопасности защищаемого объекта. Таким образом, употребление во многих определениях экономической безопасности термина «состояние объекта» определяет этим термином семейства траекторий фазового пространства.

Список литературы

1. Абалкин Л.И. Экономическая безопасность России: угрозы и их отражение / Л.И. Абалкин // Вопросы экономики. — 1994. — №12. — С. 4-13.
2. Архипов А. Экономическая безопасность: оценки, проблемы, способы обеспечения / А. Архипов, А. Городецкий, Б. Михайлов // Вопросы экономики. — 1994. — №12. — С. 36-44.
3. Безопасность. Википедия [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://ru.wikipedia.org/wiki/Безопасность>
4. Безпека. Вікіпедія [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <http://uk.wikipedia.org/wiki/Безпека>
5. Бендиков М.А. Экономическая безопасность промышленного предприятия в условиях кризисного развития / М.А. Бендиков // Менеджмент в России и за рубежом. — 2000. — №2. — С. 17-30.
6. Вечканов Г.С. Экономическая безопасность: [учебник для вузов] / Г.С. Вечканов. — СПб: Питер, 2007. — 384 с.
7. Гапоненко В.Ф. Экономическая безопасность предприятий / В.Ф. Гапоненко, А.Л. Беспалько, А.С. Власков. — М.: «Ось-89», 2007. — 208 с.
8. Даніч В.М. Класифікація підприємств в задачах кризової динаміки / В.М. Даніч, Н.О. Пархоменко. — в кн.: Економіка в контексті євроінтеграційних процесів: український вимір: [монографія] / [за заг. ред. О. Старіша, С. Тумакової]. — Сімферополь: Оджакъ, 2012.— 410 с., С. 255-278.
9. Економічна безпека. Вікіпедія [Електронний ресурс]. — Режим доступу: http://uk.wikipedia.org/wiki/Економічна_безпека
10. Забродский В. Собственность, экономическая безопасность и государство / В. Забродский, Н. Кирец // Бизнес-информ., 1997. №13. -С. 27–30.
11. Иванов А. Экономическая безопасность предприятия / А. Иванов, В. Шлыков. — М., 1995. — 265 с.
12. Козаченко Г.В. Економічна безпека підприємства: сутність та механізм забезпечення: [монографія] / Козаченко Г.В., Пономарьов В.П., Ляшенко О. М. — К.: Лібра, 2003.— 280 с.
13. Кавун С. В. Система економічної безпеки: методологічні та методичні засади: монографія / С.В. Кавун. — Харків: Вид. ХНЕУ, 2009. — 300 с.
14. Колосов А.В. Экономическая безопасность хозяйственных систем / А.В. Колосов. — М.: РАГС, 2001. — 314 с.
15. Куснер Ю.С. Принципы движения экономической системы / Ю.С. Куснер, И. Г. Царев. — М.: Физматлит, 2008. — 200 с.
16. Ляшенко О.М. Концептуалізація управління економічною безпекою підприємства: [монографія] / О.М. Ляшенко. — Луганськ: вид-во СНУ ім. В. Даля, 2011. — 400 с.
17. Основы экономической безопасности. (Государство, регион, предприятие, личность) / [под. ред. Е. А. Олейникова]. — М., 1997. — 288 с.

18. Система економічної безпеки: держава, регіон, підприємство: в 3 т. Т.1 / О.М. Ляшенко, Ю.С. Погорелов, В.Л. Безбожний [та ін.]; за заг. ред. Г.В. Козаченко. — Луганськ: Елтон-2, 2010. — 282 с.

19. Система економічної безпеки держави / [під заг ред. А.І. Сухорукова]. — К.: ВД «Стилос», 2009. — 685 с.

20. Тамбовцев В.Л. Экономическая безопасность хозяйственных систем: структура, проблемы / В. Л. Тамбовцев // Вестник МГУ. Серия 6 «Экономика», 1995, №3.

21. Шлыков В.В. Экономическая безопасность хозяйствующих субъектов; организационные и криминологические аспекты / В.В. Шлыков. — Рязань: «Пресса», 2000. — 360 с.

22. Экономическая безопасность предприятий интегрированной промышленной структуры: [монография] / [под общ. ред. А.В. Козаченко]. — Луганск: Изд-во «Ноулидж», 2011. — 226 с.

УДК 339.13

ВЫБОР СТРАТЕГИИ УПРАВЛЕНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬЮ ПРЕДПРИЯТИЯ НА ПРОДОВОЛЬСТВЕННОМ РЫНКЕ

М.Н. Шевченко,
канд. экон. наук, доцент,
Г.В. Колтакова, ассистент

ГОУ ЛНР «Луганский национальный аграрный университет», г. Луганск, ЛНР,
e-mail: mmshevchenko@ukr.net

SELECTION OF MANAGEMENT STRATEGY OF COMPETITIVENESS OF ENTERPRISE

M.N. Shevchenko,
Candidate of Economics,
Associate Professor,
G.V. Koltakova, assistant

SEI LPR «Lugansk State Agrarian University», Lugansk, LPR,
e-mail: mmshevchenko@ukr.net

Реферат

Цель. Определить стратегию управления конкурентоспособностью предприятия на продовольственном рынке в условиях неопределенности, а также проанализировать возможности повышения эффективности управления конкурентоспособностью предприятия на продовольственном рынке с учетом влияния факторов внешней среды.

Методика. В процессе исследования использованы методы теоретического обобщения и сравнения экономической категории «конкурентоспособность», а также математического моделирования, а именно теория игр (для количественной оценки стратегии управления).

Результаты. Предложен метод математического моделирования, позволяющий количественно оценить возможный доход при выборе стратегии управления конкурентоспособностью предприятия на продовольственном рынке.

Научная новизна. Предложен способ оценивания выбранной стратегии предприятия, позволяющий в условиях неопределенности рассчитать доход предприятия с учетом выбора определенной стратегии.

Практическая значимость. Полученные результаты позволяют оптимизировать объемы производимой продукции. Используя на практике теоретические аспекты экономической категории «конкурентоспособность», сельскохозяйственные предприятия в условиях неопределенности смогут максимально применять имеющиеся ресурсы для максимизации прибыли. Особенно важно учитывать риски, связанные с конкурентными преимуществами других товаропроизводителей. Моделирование ассортимента продукции, объемов производства предоставляет предприятию возможность быстро «реагировать» на влияние внешней среды, способствует повышению объемов реализации продукции.

Ключевые слова: *эффективность управления, конкурентоспособность предприятия, маркетинг, конкурентоспособный товар, конкуренты, продовольственный рынок, продукция.*

Постановка проблемы и ее связь с важными научными и практическими задачами. Решение проблем в сфере повышения конкурентоспособности предприятий на продовольственном рынке Луганской Народной Республики в настоящее время традиционными методами невозможно. Именно поэтому создание системы стратегического управления и разработка подходов к повышению конкурентоспособности предприятий на продовольственном рынке с использованием метода математического моделирования, а именно теории игр (для количественной оценки стратегии управления), являются актуальными задачами, как для учёных, так и для товаропроизводителей продовольственной продукции.

Анализ последних исследований и публикаций. Анализ проблем повышения эффективности управления конкурентоспособностью предприятия показывает сложность и многоаспектность данной категории, ее ключевое влияние на социально-экономическое развитие предприятий.

В ходе исследования проблем повышения эффективности управления конкурентоспособностью предприятия весомых научных результатов достигли такие ученые, как В.В. Квасникова, О.Н. Жучкевич, В.А. Павлова, Д.А. Панасенко, Т.А. Партута, Т.В. Фесенко, Е.Н. Смирнов, С.М. Клименко, Т.В. Омеляненко, Д.А. Барабась, Р.А. Фатхутдинов, Е.А. Горбашко, И.А. Максимцева и др.

Труды названных авторов содержат теоретические и прикладные разработки по применению инструментов управления и повышения эффективности конкурентоспособности предприятий в различных сферах, в том числе АПК. Однако высокий динамизм воздействия экономических и внеэкономических факторов на деятельность субъектов продовольственного рынка диктует появление новых научных разработок, связанных с проблемами стратегического управления и, соответственно, повышения конкурентоспособности предприятий на продовольственном рынке.

Изложение основного материала исследования. Проблемы повышения эффективности управления конкурентоспособностью предприятия на продовольственном рынке рассматриваются как корректирующий процесс

формирования наукоемкого производства для получения продукции, чтобы вывести на продовольственный рынок качественную продукцию и получить прибыль [4].

Во внутренней среде уровень конкурентоспособности предприятия определяется ключевыми факторами, такими как наукоемкий производственный потенциал, организационно-технические, финансово-экономические факторы, квалификация персонала, маркетинг, инвестиционный потенциал [2, с. 159].

Следует отметить, что уровень конкурентоспособности зависит от взаимодействия пяти конкурентных сил, которыми выступают: поставщики сырья, потенциальные новые конкуренты, высококачественная продукция, покупатели продукции и специфика отрасли (рис. 1) [1, с. 76]. Пятифакторная модель конкурентных сил позволяет решить проблемы предприятия, проанализировать, в каких областях стратегические изменения будут иметь максимальный положительный эффект, и выявить области, в которых отраслевые тенденции оказывают наибольшее влияние на потенциальные возможности или угрозы.

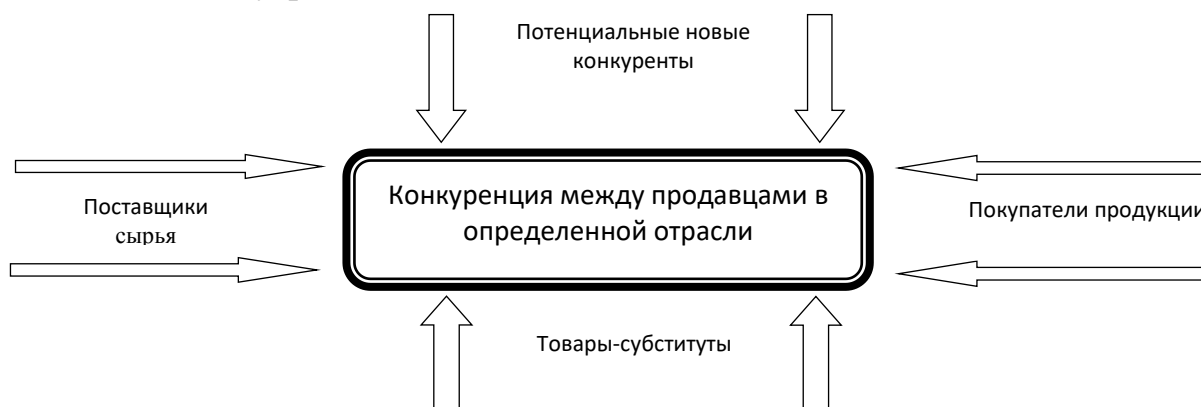


Рисунок 1 – Пятифакторная модель конкурентных сил

Обобщив подходы к определению конкурентоспособности, установлено, что при решении проблем повышения эффективности управления их можно разделить на следующие группы: рыночный, ресурсный, системный подходы и подход с точки зрения конкурентоспособности продукции. При этом конкурентоспособность рассматривается на таких уровнях: продукция, предприятие, рынок, регион, отрасль и государство.

Основой решения проблем повышения эффективности управления являются конкурентные преимущества предприятия. Каждое предприятие, которое выходит на рынок с собственной продукцией, пытается достичь превосходства над другими, то есть происходит борьба фирм на доступных сегментах рынка за ограниченный объем платежеспособного спроса потребителей [3, с. 271].

Реализация продукции является результатом производственной деятельности предприятий. Выручка от реализации отражает позитивное отношение потребителей к продукции, конкурентную позицию на рынке и ее

рост. В случае уменьшения объема продаж преимущества, которые есть у предприятия, теряют свою значимость, а конкурентоспособность снижается. В рыночных условиях каждый производитель стремится продать свою продукцию, поэтому конечная экономическая эффективность формируется в сфере ее реализации. Учитывая это, экономическую эффективность сельскохозяйственного производства можно повышать путем поиска и освоения новых рынков сбыта произведенной продукции, а также оптимизации каналов реализации.

Для примера: исходя из данных прогноза предприятия, подсолнечник, овощи и бахчевые культуры будут реализовываться по трем каналам. Уровень спроса различный. При этом реализацию культур определим как стратегию 1, стратегию 2, стратегию 3 соответственно (табл. 1).

Таблица 1 – Входные данные для определения функционала оценивания предприятия (выручка от реализации продукции), тыс. руб.

Ассортимент продукции	Предприятие-покупатель 1	Предприятие-покупатель 2	Предприятие-покупатель 3
Подсолнечник	1508,0	1435,45	24,75
Овощи	0	0	445,7
Бахчевые	47,95	40	40,25

С помощью математической модели необходимо рассчитать пропорции реализуемой продукции, при этом план производства и реализации должен обеспечить максимальный доход. Допустим, что предприятие имеет возможность спрогнозировать конъюнктуру рынка. В качестве инструмента математического моделирования воспользуемся теорией игр. В математической литературе детально рассмотрены теоретические аспекты данного метода.

Функционал оценивания имеет следующий вид:

$$F = F^+ = \begin{pmatrix} 1508 & 1435,45 & 24,75 \\ 0 & 0 & 445,7 \\ 47,95 & 40 & 40,25 \end{pmatrix}.$$

Проанализировав матрицу, можно сделать вывод, что оптимальная стратегия предприятия смешанная. Запланировав производство продукции как стратегия 1, стратегия 2, стратегия 3 в пропорциях p_1 , p_2 , p_3 , предприятие получит ожидаемый валовый доход не меньше V . Необходимо решить задачу линейного программирования, чтобы определить данную стратегию, а именно:

$$\begin{aligned} 1508t_1 + 0t_2 + 47,95t_3 &\geq 1; \\ 1435,45t_1 + 0t_2 + 40t_3 &\geq 1; \\ 24,75t_1 + 445,7t_2 + 40,25t_3 &\geq 1; \end{aligned}$$

$$t_1, t_2, t_3 \geq 0,$$

где $t_1 = \frac{p_1}{V}$; $t_2 = \frac{p_2}{V}$; $t_3 = \frac{p_3}{V}$; $t_1 + t_2 + t_3 = \frac{1}{V}$.

Решение задачи производилось в среде MS Excel с использованием надстройки «Поиск решения». В результате получено:

$$\begin{aligned} t_1 &= 0,000123; \\ t_2 &= 0,002219; \end{aligned}$$

$$t_3=0,0002;$$

$$V = \frac{1}{0,000123+0,002219+0,0002} = 393,3443.$$

Тогда:

$$P_1=393,3443 \times 0,000123=0,048;$$

$$P_2=393,3443 \times 0,002213=0,87;$$

$$P_3=393,3443 \times 0,0002=0,008.$$

Таким образом, чтобы при разных рыночных условиях предприятию получить доход не меньше 393,3443 тыс. руб., необходимо ориентироваться на следующий ассортимент: подсолнечник – 4,8%, овощи – 87, бахчевые культуры – 8,2%.

Механизм управления конкурентоспособностью на продовольственном рынке объединяет следующие структурные элементы:

- цели управления (под целью понимается, во-первых, желаемый результат деятельности, достигнутый в пределах прогнозируемого интервала времени; во-вторых, доказуемый результат и заданные условия реализации общей задачи);

- факторы управления;

- ресурсы управления [8, с. 312].

Выводы и перспективы дальнейших исследований. С целью решения проблем повышения эффективности управления конкурентоспособностью предприятия на продовольственном рынке следует анализировать состав, структуру и динамику товарной продукции для получения заданной прибыли. Повышать экономическую эффективность сельскохозяйственного производства необходимо путем поиска и освоения новых рынков сбыта произведенной продукции, а также оптимизации каналов реализации.

Список литературы

1. Квасникова В. В. Конкурентоспособность товаров и организаций / В.В. Квасникова, О. Н. Жучкевич. М.: Инфра-М, 2013.-192 с.
2. Павлова В.А. Конкурентоспособность предприятия: оценка и стратегия обеспечения / В.А. Павлова. Д.: Изд-во ДУЭП, 2006. - 276 с.
3. Панасенко Д.А. Конкурентоспособность предприятия: сущностная и функциональная характеристики / Д.А. Панасенко // Вестник Национального университета «Львовская политехника». Менеджмент и предпринимательство в Украине: этапы становления и проблемы развития, 2012. - № 727. - С. 270-275.
4. Партута Т.А. Конкурентоспособность предприятия и механизм ее обеспечения / Т.А. Партута, Т.В. Фесенко // Инвестиции: практика и опыт, 2012. - № 12. - С. 91-96.
5. Смирнов Е.Н. Конкурентоспособность предприятия: учебное пособие / Е.Н. Смирнов. Донецк: ДонНУЭТ, 2015. - 164 с.
6. Управление конкурентоспособностью предприятия / Под ред. С.М. Клименко, Т.В. Омельяненко, Д.А. Барабась. К.: КНЕУ, 2008. - 520с.
7. Фатхутдинов Р.А. Управление конкурентоспособностью организации / Р.А. Фатхутдинов. К.: Кондор, 2009.- 470 с.
8. Горбашко Е.А. Управление конкурентоспособностью: теория и практика / Е.А. Горбашко, И.А. Максимцева. М.: Юрайт, 2015.- 448с.

УДК 366.5:[338.246.83:338.304]

ИНСТРУМЕНТАРНОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ МЕХАНИЗМА ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ СОВРЕМЕННОГО РЫНКА ПРОДОВОЛЬСТВИЯ

А.С. Стадник,
аспирант

ГО ВПО «Донецкий национальный университет
экономики и торговли имени Михаила Туган-
Барановского», г. Донецк, ДНР,
e-mail: alexander.stadnick2016@yandex.ru

INSTRUMENTAL SUPPORT OF THE MECHANISM OF FUNCTIONING OF THE MODERN FOOD MARKET

A.S. Stadnik,
graduate student

SO HPE «Donetsk National University of
Economics and Trade named after Mykhayl Tugan-
Baranovsky», Donetsk, DPR,
e-mail: alexander.stadnick2016@yandex.ru

Реферат

Цель. Цель статьи заключается в выявлении роли и значения потребительского опыта на основе социологических опросов и анкетирования, а также инструментального обеспечения механизма функционирования рынка продовольствия Донецкой Народной Республики.

Методика. В работе использованы такие методы маркетингового исследования потребительского опыта и потребительского поведения, как социологический опрос и анкетирование, эмпирический анализ и сравнение.

Результаты. Установлены основные причины и цели потребителей при принятии решений о тех или иных покупках, выборе розничных сетей; представлена структура нарушений прав потребителей на рынке продовольствия Донецкой Народной Республики.

Научная новизна. Заключается в формировании инструментального обеспечения механизма функционирования современного рынка продовольствия.

Практическая значимость. На основании проведенного анкетирования и его обсуждения выявлена роль и значение потребительского рынка.

Ключевые слова: *маркетинговые исследования, потребительский опыт, потребительское поведение, грамотность потребителя, Инфотека потребителя.*

Постановка проблемы и ее связь с важными научными и практическими задачами. В рамках исследования рассматривается возникшая ситуация с соблюдением прав потребителей на рынке продовольствия Донецкой

Народной Республики, а также финансовые возможности потребителей, то, чем они руководствуются при покупке акционных продуктов питания, фастфудов и кулинарии, степень осведомленности о своих правах как полноправных участников рынка продовольствия. Одной из самых острых проблем остается уровень осведомленности потребителей о нормативном обеспечении и знания своих прав в области регулирования деятельности производителей и торговых организаций. Данный инструментарий функционирования рынка продовольствия используется потребителями далеко не в полной мере и требует тщательного изучения для расширения возможностей в области защиты прав потребителей.

Анализ последних исследований и публикаций. В данной статье автором проведено анкетирование и проанализировано формирование рынка продовольствия на основании законодательной базы Донецкой Народной Республики.

Изложение основного материала исследования. Одним из субъектов торговли является потребитель, и его влияние на организацию рынка продовольствия очевидно.

Изучение и разработка механизма функционирования продовольственного рынка возможны только при условии тщательного исследования потребительского опыта и потребительского поведения. Данные категории позволяют понять потребителя: его мнение, предпочтения, привычки и уровень знания своих прав и обязанностей.

Методом социологического опроса было организовано и проведено анонимное анкетирование и интервью потребителей продовольственного рынка Донецкой Народной Республики. Респонденты были опрошены лично и через электронную рассылку интернет-сообщений. География опроса охватывает такие города, как Донецк, Горловка, Макеевка, Харцызск, Зугрэс, Шахтерск, Енакиево.

Для структурно-логического обоснования изучения потребительского опыта разработаны анкеты и проведено анкетирование. По итогам анкетирования опрошено 590 человек различного возраста, социального положения и среднемесячного заработка. Анализ половозрастной и социальной структуры целевой аудитории (рис. 1) показал, что в опросе приняло участие 56% женщин и 44% мужчин, возраст которых варьировался преимущественно от 18 до 35 лет.

Около половины респондентов отнесли себя к социальной категории рабочих, чуть более 30% аудитории составили студенты, также отмечено участие служащих и пенсионеров. Большую часть половозрастной и социальной структуры опрошенных занимают женщины от 18 до 25 лет, которые отнесли себя к социальной группе рабочих.

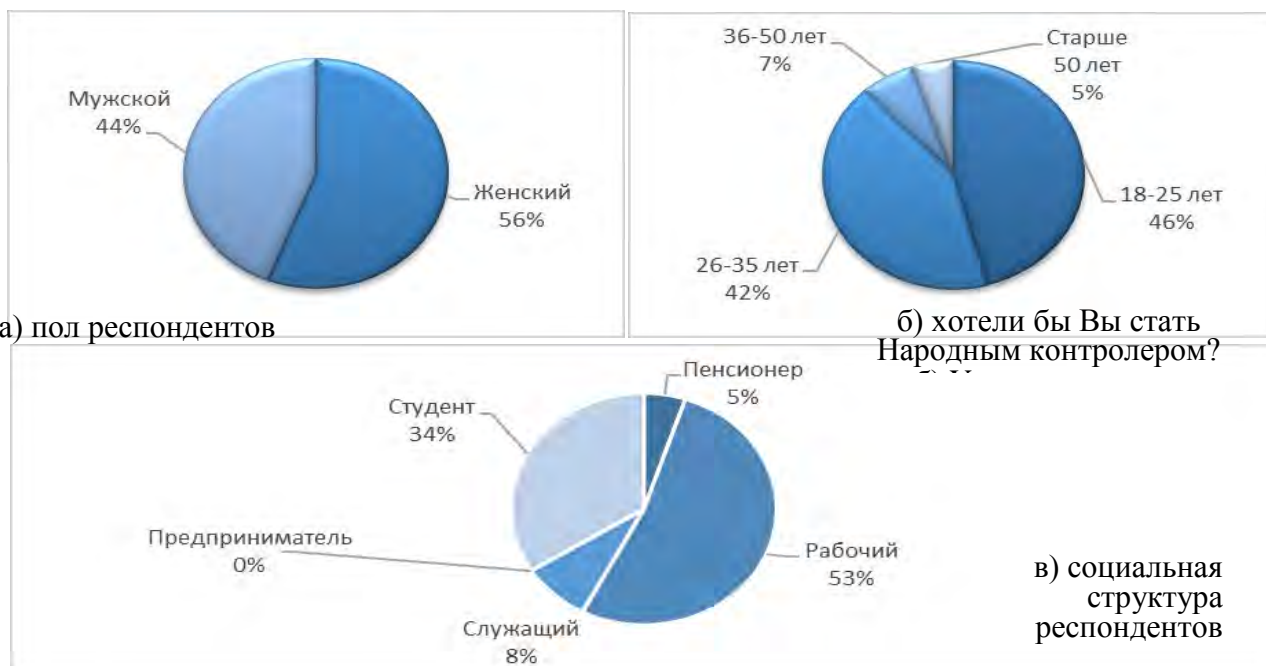


Рисунок 1 – Половозрастная и социальная структура целевой аудитории

Исследование среднемесячного дохода (рис. 2) показало, что примерно одинаковое количество респондентов зарабатывают до 5000 и до 7500 руб. в месяц.

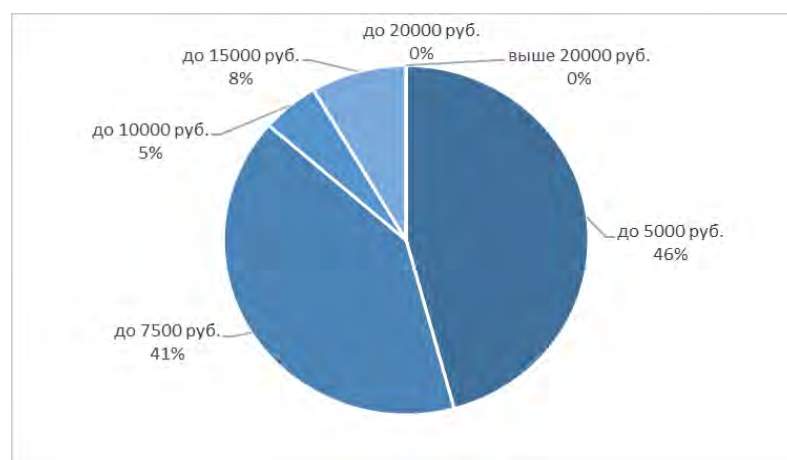
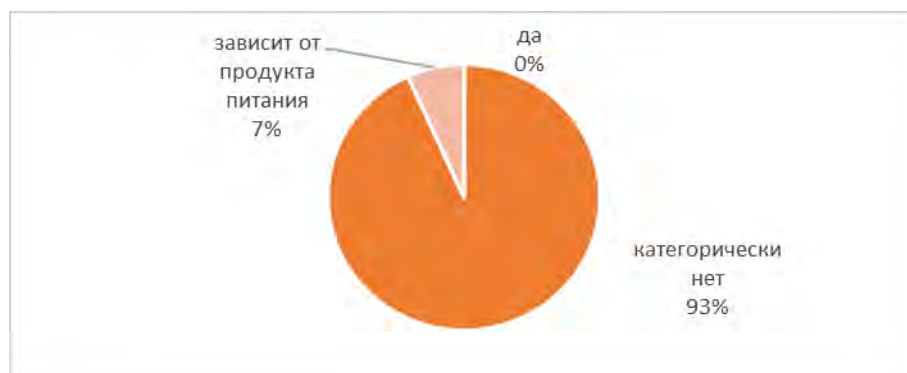


Рисунок 2 – Структура среднемесячного дохода респондентов

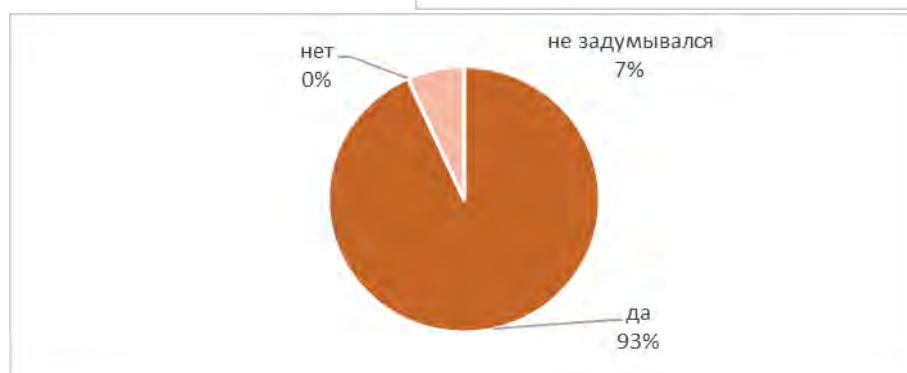
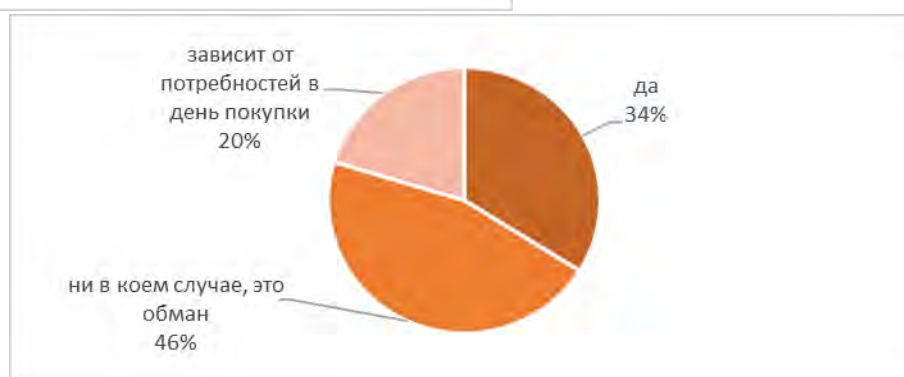
Однако отмечено, что у 5 и 8% потребителей среднемесячный доход составляет до 10000 и до 15000 руб. в месяц соответственно. Сегмент потребителей со среднемесячным доходом до и свыше 20000 руб. оказался пустым. Исследование структуры целевой аудитории позволило выяснить ее отношение к продуктам с нарушенными сроками годности (рис. 3).

В оптово-розничной продовольственной сети более 45% потребителей не приобретают акционные продукты питания, поскольку считают продажу продуктов по акционным ценам обманом.



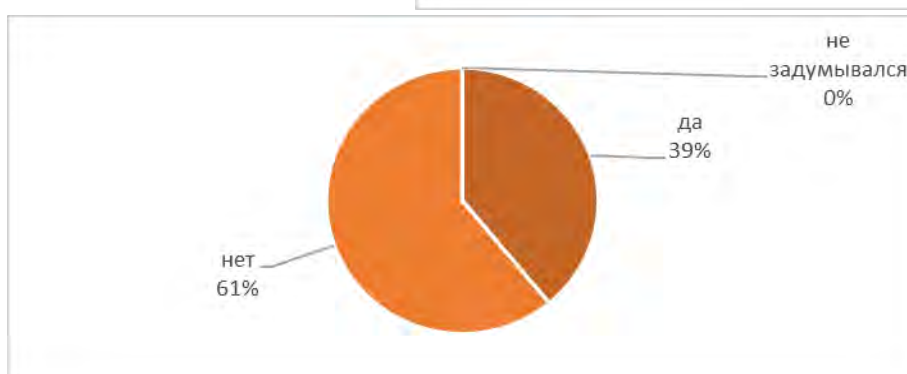
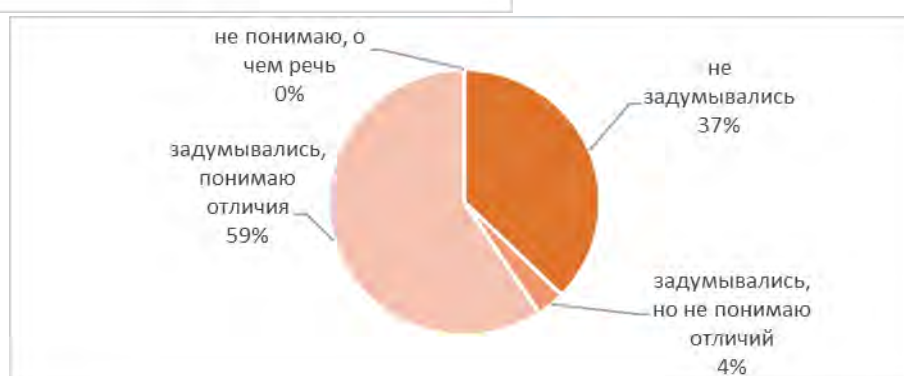
а) ответы респондентов на вопрос об употреблении в пищу продуктов истекшим сроком годности

б) ответы респондентов на вопрос о приобретении продуктов питания, которые продают по акционным ценам



в) ответы респондентов на вопрос о причине продажи продуктов питания, которые продают по акционным ценам

в) ответы респондентов на вопрос об отличии понятий «срок годности» и «срок реализации» продуктов питания



г) ответы респондентов на вопрос о факте соблюдения в розничной сети сроков реализации продуктов питания, в т.ч. с коротким сроком хранения

Рисунок 3 – Структура ответов целевой аудитории об отношении потребителей к продуктам питания с нарушенными сроками годности

Но 34% респондентов совершают покупку акционных продуктов, а пятая часть также приобретает подобные продукты питания в зависимости от потребностей в питании в день покупки.

Результаты опроса по выявлению осознанности причин перевода продуктов питания в продажу по акционным ценам показали, что более 90% респондентов понимают причину скидки цены реализации товара, а 7% не задумывались над этим.

Ответы респондентов на вопрос об отличии понятий «срок годности» и «срок реализации» продуктов питания показали, что 37% потребителей вообще не задумываются над предложенными к размышлению понятиями. Почти 60% потребителей понимают отличие, а остальные задумывались над этим вопросом, но не понимают разницы.

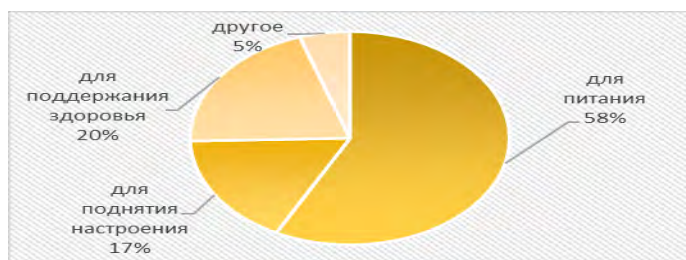
Более 90% потребителей категорически не употребляют в пищу просроченные продукты, никто из опрошенных не согласился с фактом употребления подобных продуктов питания. Однако 7% респондентов употребляют просроченные продукты питания в зависимости от вида продукта питания.

61% потребителей, участвующих в социологическом опросе, не согласны с соблюдением сроков реализации продукции на продовольственном рынке Республики, остальные думают, что эти сроки соблюдаются.

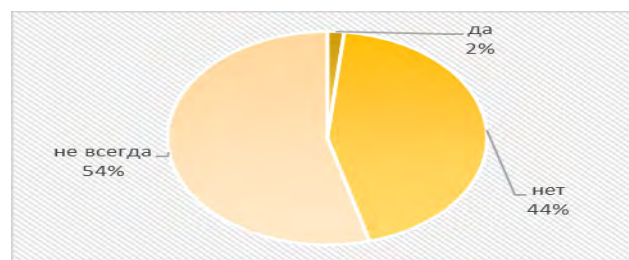
Анализ отношения потребителей к продуктам питания с нарушенными сроками годности показал, что целевая аудитория социологического исследования отрицательно относится к таким продуктам. Однако незначительное количество населения все-таки употребляет просроченные продукты питания. Также респонденты осознают причины перевода продовольственных товаров в категорию продажи по акционным ценам и стараются их не приобретать. Но значительное количество потребителей приобретают акционные продукты с полным осознанием причины их сниженной цены в розничной сети и употребляют их в день покупки. Вместе с тем целевая аудитория потребителей в большинстве не понимает отличия между сроками годности и сроками реализации продукции. Но 93% потребителей уверены, что ни один из упомянутых сроков не соблюдается на продовольственном рынке Донецкой Народной Республики. Следовательно, потребители осознают свою незащищенность и риск при потреблении продуктов питания.

Мониторинг целей приобретения продовольствия населением проведен для установления цели покупки продовольствия и отношения респондентов к мнению окружающих при выборе продуктов питания (рис. 4).

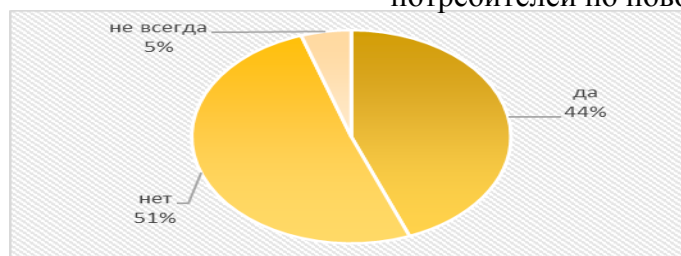
Почти 60% потребителей приобретают продукты питания с целью элементарного употребления в пищу, одинаковое количество респондентов – для поддержки здоровья и поднятия настроения.



а) вопрос о цели приобретения продовольствия



б) вопрос об отношении к советам от других потребителей по поводу покупки продуктов



в) вопрос о советах другим потребителям по поводу покупки продуктов

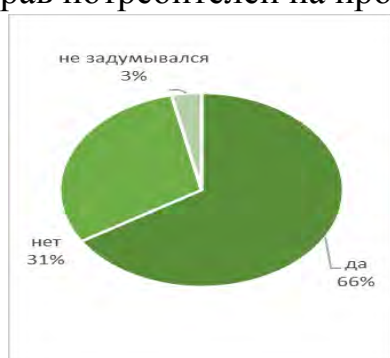
Рисунок 4 – Структура ответов респондентов на некоторые вопросы

Свои варианты ответов предложили только 5% потребителей. Были озвучены причины конкретизации питания в контексте поддержки уровня сахара в крови (люди, страдающие сахарным диабетом) и выбора продуктов питания без аллергических компонентов. Также конкретизация цели питания прозвучала от беременных и кормящих матерей по формированию специального диетического рациона.

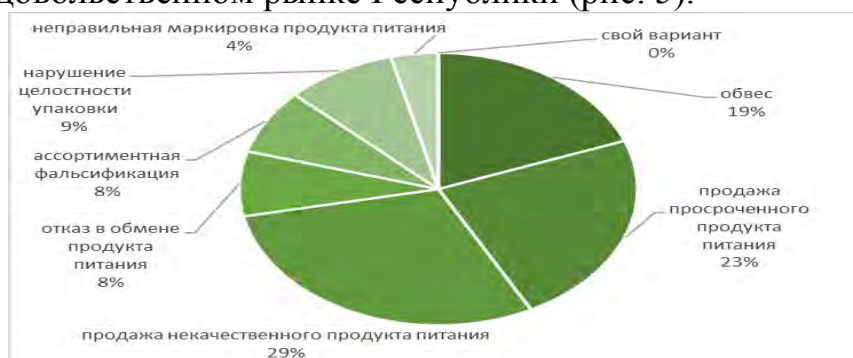
Интерес представляет структура ответов целевой аудитории о следовании советам окружающих по выбору продуктов питания в торговой сети и фактам самостоятельного выражения советов другим потребителям.

Категорически не следуют или не всегда следуют советам окружающих 98% респондентов, но при этом почти 50% опрошенных считают нужным советоваться другим определенными продуктами питания.

В ходе социологического опроса проанализирована структура нарушений прав потребителей на продовольственном рынке Республики (рис. 5).



а) факт обмана потребителей



б) видовая структура нарушения прав потребителей при приобретении продуктов питания

Рисунок 5 – Структура нарушений прав потребителей на рынке продовольствия Донецкой Народной Республики

Значительное количество потребителей (66%) уверены в том, что они подвергались обману при приобретении продуктов питания, треть респондентов уверены в обратном.

И только 3% опрошенных не задумывались над данным утверждением. Среди обманутых потребителей выявлена структура обмана по видам (рис. 5 б).

Существенную долю обмана составляет продажа просроченных или некачественных продуктов, наименьшее количество потребителей (4%) выявили нарушения в маркировке приобретенных продуктов.

Проанализирована бдительность опрошенных при приобретении продуктов питания, и представлена ответами респондентов на вопросы, которые касаются осмотра ими упаковки приобретаемых товаров на наличие боя и проверки правильности веса расфасованных продуктов (рис. 6).



а) Оцениваете ли Вы зрительно долю боя или крошек в расфасованных продуктах?

б) Обращаете ли Вы внимание на вес расфасованных продуктов?

Рисунок 6 – Структура ответов респондентов на вопросы об их бдительности при приобретении продуктов питания

Структура полученных ответов позволила сделать следующие выводы. Соотношение количества потребителей, которые проверяют наличие боя и не делают этого, составляет 1:1. Аналогичная ситуация и с проверкой веса расфасованных продуктов. Одинаковое количество респондентов обращают и не обращают внимания на него. Для 27% потребителей важна итоговая сумма покупки, а не детализация веса продуктов питания.

Результаты мониторинга степени осведомленности потребителей о нормативно-правовых документах по регулированию торговли продовольственными товарами показали следующее.

Установлено, что 75% респондентов осведомлены о принятии Закона «О защите прав потребителей» ДНР [1]. Однако, несмотря на высокий уровень осведомленности, целевая аудитория не знакома с его содержанием по причине либо отсутствия желания, либо рабочей занятости. Более четверти потребителей читали Закон «О защите прав потребителей» и знакомы с его содержанием.

Данные, полученные при опросе, свидетельствуют о высоком уровне знания не только вышеупомянутого закона, но и Закона «О безопасности и качестве пищевых продуктов» [2] (24%), Закона «Об основах государственного регулирования торговой деятельности, сферы общественного питания и бытового обслуживания населения» [3] (19%), Правил торговли на рынках ДНР [4] (15%). Низкий уровень знания выявили ответы респондентов о Порядке регулирования и контроля цен (тарифов) на территории Донецкой Народной Республики [5] (3%).

Следует отметить, что с Законом ДНР «О рынках и рыночной деятельности» [6] потребители совершенно не знакомы, а также 10% опрошенных не знакомы ни с одним из перечисленных нормативных документов.

Важным является также мнение потребителей о недостаточности ассортимента молока и молочных продуктов на рынке продовольствия Донецкой Народной Республики. В соответствии с концепцией регионального маркетинга мотивация поведения потребителей составляет основу для создания стратегии согласования интересов потребителей и производителей региона [7]. Показатель дефицита ассортимента того или иного продукта питания говорит о недостаточной изученности потребностей населения либо о малых объемах производства и импорта продуктов питания.

Одним из действенных инструментов функционирования рынка продовольствия, призванным способствовать разрешению спорных ситуаций, возникающих между потребителем и продавцом, является Инфотека потребителя. Это специально разработанный электронный ресурс, наполненный базой нормативной документации, регулирующей деятельность производителей и торговых организаций на рынке продовольствия Донецкой Народной Республики. Задача данного ресурса заключается в выдаче моментального решения при описании потребителем спорной ситуации, размещаемой в Инфотеке потребителя.

Таким образом, потребитель, не вовлекаясь в длительные судебные процедуры и не тратя своего времени на оформление нарушения, имеет уникальную возможность разрешить все спорные моменты, предъявив уже готовый ответ на ситуацию с выдержками из всех существующих нормативных документов, регулирующих производство и реализацию продуктов питания.

Выводы и перспективы дальнейших исследований. В результате исследования потребительского поведения и потребительского опыта жителей Донецкой Народной Республики выявлено, чем руководствуется население при приобретении продуктов питания, каковы его основные мотивы и финансовые возможности для этого, в какой степени использует инструментарий нормативного регулирования производства и реализации продуктов питания.

Одной из острых проблем остается низкий уровень осведомленности потребителей о вреде акционных и просроченных продуктов питания, а также о своих правах, исходя из существующей нормативной базы. Как показали соцопрос и анкетирование, население не всегда может даже озвучить название

нормативных документов, регулирующих деятельность торговых организаций, не говоря о знании содержания этих документов. Предложено создание Инфотеки потребителей, которая позволит быстро и эффективно разрешать спорные ситуации между потребителем и продавцом.

Дальнейшее исследование направлено на изучение влияния микро- и макромаркетинговых связей на функционирование рынка продовольствия.

Список литературы

1. Закон ДНР «О защите прав потребителей» № 53-ІНС от 05.06.2015 [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://dnrsovet.su/zakon-dnr-o-zashhite-prav-potrebitelej/>

2. Закон ДНР «О безопасности и качестве пищевых продуктов» № 120-ІНС от 08.04.2016 [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://dnrsovet.su/zakonodatelnaya-deyatelnost/prinyaty/zakony/zakon-donetskoj-narodnoj-respubliki-o-bezopasnosti-i-kachestve-pishhevyh-produktov/>

3. Закон ДНР «Об основах государственного регулирования торговой деятельности, сферы общественного питания и бытового обслуживания населения» № 215-ІНС от 02.02.2018 [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://mptdnr.ru/documents/125-zakon-dnr-215-ins-ot-02-02-2018-ob-osnovah-gosudarstvennogo-regulirovaniya-torgovoi-deyatelnosti.html>

4. Правила торговли на рынках ДНР № 2439 от 19.01.2018 во исполнение п.2 ч.2 ст. 9 Закона ДНР «О рынках и рыночной деятельности» [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://i-don.ru/pravila-torgovli-na-rynках-dnr/>

5. Порядок регулирования и контроля цен (тарифов) на территории Донецкой Народной Республики утверждено Постановлением Совета Министров Донецкой Народной Республики от 03.06.2015 № 10-41 [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://mdsdnr.ru/normativnye-dokumenty/14-normativnye-dokumenty/256-poryadok-regulirovaniya-i-kontrolya-tsen-tarifov-na-territorii-donetskoj-narodnoj-respubliki>

6. Закон «О рынках и рыночной деятельности» № 121-ІНС от 08.04.2016 [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://dnrsovet.su/zakonodatelnaya-deyatelnost/prinyaty/zakony/zakon-donetskoj-narodnoj-respubliki-o-rynках-i-rynchnoj-deyatelnosti/>

7. Основы формирования регионального рынка / Интернет портал «Мир знаний» [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://mirznanii.com/a/264088-4/osnovy-formirovaniya-regionalnogo-rynka-prodovolstviya-4>.

УДК 338.46

КЛАССИФИКАЦИЯ ВИДОВ И ФОРМ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В СФЕРЕ ЮРИДИЧЕСКИХ УСЛУГ

- Яковлева Ю.К., д.э.н.,
доцент¹** 1 – ГО ВПО «Донецкий национальный университет
экономики и торговли имени Михаила Туган-
Барановского», г. Донецк, ДНР,
e-mail: yakovleva_donetsk@mail.ru
- С.П. Гончаров,
ректор²** 2 - ГОУ ВПО «Донбасская юридическая академия»,
г. Донецк, ДНР, e-mail: legalservice2019@gmail.com

CLASSIFICATION OF TYPES OF ENTREPRENEURIAL ACTIVITY IN THE FIELD OF LEGAL SERVICES

- Yakovleva Y.K., Doctor
of Economics, associate
Professor** 1 – SO HPE «Donetsk National University of
Economics and Trade named after Mykhayilo Tugan-
Baranovsky», Donetsk, DPR,
e-mail: yakovleva_donetsk@mail.ru
- S.P. Goncharov,
rector²** 2 - SEE HPE «Donbass law academ», Donetsk, DPR,
e-mail: legalservice2019@gmail.com

Реферат

Цель. Целью статьи является изучение классификации видов и форм предпринимательской деятельности в сфере юридических услуг и определение векторов развития предпринимательства в сфере юридических услуг.

Методика. В процессе исследования были использованы методы теоретического обобщения и сравнения видов и форм предпринимательской деятельности в целом и в сфере юридических услуг в частности.

Результаты: систематизированы виды и формы предпринимательской деятельности; выделены особенности предпринимательской деятельности в сфере юридических услуг во взаимосвязи с функциями предпринимательства; обозначены субъекты предпринимательской деятельности в сфере юридических услуг; охарактеризованы основные признаки предпринимательской деятельности; представлен краткий обзор правовых актов, регламентирующих осуществление предпринимательской деятельности в сфере юридических услуг; определены направления инновационного развития сферы юридических услуг, наиболее актуальные с точки зрения применения инновационных технологий.

Научная новизна. Определены основные признаки предпринимательской деятельности в сфере юридических услуг, которые позволяют выделить особенности данной сферы предпринимательской

деятельности и определить векторы научного исследования и направления оценки эффективности предоставляемых юридических услуг.

Практическая значимость. Наличие четкой и детальной характеристики видов и форм предпринимательской деятельности в сфере услуг, определение специфических признаков данной классификации позволит снизить вероятность рискованных правовых ситуаций и позволит защитить интересы клиентов на высоком профессиональном уровне.

Ключевые слова: *предпринимательство, юридические услуги, сфера услуг, экономика, инновации, инновационные технологии, бенчмаркинг, инжиниринг.*

Постановка проблемы и ее связь с важными научными и практическими задачами. В условиях интеграции в международную экономику сфера услуг является важным элементом социально-экономической системы, площадкой для прогрессивного развития экономики в целом. Доминирование сферы услуг в национальной экономике и в мировой экономике в целом зафиксировано со второй половины двадцатого века и постоянно усиливается. Следует отметить, что влияние сферы услуг на национальную и мировую экономику изучается учеными, которые в свою очередь подчеркивают актуальность данного исследования.

Правовые услуги — это тот вид юридических услуг в перечне профессиональных услуг в сфере индустрии услуг, который оказываются лицами, обладающими специальными знаниями в области права, а также имеет профессиональные компетенции в области правового консультирования, составления документов, представительства.

Анализ последних исследований и публикаций. Изучение современных научных исследований позволяет констатировать, что вопросам становления, развития и менеджмента в предпринимательской деятельности в сфере услуг посвящены работы Л. Сосуновой, Д. Черновой, З. Мустафаевой, Б. Чернышова, В. Уколова, У. Чан Кима, Рене Моборна, Д. Бородина, Ю. Черняка.

Цель статьи. Наличие четкой и детальной характеристики видов и форм предпринимательской деятельности в сфере услуг, определение специфических признаков данной классификации позволит снизить вероятность рискованных правовых ситуаций и позволит защитить интересы клиентов на высоком профессиональном уровне.

Изложение основного материала исследования. Развитие сферы услуг - глобальная тенденция современности, базирующаяся на управлении экономическими системами. Технологический прогресс, социально-демографические изменения, рост благосостояния населения, обострение конкурентной борьбы, что в совокупности создает предпосылки для развития сферы услуг и определяет перспективы ее развития.

Основным показателем, характеризующим развитие сферы услуг и его динамику, что обусловлено закономерным возрастанием интереса со стороны предпринимательского сообщества, является индекс предпринимательской

активности Кауфманна (Kauffman Index of Entrepreneurial Activity). Агрегированный показатель определяет процент предпринимателей (в возрасте от 20 до 64 лет), при этом Индекс Кауфманна отражает показатели развития по таким видам и сферам деятельности, как строительство, производство, торговли и услуги [1, с. 315].

Многие авторы и практики сферы юридических услуг находят попытки разделить содержание терминов «юридическая помощь» и «юридические услуги». Одной из задач нашего научного исследования является попытка дать четкие характеристики данных определений и выделить специфические факторы, отличающие их друг от друга. Например, авторы утверждают, что юридические услуги – это собирательное понятие, которое включает в себя оказание услуг, возникающих из разнообразных правоотношений, то есть: консультирование по гражданским семейным, административным, земельным и хозяйственным вопросам [2, с. 94-103].

Существуют разные организационно-правовые формы и виды предпринимательства, таким образом, в соответствии с формами собственности на используемые факторы производства выделяют частное, коллективное и государственное предпринимательство [3].

Предпринимательская деятельность имеет специфические особенности, которые нашли отражение в типологизации видов и форм предпринимательской деятельности, на классификацию которых в свою очередь оказали влияние характер деятельности и вида используемых факторов предпринимательства (таблица 1):

Таблица 1 – Виды и формы предпринимательской деятельности

№ п/п	Типологизация предпринимательской деятельности	Содержание
<i>Виды предпринимательской деятельности</i>		
1	производственное предпринимательство	К нему относятся инновационная и научно-техническая деятельность, непосредственное производство товаров и услуг, использование их в дальнейшем производстве.
2	коммерческое (торговое) предпринимательство	Характерной чертой торгового предпринимательства служат тесные экономические связи с оптовиками и розничными торговцами, потребителями товаров, работ, услуг (включает все виды деятельности, которые относятся к всевозможным вариантам видов обмена товара и денег).
3	финансовое предпринимательство	Основным полем деятельности финансового предпринимательства являются коммерческие банки и фондовые биржи.
4	посредничество в предпринимательстве	Посредническая деятельность заключается в том, чтобы получить прибыль, за оказание определенных услуг потребителю, в роли которого также могут

№ п/п	Типологизация предпринимательской деятельности	Содержание
		выступать предприниматели (это упрощение операций купли-продажи, информационные услуги и т. д.).
5	страховое предпринимательство	Предприниматель гарантирует клиенту возмещение ущерба в соответствии с условиями, прописанными в договоре, не противоречащем действующему законодательству, в случае непрогнозируемых обстоятельств потери имущества, ценностей, здоровья, жизни и других потерь за определенную сумму при заключении договора страхования.
<i>Формы предпринимательской деятельности</i>		
1	индивидуальные частные предприятия	Распространены прежде всего в сфере здравоохранения, торговли, бытового обслуживания, общественного питания, предоставления юридических услуг.
2	кооперативные предприятия	Сферы применения: бытовое обслуживание, строительство, розничная торговля.
3	общества с ограниченной ответственностью, в том числе акционерные общества закрытого типа	Сфера культуры и искусства, спорта и физической культуры, отдыха и образования, здравоохранения, а также в сфере розничной торговли.
4	акционерные общества открытого типа,	Сфера туризма и гостиничного обслуживания, строительства, санаторно-курортного обслуживания; в секторе предоставления услуг связи и информации.
5	некоммерческие организации - союзы, ассоциации, фонды и клубы	Функционируют для реализации социальных, благотворительных, культурных, образовательных, научных и управленческих целей, в целях охраны здоровья граждан, развития физической культуры и спорта, удовлетворения духовных и иных нематериальных потребностей граждан, защиты прав, законных интересов граждан и организаций, разрешения споров и конфликтов, оказания юридической помощи, а также в иных целях, направленных на достижение общественных благ.
6	государственные организации и учреждения образования и культуры	Представлены: театрами, кинотеатрами, кино- и фотостудиями, музеями, музеями-усадьбами, концертными организациями, учреждениями культурно-досугового типа (клубы, дворцы и дома культуры, центры культуры и досуга, дома творческих работников, учителя, врача, молодежи и др.), библиотеками и т.д.

В таблице 2 отражены особенности предпринимательской деятельности в сфере юридических услуг [4].

Таблица 2 – Особенности предпринимательской деятельности в сфере юридических услуг во взаимосвязи с функциями предпринимательства

№ п/п	Содержание функции	Особенности предпринимательской деятельности
1	Общэкономическая	Основная форма предпринимательской деятельности это малые предприятия, имеющие специфические особенности.
2	Ресурсная	В юридической отрасли предоставления услуг высокий образовательный и профессиональный, квалификационный уровень работников определяется творческим, интеллектуальным содержанием труда.
3	Инновационная	Сфера юридических услуг отличается повышенной необходимостью новой управленческой и организационной логики предпринимательства.
4	Социальная	Социальная функция предпринимательства в сфере юридических услуг связана с темпами создания рабочих мест. Гибкие режимы занятости, высокая мобильность работников, углубленная диверсификация повышают устойчивость сферы услуг в условиях экономического спада.
5	Организационная	Сравнительно новой сферой малого бизнеса выступают разнообразные деловые услуги: счетно-бухгалтерские, помощь в составлении финансовой отчетности, в организации производства и сбыта, подбор кадров, юридические консультации.

Особую группу субъектов предпринимательского пространства сферы услуг образуют субъекты, регулирующие предпринимательскую деятельность, т. е. осуществляющие административно-правовые отношения.

Анализ определений предпринимательства в сфере юридических услуг, которые приводятся в работах по данной тематике, позволяют выделить наиболее общие его признаки (рисунок 1) [6].

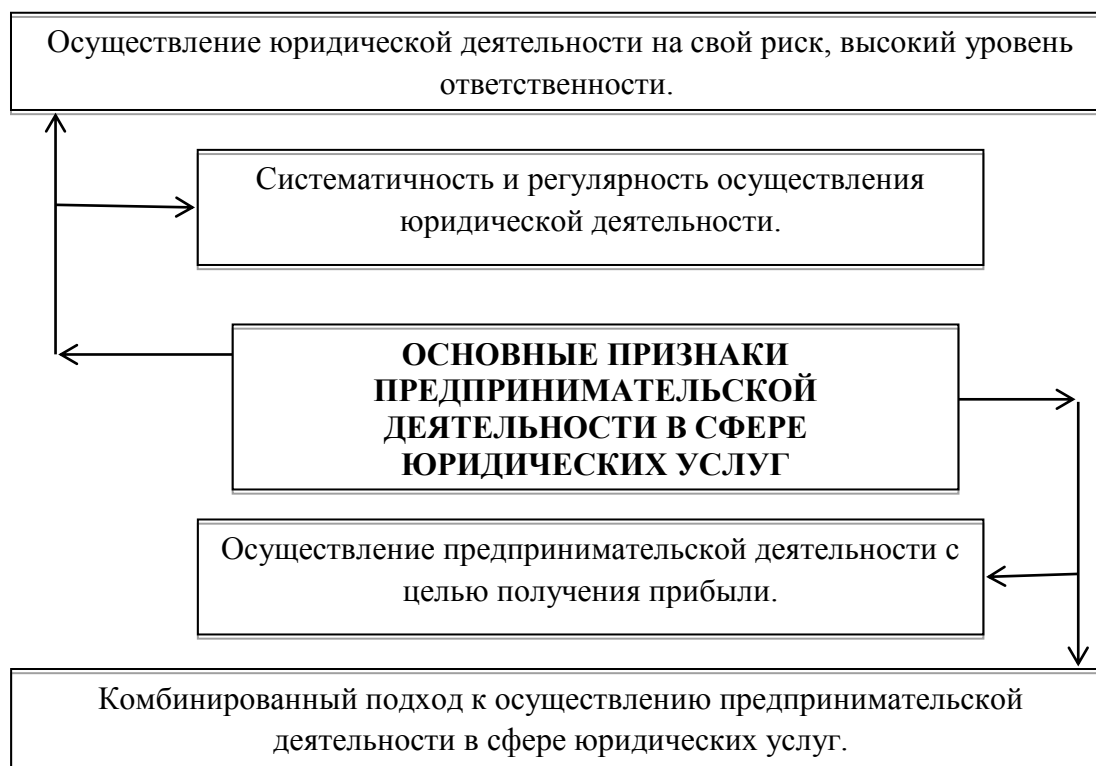


Рисунок 1 – Основные признаки предпринимательской деятельности

В таблице 3 сделаем попытку объединить субъектов предпринимательства сферы юридических услуг.

Таблица 3 – Субъекты предпринимательской деятельности в сфере юридических услуг

№ п/п	Виды и формы предприятий	Представители предпринимательской деятельности
1	Общественные организации	Оказание правовой помощи (услуг) субъектам предпринимательской деятельности, а также нотариусы и адвокаты.
2	Крупные организации	Собственные юридические службы, правовые отделы, управления, департаменты.
3	Средний и малый бизнес	Штатные юрисконсульты, представители аутсорсинговых компаний (юридический аутсорсинг — это передача юридического сопровождения предприятия в ведение организации, которая специализируется в данной сфере), специализированные организации или частнопрактикующие юристы, а также адвокаты.

В настоящее время существует около одной тысячи правовых актов России различного содержания и уровня, в той или иной форме отражающих деятельность в сфере юридических услуг или инжиниринговую деятельность, что само по себе предполагает наличие некоторых юридических свойств и сторон инжиниринговой деятельности [7, с. 37].

В таблице 4 представим краткий обзор правовых актов, регламентирующих осуществление предпринимательской деятельности в сфере юридических услуг.

Таблица 4 – Краткий обзор правовых актов, регламентирующих осуществление предпринимательской деятельности в сфере юридических услуг

№ п/п	Исходные данные	Название документа
1	Российская газета. – 1993. – № 237.	Конституция Российской Федерации
2	Федеральный закон № 51-ФЗ // Собрание законодательства РФ. – 1994. – № 32. – С.22-25.	Гражданский кодекс Российской Федерации
3	ОК 029-2014 (КДЕС Ред. 2). Приказ Росстандарта от 31.01.2014 № 14 ст) (ред. от 07.10.2016) // КонсультантПлюс [Электронный ресурс] – Режим доступа: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_163320	Общероссийский классификатор видов экономической деятельности
4	КонсультантПлюс [Электронный ресурс] – Режим доступа: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_1581/c5c2d712dac5b8b43c56...	Основы законодательства Российской Федерации о нотариате (утв. ВС РФ 11.02.1993 № 4462-1)
5	КонсультантПлюс [Электронный ресурс] — Режим доступа: http://static.consultant.ru/obj/file/doc/fz_270514-2.pdf	Проект федерального закона «О налоговом консультировании»
6	// КонсультантПлюс [Электронный ресурс] — Режим доступа: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_36945/0c312832dba108270ca...	Федеральный закон «Об адвокатской деятельности и адвокатуре в Российской Федерации» от 31.05.2002 № 63-ФЗ
7	КонсультантПлюс [Электронный ресурс] — Режим доступа: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_32881	Федеральный закон «О государственной регистрации юридических лиц и индивидуальных предпринимателей» от 08.08.2001 № 129-ФЗ
8	КонсультантПлюс [Электронный ресурс] — Режим доступа: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_116964	Федеральный закон «О закупках товаров, работ, услуг отдельными видами юридических лиц» от 18.07.2011 № 223 ФЗ

№ п/п	Исходные данные	Название документа
9	КонсультантПлюс [Электронный ресурс] — Режим доступа: от 07.02.1992 № 2300-1	Федеральный закон «О защите прав потребителей»
10	КонсультантПлюс [Электронный ресурс] – Режим доступа: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_144624	Федеральный закон «О контрактной системе в сфере закупок товаров, работ, услуг для обеспечения государственных и муниципальных нужд» от 05.04.2013 № 44-ФЗ

Развитие рынка услуг является одним из основных направлений экономической политики любого государства. Мировая торговля тесно сопряжена с международным движением капитала и перемещением рабочей силы. Инновационный подход к предпринимательской деятельности в сфере юридических услуг является важным направлением исследования, так как объем предоставляемых услуг в различных сферах предпринимательской деятельности, имеет тенденцию к росту. Данные заключения позволяют констатировать, что Индекс деловой активности (PMI) в российской сфере услуг, который по данным компании IHS Markit показывает динамику развития [4].

Специфика инновационной функции предпринимательства в сфере услуг, в том числе и юридических услуг, определяется переходом от предоставления единичной услуги к предоставлению комплекса, или пакета услуг[5]. Таким образом, особое значение в сфере юридических услуг имеет изучение инновационных технологий осуществления юридических услуг, таких как бенчмаркинг юридической (правовой) функции в сфере юридических услуг и юридический инжиниринг. Считаем актуальным уделить внимание и проанализировать данные инновационные технологии в дальнейшем научном исследовании.

Выводы и перспективы дальнейших исследований. В результате научного исследования автором выполнено:

- систематизация видов и форм предпринимательской деятельности;
- выделены особенности предпринимательской деятельности в сфере юридических услуг во взаимосвязи с функциями предпринимательства;
- обозначены субъекты предпринимательской деятельности в сфере юридических услуг;

- охарактеризованы основные признаки предпринимательской деятельности;

- представлен краткий обзор правовых актов, регламентирующих осуществление предпринимательской деятельности в сфере юридических услуг;

- определены направления инновационного развития сферы юридических услуг, наиболее актуальные с точки зрения применения инновационных технологий.

Список литературы

1. Садыки М.Р. Особенности предпринимательской деятельности в сфере услуг // Региональные проблемы преобразования экономики. – 2013. - №4. – С. 315-317.
2. Шестаков Е.В., Бекирова Э.Э. Правовое регулирование оказания юридических услуг как вида предпринимательской деятельности // Научный форум: Юриспруденция, история, социология, политология и философия: сб. ст. по материалам XII междунар. науч.-практ. конф. — № 10(12). — М., Изд. «МЦНО», 2017. — С. 94-103.
3. Крайнова Е.Р. Стратегия совершенствования гражданского процессуального законодательства как средство обеспечения эффективности судебной системы // Юридическая техника: Ежегодник. 2015.
4. Индекс деловой активности (Business index). Электронный ресурс. Режим доступа: <http://economic-definition.com>
5. Баранов В.М. Понятие юридической техники // Юридическая техника: курс лекций / под ред. В.М. Баранова. Н. Новгород, 2015.
6. Головкин Р.Б. Юридический инжиниринг: сущность и соотношение с юридической техникой // Вестник Нижегородской академии МВД России, 2016. - №2(34). – С. 36-42.

ЭКОНОМИКА ТОРГОВЛИ И УСЛУГ

УДК 005.93:640.4

АУТСОРСИНГ В ГОСТИНИЧНО-РЕСТОРАННОЙ СФЕРЕ

П.А. Заремба,
д-р экон. наук, профессор,
С.И. Охременко,
канд. техн. наук, доцент

ГО ВПО «Донецкий национальный
университет экономики и торговли имени
Михаила Туган-Барановского», г. Донецк,
ДНР, e-mail: pavelz09@gmail.com

OUTSOURCING IN THE HOTEL AND RESTAURANT BUSINESS

P.A. Zaremba,
doctor of Economic Sciences,
professor,
S.I. Okhremenko,
candidate of Technical Sciences,
associate Professor

SO HPE «Donetsk National University of
Economics and Trade named after Mykhayl
Tugan-Baranovsky», Donetsk, DPR,
e-mail: pavelz09@gmail.com

Реферат

Цель. Рассмотреть формирование обоснованного выбора аутсорсера и стратегии аутсорсинга с комплексным учетом всех необходимых критериев, ограничивающих возможности использования потенциала аутсорсинга предприятиями гостинично-ресторанного комплекса, а также необходимость и своевременность разработки механизма развития кооперации в гостинично-ресторанной сфере.

Методика. Методы исследований. Основополагающими для предпринимаемого исследования являются следующие методы: анализ, синтез, аналогия, сравнение, классификация информации.

Результаты. Установлено, что залогом эффективной разработки и реализации стратегии аутсорсинга не могут быть исключительно интуиция, опыт и талант руководства и менеджмента. Необходимо соответствующее методическое обеспечение, которое позволило бы осуществлять объективный выбор аутсорсера, а также обоснованно подходить к вопросам кооперации с другими предприятиями.

Научная новизна. Предложен систематизированный перечень функциональных направлений аутсорсинга в сфере крупного гостинично-ресторанного бизнеса, что позволит сформировать ряд стратегических альтернатив.

Практическая значимость. Результаты исследования показывают, что к выбору стратегии аутсорсинга в гостинично-ресторанной сфере необходимо подходить с особым вниманием и разрабатывать ее с учетом специфики

предприятия и макроэкономических факторов внешней среды, а также институциональных условий, в которых функционирует предприятие.

Ключевые слова: *аутсорсинг, стратегии аутсорсинга, гостинично-ресторанная сфера.*

Постановка проблемы и ее связь с важными научными и практическими задачами. Аутсорсинг – это своего рода децентрализация управления бизнес-процессами предприятия с целью минимизации затрат и рисков при максимизации прибыли. Данная стратегия предполагает получение из внешних источников товаров и услуг, способствует обмену идеями, распределению риска и стоимости операций между участниками, приводит к сосуществованию различных цепочек бизнеса [1].

В сфере индустрии гостеприимства отмечается двойное отношение к аутсорсингу услуг. Дискуссии практиков в данной сфере являются неоднозначными и позволяют выделить потенциальные преимущества и риски выбора данной стратегии. Решение остается за руководством и должно приниматься с учетом специфики и типа отеля или ресторана.

К рискам передачи бизнес-процессов сторонним компаниям относятся [2]:

потеря контроля. Для гостиничного и ресторанного бизнеса данные риски наиболее высоки, так как услуги характеризуются одновременностью и предоставляются по мере их потребления, что усложняет контроль качества. Именно поэтому с особой осторожностью необходимо подходить к аутсорсингу услуг, связанных с обслуживанием клиентов и оказанием услуг в сфере отельного и ресторанного бизнеса;

проблемы коммуникации и согласованности. При передаче услуг гостинично-ресторанного бизнеса для выполнения сторонним организациям существует реальный риск того, что цели и другие стратегические аспекты не будут четко согласованы. Внутренняя коммуникация внутри фирмы сложна, но жизненно важна. Когда в этой стратегии участвуют внешние агенты, компания должна следить за тем, чтобы цели были точно переданы, а коммуникации осуществлялись в обоих направлениях;

скептицизм в отношении безопасности. Иногда отельеры не желают передавать важные данные в руки других компаний. На техническом уровне эти данные должны быть в безопасности. Фактически, наиболее важными предпосылками в отношении компьютерной безопасности являются целостность, конфиденциальность и доступность. Именно поэтому некоторые отельеры предпочитают управлять информацией самостоятельно внутри предприятия без привлечения аутсорсеров. С другой стороны, например, введение в штатное расписание должности программиста для автоматизации бизнес-процессов отеля или ресторана может оказаться намного дороже для предприятия и существенно повлиять на увеличение постоянных затрат.

Среди преимуществ аутсорсинга услуг в сфере гостеприимства выделяют:

снижение постоянных затрат – основное преимущество аутсорсинга, так как позволяет гостиницам работать по мере возникновения спроса. Отель может нанять услуги другой компании в зависимости от рабочей нагрузки;

улучшение качества специализированных продуктов и / или услуг. Профессионалы обеспечат отель и/или ресторан лучшим продуктом или услугой. Например, когда речь идет о разработке различных маркетинговых или рекламных кампаний.

Все более часто управление гостеприимством идет рука об руку с информационными технологиями. Компании, специализирующиеся на технологических услугах для индустрии гостеприимства, предоставляют отелям и ресторанам специальное программное обеспечение (программы и приложения) для управления подсобными хозяйствами, организации складов или контроля внутренних бизнес-процессов. Отказ от аутсорсинга ИТ-услуг может быть очень дорогостоящим для предприятия, так как в отеле и/или ресторане придется нанимать разработчиков программного обеспечения, а также технической поддержки на постоянной основе. Если предприятие разработает свои собственные решения, то это может привести к значительному увеличению постоянных расходов. Практика показывает, что при покупке программного обеспечения или автоматизированной системы у сторонней организации предприятие гостинично-ресторанного комплекса имеет дело с единовременными затратами, а дальнейшее внедрение и техническую поддержку осуществляет разработчик. Аутсорсинг может оказаться весьма выгодным при правильном выборе поставщика услуги.

Теория и практика указывают на то, что при формировании стратегии аутсорсинга не всегда обеспечивается комплексный учет всех необходимых критериев, – это ограничивает возможности использования потенциала аутсорсинга предприятиями гостинично-ресторанного комплекса. Зачастую рассматриваются факторы формирования стратегии обособленно. Например, учитывается размер предприятий, но не рассматриваются различные стратегические альтернативы аутсорсинга.

Анализ последних исследований и публикаций. Роль аутсорсинга для предприятий гостинично-ресторанного бизнеса подтверждается внушительной статистикой [3]. В статье [3] проанализированы отели Хорватии. В качестве одного из важных критериев рассматривается размер компании. По результатам исследования установлено, что уровень аутсорсинга в небольших гостиничных компаниях составляет около 60%, компании среднего уровня имеют примерно 62% уровня аутсорсинга, а крупные гостиничные компании применяют аутсорсинг в 100% наблюдаемых случаев. Доказано, что с увеличением размера гостиничной компании уровень аутсорсинга также повышается. Особенности функционирования отелей Хорватии свидетельствуют о том, что независимо от размера гостиницы аутсорсинг оказывает положительное влияние на участие сотрудников в процессе принятия решений.

В работе [4] представлен анализ практики аутсорсинга отелей Китая. При этом рассматриваются только небольшие и средние предприятия. В качестве

основного критерия выбора стратегии аутсорсинга отмечено наличие поставщиков ресурсов. Доступность поставщиков, опыт и размер отеля в данном исследовании выступают наиболее важными факторами, влияющими на принятие решения об аутсорсинге. При этом собственник также в значительной степени полагается на личные или семейные контакты при выборе аутсорсера. В развитых странах гостиничные операторы принимают функции управления операционной деятельностью гостиниц по контролю стандартов, поддержанию бренда и обеспечению высокой рентабельности бизнеса. Обоснованный выбор аутсорсера является основополагающим фактором успешной реализации стратегии аутсорсера, что требует применения соответствующего научно-методического инструментария в данном направлении, а не исключительно опыта и интуиции руководства компаний. Отсутствие комплексного набора критериев формирования стратегии аутсорсинга ограничивает возможности рассмотрения различных стратегических альтернатив с целью выбора наиболее эффективной для предприятия.

Менеджмент каждого предприятия должен определить цели и преимущества до принятия решения об аутсорсинге. Некоторые исследователи выделяют такие факторы, влияющие на принятие решения об аутсорсинге, как снижение и контроль текущих расходов. Например, А. Хескес высказывается в пользу сокращения расходов предприятий отельного бизнеса и доказывает, что они могут снижаться на 25-50% при передаче услуги в аутсорсинг [5]. Другие ученые придерживаются противоположной позиции, утверждая, что решение об аутсорсинге предполагает сочетание различных причин [6], среди которых: сосредоточение на основных видах деятельности, доступ к техническим возможностям мирового класса, высвобождение ресурсов для основной деятельности, усиление реинжиниринговых преимуществ, распределение рисков со всеми участниками, недостаток внутренних ресурсов для оказания услуг, повышение гибкости в соответствии с рыночной динамикой, формирование стратегического альянса с контрагентами, установление регулирующих аутсорсинговых практик. Отели должны обладать особенными важными характеристиками, так как клиенты должны быть не просто удовлетворены, а важно сохранить их доверие. Это требует тщательного выбора всевозможного удобного оборудования, создания комфортабельных условий и поддержания сервиса на высоком уровне. Именно поэтому роль аутсорсинга в гостиничном бизнесе является намного шире, нежели обеспечение исключительно снижения текущих затрат, что доказано в работе [7] на основе результатов соцопроса руководства отелей.

В зарубежной практике гостиничные рестораны не всегда считаются эффективными. Именно поэтому гостиничные компании довольно часто стремятся улучшить свои финансовые показатели за счет аутсорсинга услуг специализированных ресторанных компаний. В статье [8] приведены результаты исследования ключевых аспектов аутсорсинга посредством серии структурированных интервью и групповых обсуждений с 55 ключевыми

компаниями сферы гостеприимства. Выделено пять ключевых аспектов при осуществлении аутсорсинга: основные компетенции, совместимость брендов, организационная культура, социально-психологический климат и системы учета, оценки и контроля. Обоснованы доказательства того, что аутсорсинг гостиничных ресторанов может принести существенные выгоды как гостиницам, так и ресторанам. Важно, чтобы кооперация рассматривалась как нечто большее, чем просто заключение контрактов на вспомогательные услуги. Предоставление клиентам продуктов питания и напитков является важной и неотъемлемой частью гостиничного продукта. Поэтому не следует недооценивать сложность отношений между партнерами, особенно с точки зрения таких вопросов, как объединение нескольких брендов, организационных культур и фактического социально-психологического климата на предприятиях. Следует также учитывать влияние удовлетворенности потребителей на восприятие гостиничного продукта. Все это актуализирует важность стратегического аутсорсинга, внедрение принципов которого требует осуществления целенаправленной и систематической работы, а также применения соответствующего методического обеспечения.

Дж. Сандерс, президент Saunders Hotel Group в Бостоне (Массачусетс), приводит аргументы в пользу передачи гостиничного ресторана в аутсорсинг на условиях аренды, но наряду с этим акцентирует внимание на возможных рисках [9]. Так, рестораны являются более ресурсоемкими и требуют значительных трудовых затрат. Чистая операционная прибыль самостоятельного ресторана должна составлять более 20%. Как показывает практика, для ресторанов при отелях данное условие не всегда выполняется. Ресторан является важным атрибутом любого престижного отеля. Аутсорсинг рассматривается как направление решения данной проблемы. Особенно важно выбрать «правильного» партнера, а также просчитать стоимость аренды с учетом предстоящих текущих коммунальных расходов. Постоянный доход от аренды должен быть не ниже 85%. Важно также оценивать риски потери контроля. Например, несоответствие стандартов сервиса отеля и ресторана может негативно сказаться на репутации отеля. Также важно обговаривать стоимость оборудования и заранее планировать дизайн ресторана совместно с аутсорсером. Это позволит предупредить риски чрезмерных затрат. На этапах переговоров требуется невероятное количество усилий, а также обеспечение эффективных коммуникаций между отелем и ресторатором.

Изложение основного материала исследования. Если целью передачи бизнес-процесса сторонней организации является сокращение текущих расходов предприятия, то в данном случае рассматривается тактический аутсорсинг. В гостинично-ресторанном бизнесе он может осуществляться как в экстренных ситуациях для минимизации рисков, так и по мере возникновения потребности в этом.

Более значимая роль отводится стратегическому аутсорсингу. В этой ситуации можно передавать в аутсорсинг различные виды деятельности, которые необходимы для повседневной работы и обслуживания компании, что

приводит к средне- или долгосрочной кооперации с поставщиками. Стратегический аутсорсинг является всеохватывающим, поскольку предполагает повышение качества предоставляемых товаров и услуг. Он ориентирован на установление методов работы, которые направлены на повышение конкурентоспособности предприятия. При этом обеспечивается доступ к новым ресурсам, возможностям и знаниям, что активизирует способности к разработке видов товаров, услуг и направлений деятельности. Разработка стратегии аутсорсинга требует от менеджмента предприятий целенаправленной системной работы в данном направлении, так как непонимание всех потенциальных рисков и неправильный выбор аутсорсера на начальном этапе могут в перспективе стать существенными угрозами для репутации и эффективности бизнеса. Факторы выбора стратегии аутсорсинга включают значительное количество показателей, которые необходимо проанализировать. Важно при этом сопоставить ключевые показатели предприятия и аутсорсера (рис. 1).

Специфика гостинично-ресторанного бизнеса представлена критериями совместимости брендов, компетенций, организационных культур, систем учета, оценки, контроля, социально-психологического климата, а также согласованности стандартов компании и потенциального аутсорсера. Важно учитывать воздействие на восприятие потребителем гостиничного продукта, что влияет на его удовлетворенность качеством услуг. Например, несоответствие стандартов сервиса отеля и ресторана может негативно сказаться на репутации отеля. Между предприятиями гостинично-ресторанной сферы должно быть достигнуто однозначное взаимное понимание стандартов обслуживания клиентов и качества продукции.

С учетом многообразия обобщенных критериев формирования стратегии аутсорсинга предприятиями гостинично-ресторанного комплекса можно утверждать, что залогом эффективной разработки и реализации стратегии аутсорсинга не могут быть исключительно интуиция, опыт и талант руководства и менеджмента. Необходимо соответствующее методическое обеспечение, которое позволило бы осуществлять объективный выбор аутсорсера, а также обоснованно подходить к вопросам кооперации с другими предприятиями.

Специалисты ресторанного бизнеса компании Hurma Management Group советуют передавать на аутсорсинг клининг, охрану, подбор кадров, а также управленческий и бухгалтерский учет. При организации работы ресторана или любого другого заведения общественного питания все процессы должны быть отлажены максимально качественно. Эффективнее работникам сосредоточиться на основном виде деятельности, а непрофильную работу отдать профессионалам своего дела. В российской практике остро стоит проблема доверия: довольно сложно перестать держать все под своим контролем. Однако менеджмент многих ресторанов адекватно оценивает свои силы и позволяет себе быть максимально гибким в принятии управленческих решений, охотно привлекает внешних специалистов.

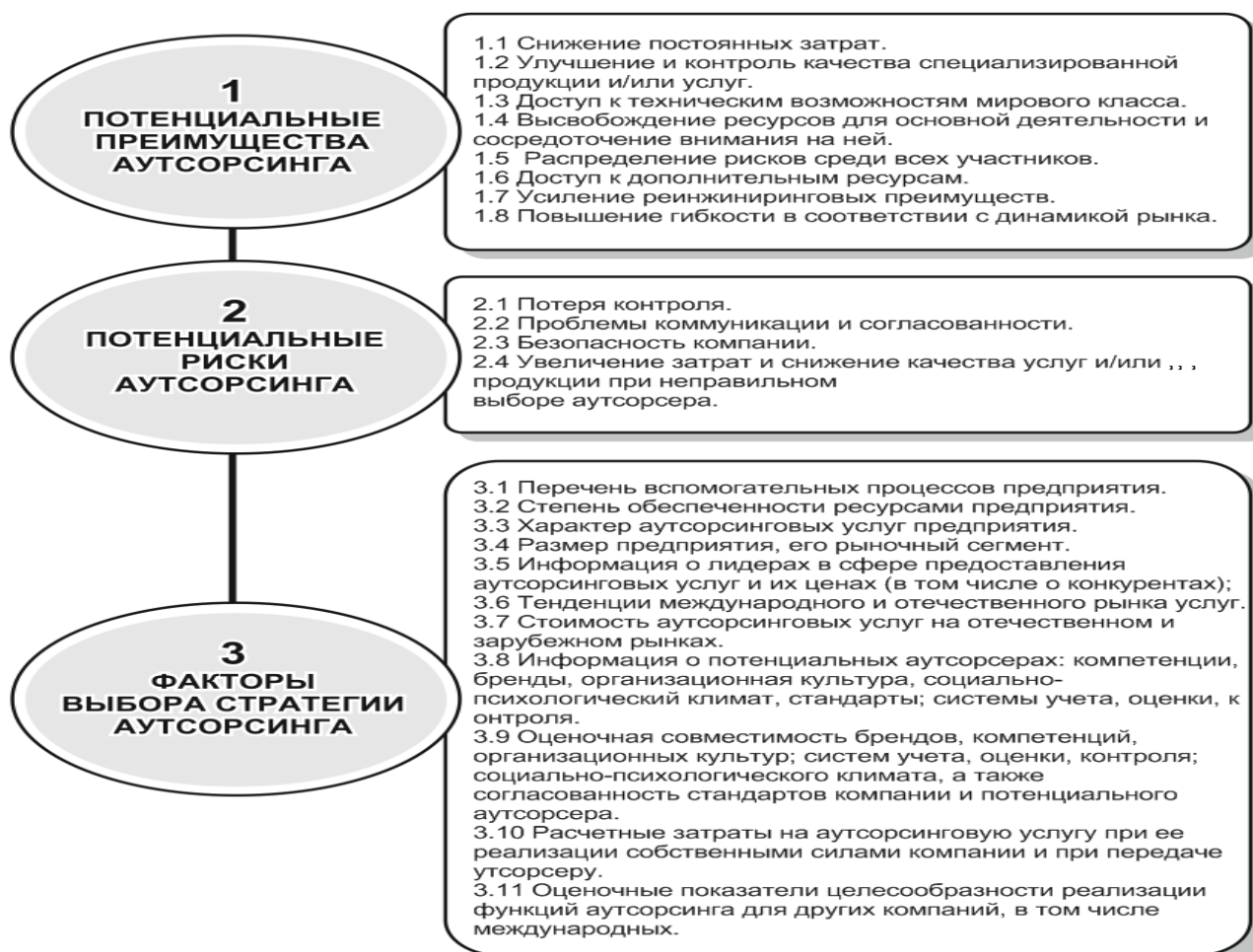


Рисунок 1 – Обобщенный набор критериев формирования стратегии аутсорсинга предприятиями гостинично-ресторанного комплекса (составлено автором)

При правильном подходе передача такого бизнес-процесса, как ведение управленческого и бухгалтерского учета, на аутсорсинг позволяет получать значительную экономию в два раза и предоставлять клиентам услугу наивысшего качества по более низкой цене. По мнению экспертов, представителям ресторанного рынка в России не хватает именно аутсорсинга услуг по обучению персонала. Это должен быть хорошо отлаженный бизнес-процесс, когда компания, нанявшая новых сотрудников, может непосредственно обратиться к специализированной фирме. Сегодня данная услуга находится на стадии зарождения. В Hurma Education предоставляются услуги по обучению менеджеров и директоров в виде внешних курсов и семинаров. Многие рестораторы все же решают лишний раз удостовериться в квалификации своего управляющего персонала и предоставить ему возможность улучшить свои навыки и знания [10].

В теории и практике насчитывается множество разнообразных направлений аутсорсинга в сфере гостинично-ресторанного бизнеса. При этом имеются некоторые отличия в зависимости от размеров и уровня развития

предприятия. На рис. 2 приведен систематизированный перечень функциональных направлений аутсорсинга в сфере крупного гостиничного и ресторанного бизнеса. Он не является универсальным, так как отражает потенциальные ключевые сферы. Формирование стратегии аутсорсинга предполагает разработку стратегических альтернатив для конкретного предприятия и выбор наиболее эффективных с учетом имеющихся специфических критериев, характерных для данного предприятия. Например, крупные известные предприятия имеют больше перспектив и возможностей для предоставления аутсорсинговых услуг другим участникам рынка, чем малые, средние и микропредприятия. Это касается и системы закупок: с крупными компаниями более охотно сотрудничают поставщики и предлагают более выгодные условия при оптовых закупках, что не всегда оказывается выгодным для отдельных малых, средних и микропредприятий. Но если они объединяются в сети, то имеют потенциал стать аутсорсерами услуг на рынке. Крупные отели имеют больше ресурсов для организации системы питания клиентов собственными силами.

Любой отель по стандартам должен иметь возможность предоставить клиентам ресторанные услуги. Крупные отели могут даже передать данную функцию в аутсорсинг успешному ресторанному бренду. Если такой крупный отель находится в выгодном месте, имеет хорошую репутацию, а такой ресторан пользуется популярностью среди населения, то это заведение будут посещать не только постояльцы отеля, но и жители города. В таком случае все затраты на привлечение бренда будут оправданы, но для небольших предприятий такая стратегия окажется неэффективной. Решением может быть объединение отелей в сеть и совместное развитие собственной ресторанной сети или же совместное привлечение аутсорсера на выгодных условиях.

Услуги остаются наиболее быстрорастущим сектором мировой экономики. В США они составляют 79% ВВП, во Франции – 77, в Великобритании – 74, в Японии – 73, в Германии – 70%. Компании сферы услуг конкурируют на международном рынке, что способствует передаче второстепенных функций специализированным компаниям данного сектора. Например, крупным отелям более нет необходимости иметь собственную прачечную, содержать персонал, отвечающий за мытье посуды, а также самостоятельно предоставлять услуги питания. Все эти функции можно передавать другим компаниям и относить на операционные издержки.

Зарубежная практика показывает, что довольно часто компании гостинично-ресторанного бизнеса передают в аутсорсинг вспомогательные функции в страны с низким уровнем заработной платы с целью экономии затрат. При этом основные функции они сосредотачивают в стране, где расположено головное предприятие для обеспечения стандартизации и контроля основных бизнес-процессов.

**КРУПНЫЕ
КОМПАНИИ И ИХ СЕТИ,
В ТОМ ЧИСЛЕ
МЕЖДУНАРОДНЫЕ**

1. Крупные отели и рестораны, а также их сети, в том числе международные выступают аутсорсерами услуг:

1.1 Предоставление аутсорсинговых услуг гостиничного и ресторанного бизнеса (в которых компания наиболее преуспевает) на взаимовыгодных условиях:

1.1.1 крупным, малым, средним, микропредприятиям и их сетям, в том числе международным.

1.1.2 конкуренту (при соблюдении взаимовыгодного сотрудничества).

2. Функциональные направления аутсорсинга для ресторанов:

2.1 Передача функций снабжения, клининга, охраны, подбор кадров, управленческого, бухгалтерского учета и других функций:

2.1.1 специализированной компании, которая оказывает полный спектр услуг (сотрудники имеют дипломы МБА, выпускники ведущих мировых гостиничных школ);

2.1.2 конкуренту (при соблюдении взаимовыгодного сотрудничества это может быть инновационная услуга);

2.1.3 предприятию сети, в которую входит данный ресторан;

2.1.4 предприятию сети, в которую не входит данный ресторан (это может быть отель или сеть отелей, ресторан или сеть ресторанов).

3. Функциональные направления аутсорсинга для отелей:

3.1 Передача в аутсорсинг функции питания крупному ресторану или сети, в том числе международной (это может быть известный бренд или предприятие с хорошей репутацией, высоким качеством услуг). Выбор аутсорсера определяется классом отеля и его стандартами. Сдача в аренду помещения отеля аутсорсеру.

3.2 Передача в аутсорсинг функций уборки помещений, работы с персоналом, ведения бухгалтерского учета, организации деятельности персонала, оказания юридических услуг и других неосновных функций:

3.3.1 специализированной компании, которая оказывает полный спектр услуг (сотрудники имеют дипломы МБА, выпускники ведущих мировых гостиничных школ);

3.3.2 конкуренту, который реализует функцию наиболее эффективно (при условии выгодного сотрудничества):

3.3.3 предприятию сети, в которую входит данный отель;

3.3.4 предприятию сети, в которую не входит данный отель (это может быть отель или сеть отелей, ресторан или сеть ресторанов).

Рисунок 2 – Перечень функциональных направлений аутсорсинга в сфере крупного гостинично-ресторанного бизнеса (составлено автором)

Рост специализации в гостинично-ресторанном бизнесе отражается на сфере подготовки персонала в данном направлении. Высокотехнологические организации требуют привлечения команд узкоспециализированных профессионалов. В условиях реструктуризации крупного бизнеса, увеличения зоны управленческого контроля существует особая потребность в работниках среднего звена, способных анализировать информацию и предоставлять результаты руководству. При этом имеют место проблемы

поиска топ-менеджмента с широким опытом для управления крупным гостиничным бизнесом. Делегирование полномочий низовым звеньям, а также динамичное развитие информационных технологий привели к появлению новых рыночных ниш, которые занимаются малым бизнесом [11]. Таким образом, учет тенденций на международном рынке гостинично-ресторанного бизнеса позволяет сформировать ряд стратегических альтернатив. Например, при наличии соответствующих ресурсов крупное предприятие может стать аутсорсером услуг для международных компаний.

Одной из перспектив объединения малых, средних и микропредприятий гостинично-ресторанного бизнеса в сети является возможность соединения совместных усилий для достижения такого уровня качества услуг, при котором можно рассматривать их предоставление сторонним организациям и предприятиям с целью получения прибыли (рис. 3).

При комплексном учете критериев формирования стратегии аутсорсинга могут быть сформированы разнообразные альтернативы принятия управленческих решений для малых, средних и микропредприятий. Например, для ресторанов это могут быть возможности передачи вспомогательных функций специализированной компании, конкуренту, крупному ресторану или же сетевому предприятию. Рассмотрение всех возможных альтернатив позволит максимизировать потенциал аутсорсинга для предприятий и преобразовать его в эффективный инструмент кооперации.

Для небольшого отеля процесс принятия решения об аутсорсинге может оказаться намного сложнее, чем для ресторана. Помимо передачи вспомогательных функций, в данном случае важно правильно и корректно оценить собственные ресурсные возможности по организации питания клиентов. Если отель характеризуется невыгодным месторасположением, то ресторану нецелесообразно рассчитывать на посетителей, не являющихся клиентами отеля. Важно оценить возможные риски для ресторана при небольшом отеле и рассмотреть стратегические альтернативы. Эффективным решением может оказаться сдача в аренду помещения отеля под ресторан, объединение небольших отелей в сеть и создание собственной сети ресторанов.

Если данные стратегические альтернативы окажутся неэффективными, то целесообразно передавать функцию питания клиентам ресторанам на взаимовыгодных условиях. Выбор стратегии аутсорсинга является важным и ответственным заданием, поэтому небольшому отелю или ресторану могут потребоваться услуги специализированных консалтинговых компаний.

Небольшие предприятия гостинично-ресторанного бизнеса имеют свои преимущества, а также ориентированный перечень функциональных направлений аутсорсинга. Они характеризуются гибкостью и при грамотном управлении способны максимизировать эффект от выбора стратегии аутсорсинга.

**МАЛЫЕ, СРЕДНИЕ,
МИКРОПРЕДПРИЯТИЯ
И ИХ СЕТИ,
В ТОМ ЧИСЛЕ
МЕЖДУНАРОДНЫЕ**

1. Сети малых, средних и микропредприятий гостиничной и ресторанной сфер могут выступать аутсорсерами услуг:

1.1 Малые, средние и микропредприятия отельно-ресторанной сферы могут объединяться в сети и преуспевать в выполнении определенных функций, которые могут предоставлять в аутсорсинг:

- 1.1.1 крупным, малым, средним, микропредприятиям и их сетям, в том числе международным;
- 1.1.2 конкуренту (при соблюдении взаимовыгодного сотрудничества).

2. Функциональные направления аутсорсинга для ресторанов:

2.1 Передача функций клининга, охраны, подбора кадров; управленческого, бухгалтерского учета и других неосновных функций:

- 2.1.1 специализированной компании;
 - 2.1.2 конкуренту (при соблюдении взаимовыгодного сотрудничества, это может быть инновационная услуга);
 - 2.1.3 предприятию сети, в которую входит данный ресторан;
 - 2.1.4 предприятию сети, в которую не входит данный ресторан (это может быть отель или сеть отелей, ресторан или сеть ресторанов);
 - 2.1.5 крупному ресторану или отелю, который преуспевает в данном направлении.
- 2.2 Передача функции снабжения (закупки продукции) крупным ресторанам, отелям (или их сетям), так как поставщики более охотно и на выгодных условиях сотрудничают со службами снабжения крупных ресторанов или отелей).

3. Функциональные направления аутсорсинга для отелей:

3.1 Передача функций питания клиентов ближайшим ресторанам или отелям на взаимовыгодных условиях.

3.2 Сдача в аренду помещения отеля аутсорсеру в сфере ресторанного бизнеса на взаимовыгодных условиях.

3.3 Передача в аутсорсинг функций уборки помещений, работы с персоналом, ведения бухгалтерского учета, организации деятельности персонала, оказания юридических услуг и других неосновных функций

- 3.3.1 специализированной компании;
- 3.3.2 конкуренту, который реализует функцию наиболее эффективно (при условии выгодного сотрудничества);
- 3.3.3 предприятию сети, в которую входит данный отель;
- 3.3.4 предприятию сети, в которую не входит данный отель (это может быть отель или сеть отелей, ресторан или сеть ресторанов);
- 3.3.5 крупному отелю или ресторану, который преуспевает в данном направлении.

Рисунок 3 – Перечень функциональных направлений аутсорсинга для малых, средних и микропредприятий гостинично-ресторанной сферы (составлено автором)

Например, одной из эффективных стратегий является аутсорсинг функции снабжения крупной компании или сети гостинично-ресторанного бизнеса. В данном случае особую важность приобретает умение высшего

менеджмента реализовать выбранную стратегию, что должно проявляться в заключении взаимовыгодного соглашения с аутсорсером.

Выводы и перспективы дальнейших исследований. Формирование стратегических альтернатив в сфере аутсорсинга для крупных, малых, средних и микропредприятий, а также их сетей должно осуществляться с учетом набора критериев для каждого отдельного предприятия или сети. В основу его разработки должен быть положен обобщенный перечень наиболее важных критериев. Для предприятия любого размера и организационно-правовой формы важен обоснованный выбор аутсорсера и стратегии аутсорсинга. Именно поэтому топ-менеджментом предприятий гостинично-ресторанного бизнеса должен формироваться обоснованный перечень стратегических альтернатив в сфере аутсорсинга. Каждое направление целесообразно анализировать с позиции максимизации экономического эффекта не только в краткосрочной, но и в долгосрочной перспективе.

К выбору стратегии аутсорсинга в гостинично-ресторанной сфере необходимо подходить с особым вниманием и разрабатывать ее с учетом специфики предприятия и его окружения (потребителей, конкурентов, поставщиков, потенциальных партнеров, специализированных фирм по оказанию услуг в сфере гостинично-ресторанного бизнеса). Нельзя при этом игнорировать и макроэкономические факторы внешней среды, институциональные условия, в которых функционирует предприятие. Все это указывает на необходимость и своевременность разработки механизма развития кооперации в гостинично-ресторанной сфере. Его реализация позволит не только минимизировать риски, связанные с осуществлением услуг гостинично-ресторанного бизнеса, но и внедрить на практике принципы стратегического аутсорсинга.

Список литературы

1. The role and effects of out sourcing various aspects of food and beverage [online] – Available at: <http://www.ehospitalitytimes.com/?p=10732>
2. Outsourcing in the hospitality industry: advantages and disadvantages[online] / J.Caterina. –17 September 2015. – Available at:<http://www.winhotelsolution.com/en/blog/hotel-software-2/outsourcing-hospitality-industry-advantages-disadvantages/>
3. Vućur Goran Analysis of the relationship between outsourcing and human resources management (HRM) in hotel companies / Goran Vućur // *Ekonomski misao i praksa*. – 2017. – №2. – PP.895-916.
4. Cai D. Study of Factors Influencing Hotel outsources Decisions in Hainan-Based on the Transaction Cost Economics Approach / D. Cai, H. Fan // *DEStech Transactions on Social Science, Education and Human Science*. - 2nd International Conference on Education, E-learning and Management Technology, 2017. – PP.592-599.
5. Hesketh A. Should it stay or should it go? Examining the shared services or outsourcing Decision / A. Hesketh // *Strategic Outsourcing: An International Journal*. – 2008. – №1 (2). – PP.154-172.

6. Assaf S. Factors affecting outsourcing decisions of maintenance services in Saudi Arabian Universities / S.Assaf, M.A.Hassain, A.Al-Hammad, A. AlNehmi //Property Management. – 2011. – #29(2). – С.195-212.

7. Idowu O. B. Factors affecting outsourcing decision of Facility Management services of some selected hotels in Lagos Metropolis / O.B.Idowu, M.M.Omirin, H.A.Koleosho //Lagos Journal of Environmental Studies. – 2017. – Т. 9. – №. 1. – PP.18-28.

8. Hemmington N. Key dimensions of outsourcing hotel food and beverage services [online] / Nigel Hemmington, Christopher King // International Journal of Contemporary Hospitality Management. – Vol. 12 Issue: 4. – PP.256-261. – Available at: <https://doi.org/10.1108/09596110010330831>.

9. Saunders J. Outsourcing Restaurant Operations in Hotels [online] / J. Saunders. – Available at: <http://lodgingmagazine.com/outsourcing-restaurant-operations-in-hotels/>.

10. Аутсорсинг в ресторанном бизнесе [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://e.vkusov.net/stati/boss/item/1747-otdaj-eto-mne-autsorsing-v-restorannom-biznese>.

11. Бурнацева Э.Р. Экономические и технологические факторы развития международного туризма и гостиничного бизнеса / Э.Р. Бурнацева // Российский внешнеэкономический вестник. – 2009. – №6. – С.43-49..

УДК 640.412:005.93

**РАЗРАБОТКА СТРАТЕГИИ РАЗВИТИЯ ГОСТИНИЦЫ
«ШАФРАН» 3* в г. Донецке**

В.П. Заремба,
канд. экон. наук, доцент

ГО ВПО «Донецкий национальный
университет экономики и торговли имени
Михаила Туган-Барановского», г. Донецк,
ДНР, e-mail: slavikzaremba@mail.ru

**THE DEVELOPMENT STRATEGY OF THE HOTEL
«SAFRAN» 3* IN THE CITY OF DONETSK**

V.P. Zaremba,
candidate of Economic
Sciences,
associate Professor

SO HPE «Donetsk National University of
Economics and Trade named after Mykhayl
Tugan-Baranovsky», Donetsk, DPR,
e-mail: slavikzaremba@mail.ru

Реферат

Цель. Целью статьи является анализ деятельности гостинично-ресторанного комплекса «Шафран» в сравнении конкурентами и обоснование рекомендаций по изменению стратегии анализируемого предприятия.

Методика. Конкурентоспособности проведена на примере двух наиболее опасных конкурентов, схожих по своей деятельности с анализируемой гостиницей, с использованием ключевых индикаторов конкурентного успеха на основе балльной оценки конкурентов потребителями.

Результат. Установлено, что деятельность гостиницы «Шафран», ориентированная на конкретные преимущества конкурентной маркетинговой среды и определенный внутренний конкурентный потенциал, основана на коммутантной (соединяющей) стратегии конкурентной борьбы.

Научная новизна. Предложено использование метода «ассоциативного опроса потребителей» и двухмерной карты стратегической конкурентной сегментации предприятий-конкурентов гостиницы «Шафран».

Практическая значимость. Целью гостиницы «Шафран» должно стать достижение высокой конкурентоспособности путем увеличения в 2019 г. потока посетителей благодаря оказанию услуг стратегических подразделений на высоком уровне и увеличению осведомленности о деятельности гостиницы, что поможет предприятию занять лидирующие позиции на рынке г. Донецка в сегменте мини-отелей категории 3*.

Ключевые слова: *стратегия развития, конкурентоспособность, коммутантная стратегия.*

Постановка проблемы и ее связь с важными научными и практическими задачами. Гостиничный сервис является одной из отраслей сферы услуг, которая развивается быстрыми темпами. В некоторых городах в классических гостиницах невозможно найти свободных мест. Это особенно касается туристических регионов. Одна из проблем на пути увеличения туристического потока заключается в недостаточном количестве доступных гостиниц, нехватке средств размещения экономичного и среднего ценовых сегментов со стандартным комплексом услуг [1]. Поэтому в последнее время активно развивается сегмент мини-отелей, не требующих таких огромных инвестиций, как строительство многоэтажных комплексов.

В условиях нестабильной рыночной среды отельеры столкнулись с проблемами поиска решений повышения конкурентоспособности своих предприятий, и одно из таких решений – стратегическое планирование развития гостиничного предприятия.

Анализ последних исследований и публикаций. Стратегия фирмы есть рассчитанная на перспективу система мер, обеспечивающая достижение конкретных намеченных компанией целей [2]. Стратегическое планирование позволяет гостиничному предприятию стать более конкурентоспособным и устойчивым на рынке гостиничных услуг. Понятие конкурентных преимуществ занимает центральное место в стратегическом управлении. Выбор и обоснование стратегии требуют тщательного анализа конкурентной маркетинговой среды.

В последние годы появилось значительное количество научных работ, посвященных стратегическому развитию гостиничных предприятий. В первую

очередь следует отметить таких авторов, как Б.Р. Кандинов, Д.И. Елканова, С.С. Скобкин, Г.А. Павлова, М.Ю. Лайко, Д.А. Гельманова и др., однако ряд вопросов стратегического управления может иметь дальнейшее развитие.

Изложение основного материала исследования. Несмотря на кризисное состояние, в г. Донецке функционируют предприятия гостиничного бизнеса, хотя они и не представлены таким большим количеством действующих предприятий, как в прежние годы. Действующие гостиничные предприятия г. Донецка используют не весь свой потенциал и ресурсы, они направляют недостаточно усилий на создание и поддержание приемлемой маркетинговой стратегии, ценовой политики и имиджа на рынке гостиничных услуг.

В настоящее время по известным причинам посещение гостиниц г. Донецка не является привлекательным для зарубежных туристов. Исследуемая гостиница «Шафран» вполне может заполнить имеющуюся нишу на рынке гостиничных услуг при условии проведения активной маркетинговой политики и стратегического планирования своей деятельности. Деятельность гостиничного предприятия должна быть направлена на привлечение местных жителей, которым необходимо размещение в гостинице с хорошим уровнем сервиса и приемлемой ценовой политикой.

В г. Донецке сегодня функционируют 10 средств размещения, из которых: 1 гостиница категории 5*, 3 гостиницы – 4*, 4 гостиницы – 3*, остальные предприятия – безкатегорийные средства размещения.

Гостинично-ресторанный комплекс (ГРК) «Шафран» 3* располагается по адресу: г. Донецк, пр. Панфилова 15 б.

Данное предприятие предоставляет гостям следующие виды услуг:

1. Услуги гостиничного комплекса – предприятие располагает гостиницей на 12 номеров, оборудованных соответствующим образом, из них 2 люкса и 10 стандартных номеров I категории двухместных.

2. Услуги общественного питания – в гостинице располагается ресторан, который работает с 11:00 до 22:00. Кухня европейская, итальянская, мангал. Места и залы: банкетный зал (80 человек), модерн (25 чел.), 2 VIP-зала для банкетов (до 12 чел.). Есть летняя площадка (до 150 чел.), а также детская площадка.

3. Дополнительные услуги: 24-часовая служба приёма и размещения гостей; бесплатный Wi-Fi в номерах, холле первого этажа; круглосуточная охрана; заказ такси; прачечная, услуги по глажке одежды; трансфер (за дополнительную плату); организация экскурсионных туров по городу; услуги по уходу за детьми; камера хранения; отправка корреспонденции; получение и хранение корреспонденции на имя гостя; заказ завтрака, обеда и ужина в номер; оформление номеров для новобрачных; круглосуточное обслуживание в номерах; парковка.

Номера гостиницы «Шафран» оснащены кондиционером, IP-телевидением, интернетом, телефоном, мини-баром, сейфом, феном, электрочайником, халатом, тапочками, мини-парфюмерией, туалетными принадлежностями.

Помимо этого, гостиницей предоставляется целый комплекс сопутствующих услуг в соответствии с пожеланиями клиентов: заказ билетов в театры и кинотеатры, на стадионы, концерты и т.д., предоставление информации справочного характера, предоставление гида, переводчика, т.е. стандартный набор услуг.

Оценка конкурентоспособности ГРК «Шафран» проведена на примере трех наиболее «опасных» конкурентов, схожих по своей деятельности с анализируемой гостиницей, показатели которых представлены в табл. 1. Гостиница «Шафран» имеет категорию 3*, поэтому анализ проводился в сравнении с конкурирующими 3-звездочными гостиницами.

Гостиница «Шафран» не занимает лидирующих позиций по сравнению с конкурентами, однако несколько неудачные конкурентные показатели можно «превратить» в преимущества. К примеру, благодаря тому, что предприятие находится не в самом центре города и имеет низкий уровень шума, оно идеально подходит для семейных пар с детьми и людей, предпочитающих тишину и спокойствие.

Стратегические управленческие решения относительно выбора конкурентных маркетинговых стратегий диктуются определенными правилами и, в первую очередь, зависят от того, в рамках стандартизированного или специализированного бизнеса лежит рыночная ниша предприятий.

Таблица 1 – Показатели конкурентоспособности гостиничных предприятий г. Донецка

Показатель	Гостиница а «Шафран »	Гостиница а «Домини к»	Гостиница «Ramada»	Гостиница «Central»
Месторасположение	Близко к центру	Близко к центру	В центре	В центре
Наличие автостоянки	Есть	Есть	Есть	Есть
Оборудование номеров	2-летней давности	2-летней давности	4-летней давности	4-летней давности
Питание	Ресторан	Ресторан	2 Ресторана и лаунж- бар	Ресторан и кафе
Качество дополнительных услуг	Высокое	Среднее	Высокое	Высокое
Уровень шума	Низкий	Низкий	Средний	Высокий

Двухмерная карта позволяет выделить двенадцать исследовательских сегментов: четыре основных сегмента предприятий-конкурентов (А, В, С, D) по виду концепции деятельности (ролевой функции), каждый из которых можно

разбить еще на три субсегмента по уровню конкурентной силы предприятий в данном сегменте.

Более детальное исследование предусматривает выявление наиболее активных конкурентов в каждом сегменте и определение общего уровня конкурентной силы каждого из них по привлекательности для потребителей. Для этого целесообразно оценить роль отдельных предприятий в конкурентной борьбе с точки зрения потребителей с использованием метода «ассоциативного опроса потребителей».

Как предмет опроса рекомендуются четыре общих характеристик деятельности предприятий (табл. 2), являющихся по своей сути ключевыми индикаторами конкурентного успеха: уровень информированности потребителей; доступность продукции и услуг; качество и продукция и услуг, которые предлагаются; профессиональный уровень персонала.

Характеристику ключевых индикаторов конкурентного успеха целесообразно составлять на основе балльной оценки конкурентов потребителями по следующей шкале:

1 балл – индикатор сигнализирует о негативной оценке потребителями;

2 балла – индикатор сигнализирует о неудовлетворительной оценке потребителями;

3 балла – индикатор сигнализирует об удовлетворительной оценке потребителями;

4 балла – индикатор сигнализирует о хорошей оценке потребителями;

5 баллов – индикатор сигнализирует об отличной оценке потребителями.

Обработка первичных данных, полученных в результате опроса потребителей, позволила выявить наиболее активных конкурентов среди исследуемых предприятий по общему уровню их конкурентной силы с точки зрения потребителей с использованием следующей шкалы оценок:

19-25 баллов – предприятия, обладающие относительно высокой конкурентной силой, их конкурентный успех базируется на дифференциации конкурентных преимуществ (победители);

12-18 баллов – предприятия, обладающие умеренной конкурентной силой, их конкурентный успех сконцентрирован на нескольких стандартных конкурентных преимуществах (позиционеры);

5-11 баллов – предприятия, обладающие незначительной конкурентной силой, их конкурентный успех базируется на одном-двух или нескольких незначительных конкурентных преимуществах (аутсайдеры).

Таблица 2 – Характеристика действующих предприятий-конкурентов по уровню конкурентной силы для гостиницы «Шафран»

Предприятие	Индикаторы успеха					Роль в конкурентной борьбе
	Уровень осведомленности потребителей	Доступность продукции и услуг	Качество и дифференциация продукции и услуг	Профессиональный уровень	Общая оценка конкурентной силы	
Гостиница «Ramada»	5	4	5	5	19	Победители
Гостиница «Шахтер плаза»	5	3	5	5	18	Позиционеры
Гостиница «Донбасс Палас»	5	2	5	5	17	
Гостиница «Central»	5	4	3	4	16	
Отель «Столичный»	4	3	4	5	16	
Отель «Park Inn by Radisson»	5	3	4	4	16	
Отель «Шафран»	2	5	3	3	14	
Отель «Доминик»	2	5	3	3	14	
Гостиничный комплекс «Мистерия»	2	5	2	2	11	Аутсайдеры

Для исследования сегментов гостиничного бизнеса г. Донецка по двухмерной карте стратегической конкурентной сегментации предприятий-конкурентов использованы данные рис. 1. Изучение деятельности предприятий дало возможность распределить субъекты гостинично-ресторанного бизнеса г. Донецка по сегментам от А до D. Предприятия, ведущие стандартный бизнес, находятся в зоне А-А, а специализированный бизнес – в зоне Б-Б. При этом существуют предприятия, политика, деятельности которых направлена на приспособление к рынку, а других – на попытку его изменить.

Деятельность каждого гостиничного предприятия г. Донецка базируется на определенной концепции, ориентированной на разные преимущества конкурентной маркетинговой среды и разный внутренний конкурентный потенциал, в результате чего выделяют предприятия – виоленты, коммутанты, пациенты, эксплеренты (табл. 3).

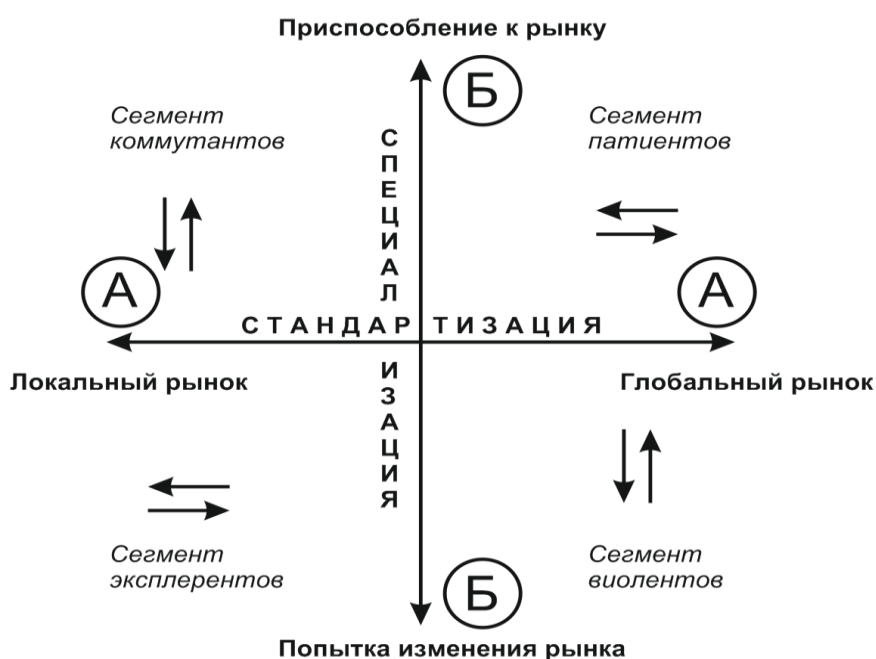


Рисунок 1 – Сегментация конкурентов на основе концепции деятельности

Таблица 3 – Исследовательские сегменты по двухмерной карте стратегической конкурентной сегментации предприятий-конкурентов

<p>Сегмент А1 «Виоленты (Лидеры) / Победители»</p> <p>гостиница «Ramada»</p>	<p>Сегмент В1 «Пациенты (Челленджеры) / Победители»</p>	<p>Сегмент С1 «Коммутанты (Последователи) / Победители»</p>	<p>Сегмент D1 «Эксплеренты (Нишеры) / Победители»</p>
<p>Сегмент А2 «Виоленты (Лидеры) / Позиционеры»</p> <p>гостиница «Донбасс Палас»; гостиница «Шахтер плаза»</p>	<p>Сегмент В2 «Пациенты (Челленджеры) / Позиционеры»</p>	<p>Сегмент С2 «Коммутанты (Последователи) / Позиционеры»</p> <p>гостиница «Central»; отель «Столичный»; отель «Шафран»; отель «Park Inn by Radisson»; отель «Доминик»</p>	<p>Сегмент D2 «Эксплеренты (Нишеры) / Позиционеры»</p>
<p>Сегмент А3 «Виоленты (Лидеры) / Аутсайдеры»</p>	<p>Сегмент В3 «Пациенты (Челленджеры) / Аутсайдеры»</p>	<p>Сегмент С3 «Коммутанты (Последователи) / Аутсайдеры»</p> <p>гостиничный комплекс Мистерия»</p>	<p>Сегмент D3 «Эксплеренты (Нишеры) / Аутсайдеры»</p>

В результате анализа деятельности ГРК «Шафран», ориентированной на конкретные преимущества конкурентной маркетинговой среды и определенный внутренний конкурентный потенциал, установлено, что она основана на коммутантной (соединяющей) стратегии конкурентной борьбы, применяемой (характерной) для локального бизнеса. Следует отметить, что мелкие неспециализированные предприятия сильны своей лучшей приспособляемостью к удовлетворению конкретных местных потребностей.

Деятельность в качестве коммутанта требует конкретного знания местных потребностей, а именно: каков объем локального рынка; каковы цены, будут им приятны; какова устойчивость спроса и т.д. Шансы на успех есть у компаний, которые сумеют точно приспособиться к этим условиям.

Коммутанты («серые мыши») появляются там, где:
другие предприятия (особенно крупные) неэффективны;
других предприятий просто физически нет на данном локальном рынке (например, есть только местная, «ближайшая» бензоколонка, кафе, магазин);
прочие фирмы не обеспечивают достаточно индивидуализированный подход к клиенту (парикмахерская, косметический салон).

Поскольку коммутантная стратегия как нельзя лучше соответствует природе услуги, она очень широко применяется в сфере гостиничных и ресторанных услуг. Поэтому данная стратегия подходит для ГРК «Шафран». Руководителям предприятия лишь необходимо осознать, в чем заключаются преимущества их гостиницы и как они могут удовлетворить местные потребности.

Категория «стратегическое хозяйственное подразделение» (СХП) – это отдельная зона бизнеса ГРК, которая отвечает за определенный вид ее рыночной деятельности.

Категория СХП для гостиницы «Шафран» – комплексное удовлетворение потребностей потребителя за счет функционирования сауны, прачечной, парковки и ресторана. Данная деятельность дает преимущества среди конкурентов, и по этой причине необходимо потратить финансовые ресурсы на рекламную кампанию этих услуг предприятия.

Выводы и перспективы дальнейших исследований. С точки зрения стратегического менеджмента, кризис – это то время, когда предприятия индустрии гостеприимства могут и должны найти новые методы повышения привлекательности своего бизнеса. Для гостиничного предприятия ГРК «Шафран» с целью достижения высокой конкурентоспособности следует обратить внимание на увеличение осведомленности потенциальных потребителей о высоком уровне деятельности гостиницы в сфере оказания услуг стратегических подразделений. Данная стратегия безусловно приведет к увеличению потока клиентов в 2019 году и позволит гостинице «Шафран» занять лидирующие позиции на рынке гостиничных предприятий г. Донецка в сегменте мини-отелей категории 3*.

Список литературы

1. Стратегия развития туризма в Российской Федерации на период до 2020 года [Электронный ресурс]. — URL:http://www.russiatourism.ru/contents/otkrytoe_agentstvo

2. Герчикова И. Н. Менеджмент: учеб. пособие для студентов вузов. — 2-е изд., перераб. и доп. — М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2015. — 799 с.

УДК [334.7:659.235]:005

К ВОПРОСУ О СУЩНОСТИ ИНФОРМАЦИОННОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ РЕГУЛИРОВАНИЯ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

А.Г. Китаева, аспирант

ГО ВПО «Донецкий национальный университет экономики и торговли имени Михаила Туган-Барановского», г. Донецк, ДНР,
e-mail: anna.kitaeva1@gmail.com

TO THE QUESTION OF THE ESSENCE OF INFORMATION SUPPORT OF REGULATION OF ENTREPRENEURSHIP ACTIVITY

A.G. Kitaeva, graduate student

SO HPE «Donetsk National University of Economics and Trade named after Mikhail Tugan-Baranovsky», Donetsk, DPR,
e-mail: anna.kitaeva1@gmail.com

Реферат

Цель. Целью статьи является анализ существующих определений терминов «информация» и «информационное обеспечение», а также определение задач информационного обеспечения регулирования предпринимательской деятельности в соответствии с функциями процесса управления деятельностью субъекта хозяйствования.

Методика. В процессе исследования использованы методы анализа, сравнения, теоретического обобщения.

Результаты. Проведен анализ существующих дефиниций «информация» и «информационное обеспечение». Представлены авторские определения данных терминов. Рассмотрена взаимосвязь функций процесса управления. Рассмотрены внешние и внутренние источники информационного обеспечения деятельности субъектов предпринимательства. Определены задачи информационного обеспечения регулирования предпринимательской

деятельности.

Научная новизна. Сформулированы авторские определения терминов «информация», «информационное обеспечение», сформулированы задачи информационного обеспечения регулирования деятельностью субъектов предпринимательства.

Практическая значимость. Определена главная задача и сущность информационного обеспечения регулирования предпринимательской деятельности. Непрерывное, полное, достоверное и своевременное обеспечение необходимой информацией позволит эффективно организовать процесс управления деятельностью субъекта хозяйствования, способствовать достижению высокого уровня конкурентоспособности, своевременно реагировать на любые изменения в финансово – хозяйственном процессе.

Ключевые слова: *информация, информационное обеспечение, внутренняя информация, внешняя информация, процесс управления, функции управления.*

Постановка проблемы и её связь с важными научными и практическими задачами. В настоящее время все субъекты предпринимательской деятельности применяют данные информационного обеспечения. От своевременной, полной и достоверной информации о деятельности субъекта хозяйствования зависит правильность принятия управленческих решений. Правильно организованное информационное обеспечение способствует достижению высокого уровня конкурентоспособности субъекта хозяйствования и позволяет эффективно использовать внешние и внутренние источники информации.

Анализ последних исследований и публикаций. Вопросам сущности информационного обеспечения регулирования субъектов предпринимательской деятельности посвящены работы И.А. Ангелиной, Л.А. Сухаревой, С.Н. Петренко, И.В. Сименко, Е.А. Рославцевой, Л.П. Куракова, В.Л. Куракова, А.Л. Куракова, В.В. Жиделевой, Ю.Н. Каптейн, И.К. Станковской, С.Н. Ивашковского и др.

Изложение основного материала исследования. Для установления сущности информационного обеспечения предпринимательской деятельности необходимо дать определение терминов «информация», «обеспечение», «информационное обеспечение».

Слово «информация» происходит от латинского «informatio» и обозначает «сведение, ознакомление, разъяснение». Еще в VIII-VII вв. до н. э. античные философы в своих работах рассматривали данный термин. В настоящее время в российских и международных стандартах даются следующие определения категории «информация»:

- знания о предметах, фактах, идеях и т. д., которыми могут обмениваться люди в рамках конкретного контекста [1];
- знания относительно фактов, событий вещей, идей и понятий, которые в определённом контексте имеют конкретный смысл [2].

Первоначально термин «информация» возник в социальной среде и обозначал передачу сведений от человека к человеку. Но постепенно, в связи с развитием экономических, промышленных процессов, он приобретал новые значения.

На данный момент существует множество трактовок категории «информация». В различных областях знаний она имеет свое специфическое значение (табл. 1).

Таблица 1 – Определения термина «информация»

Источник	Определения
Философия науки: словарь основных терминов [3]	1) в естествознании и математике – мера упорядоченности, организованности объектов, процессов, систем; 2) в гуманитарных науках – совокупность сведений об объектах, явлениях, процессах, их свойствах и отношениях
Человек и общество: культурология: словарь-справочник [4]	Совокупность сведений о чем-либо, содержащаяся в сообщении; совокупность характеристик, представляющих некоторый объект в его качественной определенности; упорядочивающее, организующее начало
История и философия науки: учебник для вузов [5]	Сведения, сообщаемые различными способами: устными, письменными, техническими, изобразительными и т.д., а также процесс передачи этих сведений
Краткий энциклопедический словарь философских терминов [6]	1) производимое в рамках субъект-объектного отношения отражение объекта субъектом, которое принимается, перерабатывается, сохраняется, воспроизводится и используется в процессах управления; 2) смыслодержащая субстанция, передаваемая по каналам управления
Философский энциклопедический словарь [7]	В широком смысле – результат отражения одного объекта в другом, используемый в конечном счете для формирования управляющих воздействий

Согласно ст. 2 Закона ДНР «Об информации» информация – это сведения (сообщения, данные) независимо от формы их представления [8].

Исходя из вышеизложенного, предлагается следующая формулировка: информация субъекта предпринимательской деятельности – это сведения обо всех происходящих процессах в деятельности субъекта хозяйствования.

В Современном экономическом словаре обеспечение толкуется как совокупность принимаемых мер и используемых средств, создание условий,

способствующих нормальному протеканию экономически процессов, реализации намеченных планов, программ, проектов, поддержанию стабильного функционирования экономической системы и её объектов, предотвращению сбоев, нарушений законов, нормативных установок, контрактов [9].

Термин «информационное обеспечение» также не имеет единого определения (табл. 2).

Таблица 2 – Определение термина «информационное обеспечение»

Источник	Определение
Финансовый словарь [10]	В автоматизированных системах совокупность единой системы классификации и кодирования информации, унифицированных систем документации и информационных массивов
Современный экономический словарь [11]	Информация, необходимая для управления экономическими процессами, содержащаяся в базах данных информационных систем
Справочник технического переводчика [12]	Совокупность информационных ресурсов и услуг, предоставляемых для решения управленческих и научно-технических задач в соответствии с этапами их выполнения
Экономика и право: словарь-справочник [13]	1) информация, необходимая для управления экономическими процессами, содержащаяся в базах данных информационных систем; 2) создание информационных условий функционирования системы, обеспечение необходимой информацией, включение в систему средств поиска, получения, хранения, накопления, передачи, обработки информации, организация банков данных

Учитывая вышеизложенное, применительно к процессу управления деятельностью субъекта предпринимательской деятельности, информационное обеспечение предлагается трактовать как получение совокупной информации обо всех процессах, связанных с деятельностью субъекта хозяйствования для принятия необходимых управленческих решений.

Субъектами предпринимательской деятельности на территории Донецкой Народной Республики являются юридические и физические лица. Согласно ст. 15 Закона ДНР «О налоговой системе» юридическими лицами (резидентами и нерезидентами) – субъектами предпринимательской деятельности являются «зарегистрированные в установленном законодательством порядке предприятия, учреждения, организации, которые имеют в собственности, хозяйственном ведении или оперативном управлении обособленное имущество и отвечают по своим обязательствам этим имуществом, могут от своего имени

приобретать и осуществлять имущественные и неимущественные права. К физическим лицам – субъектам предпринимательской деятельности относят резидентов и нерезидентов, которые зарегистрировали свою деятельность в установленном законодательством порядке и осуществляющие деятельность на территории Донецкой Народной Республики [14].

В процессе своей деятельности субъекты хозяйствования соприкасаются с большим количеством разнообразных информационных показателей, необходимых для обоснования и принятия управленческих решений. В табл. 3 представлены критерии классификации показателей информационного обеспечения регулирования субъектов предпринимательской деятельности.

Таблица 3 – Критерии классификации показателей информационного обеспечения регулирования субъектов предпринимательской деятельности ¹

Критерии классификации	Автор						
	М.В. Мельник [15]	В.В. Фёдоров [16]	С.М. Петренко [17]	И.В. Сименко [18]	В.С. Рожнов [19]	Л.А. Сухарева, В.М. Стефкивский [20]	И.А. Ангелина, Е.А. Рославцева [21]
По источникам возникновения: внешние, внутренние	+	+	+	+	+	+	
По стабильности информации: переменные, постоянные, условно-постоянные			+		+		
По стадии обработки: первичные, вторичные			+	+	+	+	
По способу отображения: текстовые, графические							
По функциям управления: учетные, плановые, нормативно-справочные, фактографические, контрольно-аналитические				+	+	+	+
По степени открытости и уровню значимости: открытые, закрытые, секретные, простые, заказные		+					+
По способу передачи: курьер, почта, телефон, телеграф, электронная почта, факс		+			+		
По виду носителей: бумажные, электронные, магнитные		+					
По достоверности: ложная, полезная, избыточная					+		
По конечному результату: промежуточная, итоговая						+	

¹ Составлено по данным источников [15-21].

Процесс управления деятельностью субъекта хозяйствования – это непрерывное и системное воздействие на функционирование его структурных частей с целью обеспечения единства работы и достижения необходимых производственных результатов. Процесс управления состоит из взаимосвязанных функций планирования, организации, учёта, анализа, контроля и регулирования [17, с. 20]. Взаимосвязь функций представлена на рисунке.

Данные функции являются общими и отражают совокупные процессы управления, необходимые для управления субъектом хозяйствования независимо от вида деятельности.

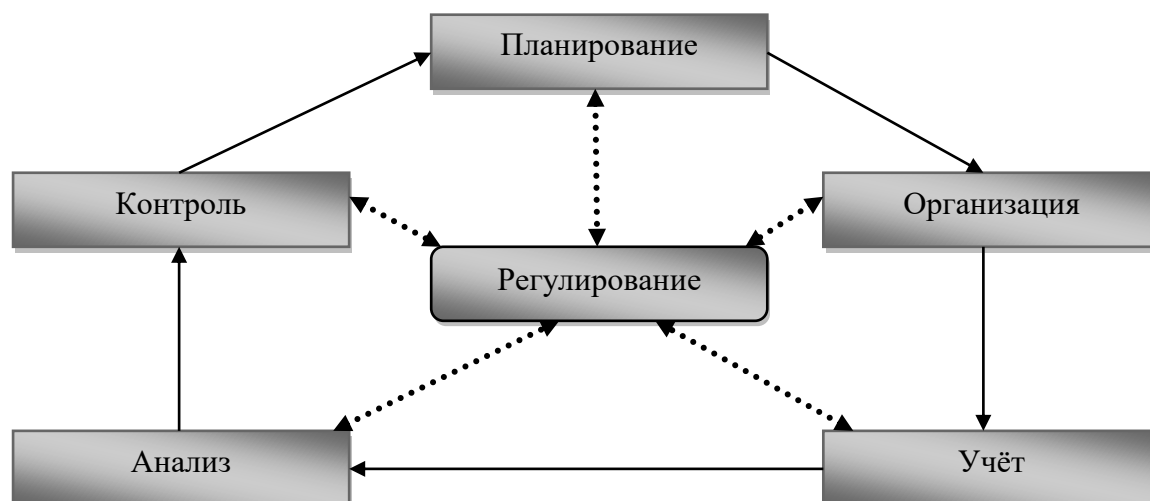


Рисунок 1 – Взаимосвязь функций процесса управления (по данным источника [20])

Планирование – это процесс формирования субъекта хозяйствования, решение организационных вопросов, определение целей и путей достижения; содержит расчет будущих направлений развития субъекта хозяйствования: установление динамики экономических явлений, формирование прогнозов возможных направлений деятельности, конечных результатов.

Организация включает создание структуры субъекта хозяйствования, обеспечение его всем необходимым для нормального функционирования (оборудованием, персоналом, денежными средствами и т.д.), распределение задач, полномочий и ответственности между персоналом для достижения поставленных целей.

Учёт – сбор, обработка и обобщение данных обо всех операциях и процессах, происходящих в деятельности субъекта хозяйствования [17].

Анализ – определение и характеристика ключевых параметров, с помощью которых формируется финансовое состояние, уровень прибыли и убытков, любых изменений в данных бухгалтерского, статистического учёта и в других показателях, влияющих на результаты деятельности субъекта хозяйствования.

Контроль и регулирование – оценка результатов деятельности, предоставление информации о них и выработка корректирующих действий,

которые направлены на то, чтобы цель была достигнута и планы предприятия реализованы [20].

К специальным функциям управления относят процессы управленческих воздействий, направленные на отдельные структурные подразделения субъекта предпринимательской деятельности (например, управление качеством продукции, управление отделом снабжения и т.д.) [22].

Основными задачами информационного обеспечения являются [21]:

- установление источников и потребителей информации;
- разработка методов и способов поиска, сбора, обработки, хранения, передачи необходимой информации;
- выбор и подтверждение необходимых технических средств информационного обеспечения;
- выбор носителей информации;
- организация методического обеспечения – создание классификаторов, инструкций и других средств технологической регламентации информационного обеспечения.

К внешним источникам информационного обеспечения регулирования деятельности субъекта хозяйствования относятся:

1) показатели, характеризующие общее экономическое развитие государства (например, темпы роста внутреннего валового продукта, денежные доходы населения, система налогообложения, индексы цен на продукцию и т.д.);

2) нормативно-регулирующая информация (например, законы, подзаконные акты, регулирующие деятельность субъекта предпринимательской деятельности);

3) показатели, характеризующие состояние финансового рынка (например, виды основных фондовых инструментов, депозитные и кредитные ставки банков, курсы валют и т.д.);

4) показатели, характеризующие деятельность конкурентов и контрагентов (например, публикации отчетных материалов в прессе по деятельности субъектов хозяйствования, рейтинги основных показателей финансовых, страховых компаний и т.д.).

К системе внутренних показателей информационного обеспечения относят:

1) информацию о кадрах (например, сведения о численности персонала);

2) информация о документах, которые участвуют в документообороте (например, внутренние документы, типовые внутренние инструкции и т.д.);

3) информацию учетного характера (бухгалтерская, управленческая и статистическая);

4) информацию о техническом оснащении деятельности [22].

Выводы и перспективы дальнейших исследований. Главной задачей информационного обеспечения предпринимательской деятельности является непрерывное, полное, достоверное и своевременное обеспечение системы

управления необходимой информацией (как внешней, так и внутренней) для принятия управленческих решений.

Информационное обеспечение является важнейшим процессом регулирования предпринимательской деятельности, от правильной организации которого зависят результаты деятельности субъекта хозяйствования. Формирование эффективного информационного обеспечения обусловлено необходимостью анализа и оценки информационных показателей о внешней и внутренней среде субъектов предпринимательской деятельности и является одним из главных процессов при принятии управленческих решений.

Логика исследования предусматривает проведение оценки эффективности использования информационного обеспечения регулирования предпринимательской деятельности и разработку механизма совершенствования информационного обеспечения регулирования процессов управления деятельностью субъектов хозяйствования.

Список литературы

1. ISO/IEC 10746-2-2009 Информационные технологии - Открытая распределенная обработка - Эталонная модель: Основы. - Стандарты Международной организации по стандартизации (ИСО): каталог: [в 2 ч.] / Федеральное агентство по техническому регулированию и метрологии, Российский научно-технический центр информ. по стандартизации, метрологии и оценке соответствия; [сост.: Базылев С. Н. и др.]. - Москва: Стандартинформ, 2009 – 24 с.

2. ГОСТ 33707— 2016 (ISO/IEC 2382:2015) «Информационные технологии. Словарь». Стандарты Международной организации по стандартизации (ИСО) / Межгосударственный совет по стандартизации, метрологии и сертификации; по ред Э.В. Гоигорьева. - Москва: Стандартинформ, 2016 – 206 с.

3. Лебедев С.А. Философия науки: Словарь основных терминов (Серия «Gaudeamus») [Текст] / С.А. Лебедев. — М.: Академический Проект, 2004. — 320 с.

4. Человек и общество: культурология: [Текст] словарь-справочник / Ю.С. Борцов, Г.В. Драч, Л.А. Штомпель. – Ростов на Дону: Феникс: Грампус Эйт, 1996. – 538 с.

5. История и философия науки [Текст]: учебник для вузов / под общ. ред. А.С. Мамзина и Е.Ю. Сиверцева. — 2-е изд., перераб. и доп. — М.: Издательство Юрайт, 2014. — 360 с.

6. Кикель, П.В., Сороко, Э.М. Краткий энциклопедический словарь философских терминов [Текст] / П.В. Кикель, Э.М. Сороко. – 2-е изд. – Минск: БГПУ, 2008.– 266 с.

7. Философский энциклопедический словарь [Текст] / под общ. ред. Е. Ф. Губский, Г.В. Кораблёвой, В.А. Лутченко. - Москва: ИНФРА-М, 2009. – 574 с.

8. Закон ДНР «Об информации» [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <https://dnrsovet.su/zakonodatelnaya-deyatelnost/prinyaty/zakony/zakon->

donetskoj-narodnoj-respubliki-ob-informatsii-i-informatsionnyh-tehnologiyah/ (дата обращения 10.12.2018г.)

9. Современный экономический словарь [Текст] / Б.А. Райзберг, Л.Ш. Лозовский, Е.Б. Стародубцева. — 6-е изд., перераб. и доп. — М.: ИНФРА-М, 2017. — 512 с.

10. Финансовый словарь [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <https://www.finam.ru/dictionary/wordf0155C/> (дата обращения 08.12.2018г.)

11. Райзберг Б.А., Лозовский Л.Ш., Стародубцева Е.Б.. Современный экономический словарь [Текст] / Б. А. Райзберг, Л. Ш. Лозовский, Е.Б. Стародубцева. - 2 е изд., испр. - М.: ИНФРА М, 1999. - 479 с.

12. Справочник технического переводчика [Электронный ресурс].— Режим доступа: <http://intent.gigatran.com/> (дата обращения 15.12.2018г.)

13. Экономика и право [Текст]: словарь-справочник (Президентская программа подготовки управленческих кадров) / Л.П. Кураков, В.Л. Кураков, А. Л. Кураков — Москва, Чебоксары: Вуз и школа, 2004. — 1288 с.

14. Закон ДНР «О налоговой системе» [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <https://dnrsovet.su/zakon-o-nalогоvoj-sisteme-donetskoj-narodnoj-respubliki/> (дата обращения 10.12.2018г.)

15. Анализ финансово-хозяйственной деятельности предприятия [Текст]: учеб. пособие / М.В. Мельник, Е.Б. Герасимова. — 3-е изд., перераб. и доп. — М.: ФОРУМ: ИНФРА-М, 2017. — 208 с.

16. Федоров В.В. Информационные технологии в логистике [Электронный ресурс]: учебник / В.В. Федоров. — Электрон. текстовые данные. — М.: Российская таможенная академия, 2010. — 200 с.

17. Петренко С.М. Внутрішній контроль: проблеми інформаційного, організаційного та методологічного розвитку [Текст]: [монографія] / С.М.Петренко. — 2-е вид., перероб. і доп. - Донец. нац. ун. економіки і торгівлі ім. Михайла Туган-Барановського. — Донецьк: ДонНУЕТ, 2016. — 508 с.

18. Сіменко І.В. Якість систем управління підприємствами: методологія, організація, практика [Текст]: монографія / І.В. Сіменко; М-во освіти і науки України, Донецький нац. університет економіки і торгівлі імені Михайла Туган-Барановського. — Донецьк: ДонНУЕТ, 2009. — 394 с.

19. Рожнов, В.С. Информационное обеспечение хозяйственной деятельности [Текст] / В.С. Рожнов - М: «Финансы и статистика», 2002. - 144 с.

20. Контроль управлінських рішень: системний підхід [Текст]: монографія / Л.О. Сухарева, В.М. Стефківський. — Донецьк: ДонНУЕТ, 2013. — 237 с.

21. Ангелина И.А., Рославцева Е.А. Взаимосвязь властных и предпринимательских структур: организация и методика [Текст]: монография / И.А. Ангелина, Е.А. Рославцева — Донецк: [ГО ВПО «ДонНУЭТ»], 2017. — 243 с.

22. Экономика предприятия [Текст]: учебное пособие / В.В. Жиделева, Ю.Н. Каптейн. — 2-е изд., перераб. и доп. — М.:ИНФРА-М, 2017. — 133 с.

УДК [005.2:005.591.3]:[658.7/.8:315]

ЗАКУПОЧНАЯ СТРАТЕГИЯ КАК КОНКУРЕНТНОЕ ПРЕИМУЩЕСТВО В РАБОТЕ РАСПРЕДЕЛИТЕЛЬНОЙ СИСТЕМЫ АПТЕЧНЫХ СЕТЕЙ

В.Н. Тисунова,
д-р экон. наук, профессор,
О.Г. Кучмистая, ассистент

ГОУ ВПО «Луганский национальный
университет имени Владимира Даля»,
г. Луганск, ЛНР, e-mail: tisunova@mail.ru

PURCHASING STRATEGY AS COMPETITIVE ADVANTAGE IN WORK OF THE DISTRIBUTIVE SYSTEM OF PHARMACY CHAINS

V.N. Tisunova,
Doctor of Economics, professor,
O.G. Kuchmistaya, assistant

PEI НРТ «Luhansk national university of
Vladimir Dahl», Luhansk, LPR,
e-mail: tisunova@mail.ru

Реферат

Цель. Исследовать теоретико-методологические и практические аспекты формирования закупочной стратегии как конкурентного преимущества в стратегии распределения товаров аптечных сетей.

Методика. При проведении исследования использовались общенаучные методы – анализа и синтеза, индукции и дедукции, методы систематизации, группировки, а также системный подход.

Результаты. Исследованы теоретико-методологические основы формирования закупочной стратегии как конкурентного преимущества в стратегии распределения товаров аптечных сетей; разработаны рекомендации по формированию закупочной стратегии; представлено понятие и содержание закупочной стратегии в аптечной сети; выявлены наиболее важные пункты контракта, регламентирующего отношения с поставщиком, предмет и субъект закупочной стратегии, способы составления заказов и взаимодействия со складом.

Научная новизна. Сформированы пункты прямого импортного контракта на закупку медикаментов, регламентирующего отношения с поставщиками.

Практическая значимость. Получило дальнейшее развитие содержание закупочной стратегии в аптечной сети путем определения основных пунктов прямого контракта на закупку медикаментов и их характеристики; выявлены виды скидок для заключения прямых импортных контрактов; определены способы составления заказов и особенности взаимодействия со складом. Рассмотренные положения определяют характер отношений и устанавливают доверие между сторонами, раскрывают важные для всех участников процесса условия взаимодействия, стимулируют профессиональный подход в аптечном бизнесе.

Ключевые слова: аптечные сети, распределение товаров, конкурентные преимущества, закупочная стратегия, система, поставщики, контракт.

Постановка проблемы и ее связь с важными научными и практическими задачами. Как любой другой вид экономической деятельности, закупочная деятельность предполагает соответствующее управление. Это означает, что должна быть поставлена цель закупочной деятельности, сформулирована ее стратегия, разработаны планы оперативных закупочных мероприятий. Сегодня именно стратегические управленческие вопросы становятся все более значимыми, что обусловлено стремлением аптечных сетей обеспечить долговременное существование на рынке, спрогнозировать возможное долговременное развитие рыночной ситуации.

Под *стратегией закупок* понимают план деятельности службы закупок, предназначенный для достижения заданных целей и решения поставленных задач [1].

Анализ последних исследований и публикаций. Проблемам развития торговли, особенностям сетевого ритейла посвящены работы Б. Бермана, Дж.Р. Эванса, М. Бергдала; институциональным аспектам формирования и развития взаимоотношений – Е. Азарян, Н. Возияновой, В. Радаева [1-6] и др. Отдельные вопросы работы с поставщиками аптечной сети освещены в публикации С. Пашутина [7]. Однако недостаточно внимания уделено формированию закупочных стратегий в аптечной сети, что обусловило актуальность темы исследования.

Изложение основного материала исследования. Выстраивание эффективно действующей распределительной сети и закупочной стратегии для современных субъектов аптечного ритейла представляет собой важную задачу, имеющую стратегическое значение.

Для обретения конкурентных преимуществ даже крупной аптечной сетью особо важна и необходима правильно выстроенная закупочная стратегия.

На сегодняшний день прямые импортные контракты являются наиболее значимыми для крупной аптечной сети [7].

Основной документ, регламентирующий отношения с поставщиком, – это контракт (договор) на закупку медикаментов. Наиболее важными пунктами, которые содержатся в контракте, являются следующие: «договаривающиеся стороны»; «предмет сделки» (что, собственно, покупаем); «цены»; «скидки»; «условия платежа»; «куда платить»; «сроки и условия поставки»; «адрес доставки груза»; «кто проводит растаможивание груза»; «сертификационные вопросы» (рис. 1). Каждый из этих пунктов важен, и сотрудник отдела закупок, который занимается подготовкой контракта, должен внимательно все их проверять [7].

Пункт «договаривающиеся стороны». В данном пункте контракта необходимо уделить особое внимание правильному написанию названия и юридического адреса сторон. Контракт должен быть подписан уполномоченным на это действие лицом. Данное лицо должно обладать

правом финансовой подписи или иметь доверенность на подписание контракта. Высшее руководство обычно не подписывает контракт, если на нем нет визы сотрудника, отвечающего за проверку и подготовку контракта.



Рисунок 1 – Наиболее важные пункты контракта на закупку медикаментов

Пункт «предмет сделки». В тексте самого контракта может быть указано только слово «товар», но в таком случае должно быть приложение к контракту с указанием списка медикаментов, дозировки, номера регистрации, цены. Что касается количества товара, то на практике это выглядит так: каждый месяц делается заказ на необходимый объем товара, а в приложении обычно указывается его ориентировочная потребность на год. В данном случае необходимо, чтобы в контракте имела место следующая фраза: «Поставка

осуществляется в соответствии с заказами, подписанными покупателем с указанием количества, которые являются приложениями к данному контракту». Тогда при подписании контракта надо проконтролировать, чтобы сразу же был напечатан первый заказ. Срок поставки указывается на нем же. Для того чтобы получить лицензии на импорт, обычно используют годовую потребность в медикаментах.

Пункт «цены» – наиболее важная часть работы при подготовке контракта. Цены следует всегда рассматривать с учетом скидок. Это означает, что цены в контракте могут быть указаны довольно высокие, если потом оговорено, что предоставляется скидка в определенном размере. Надо следить за результирующей ценой (это цена контракта минус скидка) – именно она должна быть на приемлемом уровне. Приемлемый уровень – это ниже, чем у конкурентов и производителей препаратов-синонимов, а также на 40-50% ниже рыночной цены аптек. Для того чтобы определить, подходящая ли цена указана в контракте, менеджер по закупкам должен знать:

- 1) существующие аналоги данного медикамента;
- 2) розничную цену покупаемого товара;
- 3) цену на этот медикамент у других поставщиков;
- 4) цену, по которой поставщик предлагал данный медикамент конкурентам.

Для этого менеджеру необходимо изучить аналоги в справочнике, провести анализ продажных цен конкурентов относительно своей аптечной сети (табл. 1).

Таблица 1 – Пример таблицы со сравнением цен

Наименование	Аналог и	Предлагаемая цена поставщика	Отпускная цена в аптеке	Цена по прайсу конкурента	Закупочная цена конкурента	Цена, на которую согласны
№ 1	№ 2	4,00	4,30	4,06	3,60	3,60

В столбце «Цена, на которую согласны» ставится самая минимальная из всех. В этом заключается проработка контракта по ценам – такую рекомендованную цену надо предоставить директору по закупкам для проведения переговоров (лучше в форме таблицы).

Для получения объективных сведений более целесообразно воспользоваться не сравнительным анализом крупных конкурентов, а ценовым мониторингом конкурирующих аптек.

Пункт «скидки». Скидка – это уменьшение цены товара ниже контрактной в силу разных причин: в связи с большими объемами продаж, активной пропагандой медикаментов данной фирмы, надежностью и безукоризненной деловой репутацией и т.п. Торговые скидки на товар бывают разных видов. Рассмотрим виды скидок на примере прямых импортных контрактов (табл. 2).

Таблица 2 – Виды скидок на примере прямых импортных контрактов

Вид скидки	Характерные черты скидки
Freegoods	Бесплатный товар, присылаемый вместе с остальной партией либо по отдельной или по общей накладной. В последнем случае не подлежащий оплате товар отмечают специальной строкой с указанием «Freegoods» или «Forcustomsonly» – «только для предъявления на таможне, а не для оплаты». В бухгалтерии товар должен быть оприходован по отдельной статье. Если с партией пришло 5% freegoods, то действительная цена товара оказывается на 5% ниже, на что следует обращать внимание при анализе цен
Занижение суммы к оплате	Это самая распространенная форма. Она заключается в том, что после продажи партии товара с инвойсной стоимостью, например в 100 тыс. долл., поставщик присылает счет к оплате с пометкой «скидка 3%». В итоге платить надо не полную сумму, а только 97 тыс. долл. Но следует помнить, что таможенные пошлины оплачиваются с полной стоимости товара
Установление специальных цен для конкретного дистрибьютора, которые гораздо ниже цен для всех остальных оптовиков	Данный вариант не является настоящей скидкой, поскольку эти цены прямо записываются в контракт, хотя они гораздо ниже официальных цен по прайс-листу данного завода. Но для полноты картины об этом тоже следует упомянуть и иметь в виду при анализе прайс-листов

Как правило, скидки указываются не в контракте, а в приложениях к нему, и поставщики считают эти приложения секретными. Хотя анализ ценообразования рынка позволяет определять все скидки, поставщики вынуждены их показывать в таможенных документах и счетах на оплату.

Пункт «условия платежа», в котором оговаривается, когда дистрибьютор должен расплачиваться за купленный товар, бывает разной степени приемлемости (табл. 3). При проведении переговоров начинать рекомендуется непосредственно с этих условий.

Важным моментом является приход разных партий товара по одному контракту, но с разными условиями оплаты. Тогда необходимо указывать валюту платежа, срок платежа, способ платежа и форму расчетов, условия направленные на уменьшение или устранение рисков.

Пункт «куда платить». Обычно банк требует, чтобы в контракте были оговорены следующие пункты (для валютного платежа):

- кто является получателем денег (полное название);
- банк получателя (полное название, номер счета);
- местонахождение банка (страна, город);
- почтовый адрес получателя;
- почтовый адрес банка.

Если оплата осуществляется в рублях то надо указать банк, номер счета, иногда – номер корреспондентского счета, МФО, код банка и код участника.

Это необходимо тщательно проверять, иначе могут возникнуть проблемы с непрохождением платежа и последующим недовольством поставщика [7].

Таблица 3 – Степени приемлемости условий платежа

Название платежа	Характеристика платежа
100-процентная предоплата	Такой платеж означает все деньги вперед. Это для фирмы не всегда выгодно, так как выводит «живые» деньги из оборота либо предполагает привлечение заемных средств, что в итоге негативно сказывается на широте и постоянстве ассортимента или на отпускной цене медикаментов в рознице. Но с другой стороны, «правильные» позиции предоплатного товара в ассортименте более выигрышны в конкурентном отношении, чем медикаменты с другими формами оплаты поставщикам
30%; 50% и другая предоплата	Часть денег оплачивается заранее. При этом срок поставки после произведенной предоплаты необходимо сократить до минимума. Вторую часть оплачивают уже после поставки. На такие условия есть смысл соглашаться только для первой партии товара с расчетом на то, что она будет невелика, а уже со второй партии можно перейти на лучшие условия и по скидкам, и по формам оплаты
Отсрочка платежа на N срок	Сначала доставляется товар, а через какое-то время его оплачивают, и чем позже это делается, тем лучше. Следует контролировать поставщиков, которые могут провести в контракте фразу «через 3 месяца после отгрузки». С учетом того, что машина с товаром может идти 10-20 дней из Европы, поставщики этот срок «выгадывают» в свою пользу. Надо требовать, чтобы в контракте было указано «через 3 месяца после прибытия груза» или «после прохождения таможенной очистки». Необходимо оговорить, чтобы следующий заказ был сделан до того, как оплатят предыдущую партию. Поставщики на это соглашаются, так как они понимают, что нельзя допускать отсутствия товара в крупной аптечной сети. Это называется револьверная поставка
Консигнационный склад или «оплата по мере продажи с предоставлением отчета» без указания предельного срока отсрочки платежа	Здесь все так же, как и в предыдущем пункте, только если товар никак не продается, то за него вообще не надо платить – по своему усмотрению поставщик может забрать свой товар обратно. Такую формулировку в виде «отсрочка платежа с оплатой по отчетам и правом возврата товара» желательно указать в контракте, поскольку это наилучшие условия

Пункт «сроки и условия поставки». Обычный срок поставки товара из Европы составляет 10-20 дней после выхода грузовика. Но поставщику требуется обычно еще 10 дней на подготовку и упаковку товара. Следует контролировать, чтобы при условиях «револьверной поставки» менеджер мог успеть сделать заказ и получить груз раньше, чем оплатили предыдущую поставку.

Как правило, условия поставки бывают двух видов:

поставка со склада, например в Москве, – тогда оговаривается, кем будет доставлен товар;

из-за границы СІР Москва (СІР термин Инкотермс расшифровывается как Carriage and Insurance Paid To (... named place of destination), или «фрахт/перевозка и страхование оплачены до (...название места назначения)»). – до таможенной очистки груз еще не является собственностью (нашим) аптечной сети (рис. 2). Согласно условиям СІР продавец доставит экспортируемый груз до определенного во внешнеторговом контракте места и передаст его перевозчику. В нашем случае в г. Москву. На экспортера возлагается обязанность оплатить расходы по загрузке товара, перевозка до места назначения также его задача.

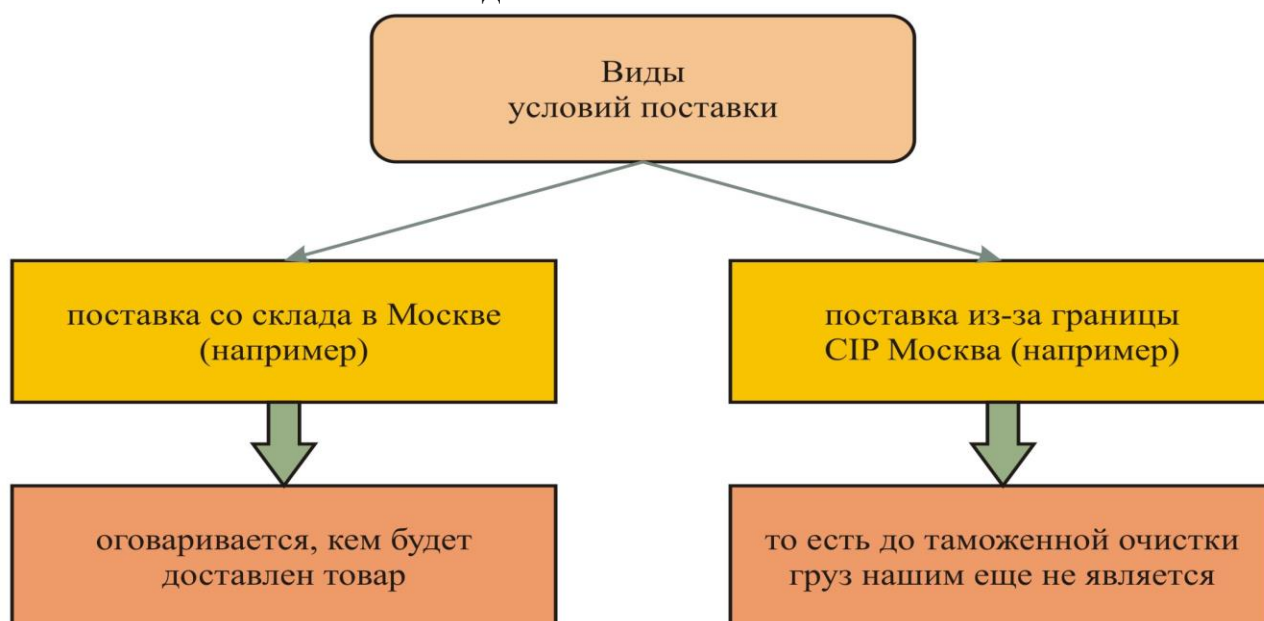


Рисунок 2 – Виды условий поставки

Пункт «куда доставлять груз». Необходимо указать адрес склада в графе «Место доставки», а в графе «Адрес грузополучателя» – юридический адрес и адрес офиса (если адреса не совпадают), номер телефона и фамилию исполнителя.

Пункт «кто проводит таможенную очистку». Таможенную очистку могут проводить – специализированные организации, дистрибьютор, поставщик или покупатель. Если условия СІР Москва или получение с таможенного склада – то дистрибьютор, если со склада в Москве DDP (DDP термин Инкотермс расшифровывается Delivered Duty Paid и переводится дословно «поставка с оплатой пошлины») – то поставщик, тогда этот пункт не обязателен.

Пункт «сертификационные вопросы». В контракте должно быть оговорено, что сертификаты на груз и аннотации на товар предоставляются на русском языке, высылаются заранее на случай проведения дополнительных анализов. Следует указать пункт о том, что поставщик обязан подписать с

департаментом госконтроля качества Минздрава договор о том, что дополнительных анализов проводить не надо (естественно, при наличии такой возможности). Как известно, медикаменты изготавливаются сериями, то есть каждый цикл изготовления – это новая серия с определенным номером. Прямо на заводе контролируется их качество, и если оно соответствует стандартам, то на каждую серию данного медикамента выдается заводской сертификат качества с указанием номера серии и результатами анализа. Для ряда производителей одного такого сертификата недостаточно в связи с допустимой возможностью несоответствия технологическим стандартам. Поэтому аптечная сеть, перед тем как пустить товар в продажу, обязана за свой счет проводить дополнительные анализы или повторную сертификацию каждой серии. Иначе аптеки не смогут реализовывать медикаменты. Без повторных анализов продавать свою продукцию завод-производитель может при наличии соответствующего разрешения от Департамента госконтроля качества эффективности и безопасности лекарственных средств и медикаментов Минздрава России. При его отсутствии необходимо заранее получить заводские сертификаты и образцы товара каждой серии, чтобы сдать их на анализ [7].

Особенность составления заказов заключается в следующем: запасов у аптечной сети должно быть ровно столько, сколько требуется для обеспечения бесперебойных поставок по всей сети, что предполагает правильное планирование товарного запаса. Одним из способов подобного прогнозирования является метод размещения заказов по уровню остатков на складе. У каждого вида товара должен быть свой уровень остатков, и каждый раз, когда он опускается ниже заранее определенного значения, надо размещать заказ у поставщиков. Однако у данного метода существуют ограничения, поскольку он оправдан в основном для малоходовых или плохо продаваемых препаратов, которыми ввиду определенных обстоятельств (льготный отпуск по отдельным наименованиям, некоторые позиции обязательного ассортимента и пр.) должна располагать аптечная сеть.

Оптимальным способом прогнозирования товарного запаса является рейтинговая оценка среднего уровня продаж за последние несколько месяцев с допущением, что такой же объем сохранится и в будущем, а при необходимости он может дополняться коэффициентами роста оборота фирмы.

При составлении заказов принимают во внимание объемы продаж за последний месяц и последний квартал с учетом изменения продаж по сезонам. Для несезонных препаратов контроль заказов производится по усредненным продажам последнего квартала и месяца. Продажи близких по терапевтическому действию препаратов, за исключением одинаковых препаратов разных производителей, основанием для заказа искомого препарата не являются. В качестве основы для заказа допустимо использование рейтингов, если они велись по конкретному препарату в течение последних четырех месяцев. Все вышесказанное относится не только к конкретному медикаменту, но и к его хорошо известным аналогам [7].

Если подготовка контракта выполнена на должном уровне, с соблюдением всех требований, то необходимо правильно сформировать заказ. Тут возможны два варианта – никогда этим медикаментом не торговали или он уже был в продаже.

Отделу закупок крайне важно по ряду вопросов поддерживать деловой контакт со складскими службами, которые знают номенклатуру товаров, их востребованность у населения, гарантийные сроки, сроки реализации, хранения и др.

Выводы и перспективы дальнейших исследований. Рассмотренная технология построения закупочной политики аптечной сети не требует скрупулезного копирования всех приемов или детального, по пунктам, воспроизведения всех изложенных позиций. Это скорее общая концепция, а на основе собственного подхода к ее отдельным положениям розничная фармкомпания способна уже самостоятельно выработать свои, не менее эффективные и конкурентные, стратегии закупок. Последние, в свою очередь, могут послужить залогом дальнейшего устойчивого и поступательного развития конкретной аптечной сети на лекарственном рынке, а также стать решающим фактором ее коммерческого успеха, обеспечивая розничной фармструктуре в случае удачной закупочной политики значимые конкурентные преимущества.

Дальнейшие исследования должны быть направлены на повышение эффективности функционирования системы распределения товаров аптечных сетей.

Список литературы

1. Азарян О.М. Інституціоналізація концепту розвитку торгівлі в сучасному конвенційному середовищі / О.М. Азарян, Н.Ю. Возіянова // Актуальні проблеми економіки. – 2013. – № 4(142). – С. 8 – 14.
2. Бергдал, М. Чему я научился у Сэма Уолтона: Как преуспеть в конкуренции с Wal-Mart и другими розничными гигантами [Текст]: монография [пер. с англ. Б.С. Станкевич.] / М. Бергдал. – Минск: гревцов Паблішер, 2008. – 304 с.
3. Берман, Барри, Эванс, Джоэл, Р. Роздрібна торгівля: стратегічний підхід, 6-е вид.: Пер. с англ. – М.: Видавн. будинок «Вільямс», 2003. – 984 с.
4. Возіянова Н.Ю. Внутрішня торгівля України: теоретичний базис, моніторинг, моделі розвитку: монографія / Н.Ю. Возіянова. – Донецьк: ДонНУЕТ, 2013. – 517 с.
5. Возіянова Н.Ю. Цілепокладання у розвитку торговельних структур / Н.Ю. Возіянова // Акту-і проблеми економіки. – 2009. – № 11(101). – С. 49-62.
6. Радаев В. Как обосновать введение новых правил обмена на рынках // Вопросы экономики, № 3, 2011. - С. 104 – 123.
7. Пашутин С. Стратегия отдела закупок аптечной сети / «Фармацевтические ведомости», 2006, № 6 // <http://www.alppp.ru/law/hozjajstvennaja-deyatelnost/torgovlja/48/statja--strategija-otdela-zakupok-aptechnoj-seti.html>

ФИНАНСЫ И ИНВЕСТИЦИИ

УДК 336.77:005.52

ОЦЕНКА КАЧЕСТВА РОЗНИЧНОГО КРЕДИТНОГО ПОРТФЕЛЯ БАНКА

Е.В. Грицак,
канд. экон. наук, доцент,
профессор,
Е.С. Гайдук, магистрант

ГО ВПО «Донецкий национальный
университет экономики и торговли
имени Михаила Туган-Барановского»,
г. Донецк, ДНР,
e-mail: gricak-elena2008@yandex.ru

QUALITY ASSESSMENT OF RETAIL CREDIT BANK PORTFOLIO

E.V. Gritsak,
Candidate of Economics,
Associate Professor,
E.S. Gaiduk, master student

SO HPE «Donetsk National University
of Economics and Trade named after
Mykhayil Tugan-Baranovsky»,
Donetsk, DPR,
e-mail: gricak-elena2008@yandex.ru

Реферат

Цель. Цель статьи заключается в развитии концептуальных основ оценки качества розничного кредитного портфеля банка и определении путей его повышения.

Методика. В процессе исследования использованы общенаучные и специальные методы: теоретического обобщения, анализа и синтеза (для формулировки определения понятий «кредитный портфель банка», «розничный портфель банка»), горизонтального и вертикального анализа (при оценке динамики и структуры розничного кредитного портфеля банка), статистические методы обработки информации, метод финансовых коэффициентов (при оценке качества кредитного портфеля).

Результаты. Выполнена оценка розничного кредитного портфеля банка на примере АО «Тинькофф Банк». Предложен комплекс мероприятий, направленных на повышение качества кредитного портфеля банка, предполагающий диверсификацию кредитного портфеля посредством предоставления кредитов физическим лицам, занятым в разных отраслях экономики, усовершенствование системы дистанционного обслуживания клиентов банка, расширение линейки продуктов потребительского кредитования, а также регулярное проведение анализа кредитного портфеля с целью оценки его качества.

Научная новизна. Дано определение термина «кредитный портфель банка», характеризующее его как совокупность выданных кредитов и единый объект управления, а также категории «розничный кредитный портфель банка» как его составляющей, включающей совокупность кредитов физическим лицам, не являющимся предпринимателями, предоставленных на потребительские цели.

Практическая значимость. Полученные результаты направлены на совершенствование системы оценки качества розничного кредитного портфеля банковских организаций.

Ключевые слова: *кредитный портфель банка, розничный кредитный портфель, качество кредитного портфеля банка, доходность кредитного портфеля, степень риска кредитного портфеля, ликвидность кредитного портфеля, кредитный скоринг, стресс-тестирование.*

Постановка проблемы и ее связь с важными научными и практическими задачами. В период трансформаций, характерных для современного этапа развития экономики, повышается значимость социальных процессов в жизни общества и возрастает роль банковского кредитования индивидуальных заемщиков. С ростом потребностей населения расширяются масштабы и цели потребительского кредитования. Это порождает проблемы, связанные с оценкой уровня кредитного риска и поиском путей повышения качества розничного кредитного портфеля банков.

Анализ последних исследований и публикаций. Исследованию проблем в сфере банковского кредитования посвящено много научных работ. Вопросы, касающиеся экономического содержания кредитного портфеля банка, особенностей его формирования и оценки качества, нашли отражение в работах таких ученых, как О.И. Лаврушин, М.З. Сабиров, А.М. Тавасиев, Н.И. Жиркина, Г.Г. Коробова, А.Г. Грязнова и др. Тем не менее, все еще отсутствует единый подход к определению понятий «кредитный портфель банка» и «розничный кредитный портфель банка», не сформирована стандартизированная система оценки качества кредитного портфеля банка. Некоторые вопросы обоснования методологии оценки качества розничного кредитного портфеля и совершенствования управления им по результатам такой оценки в научной литературе раскрыты не в полной мере.

Изложение основного материала исследования. Ввиду специфики банковской деятельности любой современный банк направляет значительную часть своих ресурсов на формирование кредитного портфеля, который продолжает оставаться наиболее доходной частью его активов. Понятие «кредитный портфель банка» в настоящее время трактуется учеными по-разному.

А.Г. Грязнова определяет кредитный портфель как совокупность кредитов, выданных банком. При этом кредитный портфель рассматривается как единый объект управления со своей структурой (направления вложений и

виды кредита, типы заемщиков, условия кредитования и др.), доходностью, совокупным риском [1].

А.М. Тавасиев характеризует кредитный портфель как совокупность кредитов, предоставленных банком на каждый определенный момент времени. Это не простой перечень кредитов, а такая их совокупность, которая структурирована по определенному критерию (критериям), существенному для кредитов. Тем самым «кредитный портфель» становится характеристикой качества выданных кредитов и всей кредитной деятельности банка [8].

В понимании Н.И. Жиркиной кредитный портфель банка – это результат активных действий банка с заведомо управленческим отношением между различными видами кредитов [3].

Согласно М.З. Сабиру, кредитный портфель банка – это открытая система, представляющая собой совокупность банковских ссуд (выданных и потенциальных), структурированных не только на основе факторов кредитного риска, но и по критериям доходности и ликвидности [7].

С учетом приведенных определений можно трактовать исследуемое понятие следующим образом: кредитный портфель банка – это совокупность выданных банком ссуд и требований кредитного характера на определенный период времени, представляющий собой единый объект управления в процессе кредитной деятельности банка для достижения поставленных тактических и стратегических целей – увеличения капитала, обеспечения прибыльности и расширения сферы деятельности. При этом розничный кредитный портфель, являясь его составляющей, включает кредиты, предоставленные физическим лицам, не осуществляющим предпринимательскую деятельность, на потребительские цели.

Следует отметить сходство точек зрения различных исследователей относительно определения термина «качество кредитного портфеля». Например, О.И. Лаврушин трактует его как свойство его структуры, которое обладает способностью обеспечивать максимальный уровень доходности при допустимом уровне кредитного риска и ликвидности баланса [2].

При анализе уровня риска кредитного портфеля банка упор обоснованно делается на исследовании трех ключевых аспектов: диверсификация кредитного портфеля, качество кредитного портфеля, доходность кредитного портфеля. Особое внимание уделяется оценке качества кредитного портфеля.

В современной теории и практике выделяют несколько критериев оценки качества кредитного портфеля банка, основными из которых являются:

- степень кредитного риска портфеля, то есть риска совокупных потерь банка в случае неплатежеспособности заемщиков;
- уровень доходности кредитного портфеля банка. Выбор этого критерия обусловлен тем, что целью деятельности любого банка является получение максимально возможной прибыли при допустимом уровне риска;
- уровень ликвидности кредитного портфеля банка. Чем выше доля кредитов, классифицированных в более качественные группы, тем выше ликвидность кредитного портфеля и активов банка. Поэтому важно, чтобы

выданные банком кредиты возвращались в установленные договорами сроки или чтобы банк имел возможность продать ссуды (их часть) благодаря их качеству и доходности.

При оценке качества кредитного портфеля банка и розничного кредитного портфеля как его составляющей целесообразно использовать систему коэффициентов, предложенную О.И. Лаврушиным [2], которая учитывает всю совокупность вышеупомянутых критериев (табл. 1).

Таблица 1 – Основные параметры оценки качества кредитного портфеля банка по методике О.И. Лаврушина

Критерий оценки	Финансовые коэффициенты
Степень кредитного риска	Количественная оценка степени кредитного риска (совокупного): $Kp = \sum_{i=1}^n Oz_i \cdot V_{v_i} ,$ где Kp – интегральный показатель степени риска; Oz_i – остаток задолженности по i -й группе; V_{v_i} – удельный вес i -й группы; n – количество групп в портфеле
	$K1 =$ Сумма совокупного кредитного риска банка / Общая сумма кредитного портфеля
	$K2 =$ Сумма совокупного кредитного риска банка / Собственный капитал
	Степень защиты банка от риска: $K3 =$ Фактический резерв на покрытие убытков по ссудам / Составляющие кредитного портфеля, не приносящие доход
	$K4 =$ Суммы, списанные за счет резервов / Остатки кредитной задолженности
	$K5 =$ Просроченные кредиты / Остатки кредитной задолженности
	$K6 =$ Недосозданный резерв / Кредиты, не приносящие доход
	$K7 =$ Фактический резерв / Расчетный резерв
	$K8 =$ Резервы под потери по кредитам / Средний размер задолженности по кредитам брутто
	Доходность кредитного портфеля
$K10 =$ (Проценты полученные – Проценты уплаченные) / Уставный капитал	
$K11 =$ Проценты полученные / Кредиты, приносящие доход	
$K12 =$ (Проценты полученные – Проценты уплаченные) / Кредиты, приносящие доход	
$K13 =$ Кредиты, не приносящие доход / Активы	
Ликвидность кредитного портфеля	$K14 =$ Остатки кредитной задолженности / Депозитные ресурсы

Данная система показателей использована для оценки качества розничного кредитного портфеля АО «Тинькофф Банк», который в настоящее время является одним из лидеров в области розничного кредитования в Российской Федерации. Так, по данным годовой финансовой отчетности АО

«Тинькофф Банк» [9; 10], объем розничного кредитного портфеля банка увеличился в 2017 г. на 32,97% и составил на конец года 154169,7 млн. руб. При этом его доля в общем объеме кредитного портфеля банка достигла 89,1 и 87,61% соответственно на начало и конец 2017 г. Доля розничного кредитного портфеля в активах банка оставалась значительной, хотя и существенно снизилась с 67,6 до 57,45%, что позволяет охарактеризовать кредитную политику банка как агрессивную.

Сегодня АО «Тинькофф Банк» утвердился на рынке банковских услуг Российской Федерации как один из лучших розничных банков, который не имеет отделений и обслуживает клиентов дистанционно с использованием каналов удаленного доступа (интернет-банкинг, телефонный банкинг, мобильный банкинг), а также через представителей [11]. Сегодня банк предлагает клиентам – физическим лицам следующие кредитные продукты: кредитные карты; кредиты наличными на любые цели (без залога, а также под залог автомобиля или недвижимости); автокредиты (под залог автомобиля); ипотечные кредиты на приобретение жилья.

Результаты анализа качества розничного кредитного портфеля АО «Тинькофф Банк» в 2016-2017 гг. приведены в табл. 2. При проведении анализа использованы данные публичной годовой финансовой отчетности АО «Тинькофф Банк» за 2016-2017 гг. [9; 10].

Таблица 2 – Анализ качества розничного кредитного портфеля АО «Тинькофф Банк» в 2016-2017 гг.

Группа показателей	Показатели	На 31 декабря 2016 г.	На 31 декабря 2017 г.	Изменение абсолютное
Показатели степени кредитного риска	Совокупный кредитный риск банка по розничному кредитному портфелю, млн. руб.	102847	126108	23261
	Соотношение суммы совокупного кредитного риска банка и общей суммы розничного кредитного портфеля (K1)	0,86	0,81	-0,05
	Соотношение суммы совокупного кредитного риска по розничному кредитному портфелю и собственного капитала банка (K2)	3,63	2,57	-1,06
	Уровень покрытия убытков по выданным ссудам созданным резервом (K3), %	97,85	85,36	-12,49
	Уровень соотношения просроченной задолженности, списанной за счет резервов, и остатков кредитной задолженности (K4), %	8,23	5,85	-2,39
	Доля просроченных кредитов в остатках кредитной задолженности банка (K5), %	14,98	13,10	-1,87

Группа показателей	Показатели	На 31 декабря 2016 г.	На 31 декабря 2017 г.	Изменение абсолютное
	Коэффициент соотношения недосозданного резерва и кредитов, не приносящих доход (К6)	-	-	-
	Уровень достаточности резервов под покрытие убытков по кредитам (К7), %	143,28	121,41	-21,86
	Коэффициент покрытия средней задолженности по кредитам (брутто) созданным резервами (К8), %	18,79	13,98	-4,81
Показатели доходности кредитного портфеля	Уровень доходности розничных кредитных операций банка (К9), %	28,11	28,85	0,74
	Уровень доходности уставного капитала банка (К10), %	490,86	660,50	169,64
	Уровень доходности кредитов, приносящих банку процентный доход (К11), %	40,47	40,10	-0,37
	Чистая процентная маржа (К12), %	30,51	32,73	2,22
	Уровень не доходных розничных кредитов в общем объеме активов банка (К13), %	10,24	7,56	-2,68
Ликвидность кредитного портфеля	Коэффициент отношения выданных розничных кредитов банка к депозитам (К14)	0,95	0,87	-0,08

Результаты анализа свидетельствуют о повышении качества розничного кредитного портфеля АО «Тинькофф Банк» в 2017 г. по сравнению с 2016 г., а именно:

- улучшились относительные показатели уровня кредитного риска по розничному кредитному портфелю, характеризующие уровень совокупного кредитного риска и степень защиты банка от риска;
- возросли большинство показателей доходности розничного кредитного портфеля, что указывает на повышение эффективности управления им.

Несмотря на положительные результаты оценки качества розничного кредитного портфеля, следует учитывать, что дальнейшее наращивание объемов розничного кредитования в банке будет неизбежно сопровождаться ростом совокупного риска розничного кредитного портфеля. Это вызывает необходимость постоянного мониторинга уровня риска розничного кредитного портфеля для предотвращения его роста опережающими темпами по сравнению с ростом объемов розничного кредитования.

Как показали результаты анализа, АО «Тинькофф Банк» в 2017 г. имел определенные проблемы в сфере розничного кредитования, касающиеся доходности и ликвидности розничного кредитного портфеля. Так, снизился уровень доходности розничных кредитов, приносящих банку процентный доход, а также коэффициент отношения выданных розничных кредитов банка к депозитам. Это может свидетельствовать об усилении конкуренции на рынке

банковских услуг и необходимости поиска банком эффективных направлений розничного кредитования с целью повышения их доходности.

Для преодоления вышеуказанных проблем, повышения качества розничного кредитного портфеля банка целесообразно проведение следующих мероприятий:

- внедрение внутрибанковских нормативов и стандартов розничного кредитования;

- диверсификация розничных кредитов среди категорий заемщиков, получающих доходы в различных сферах занятости;

- расширение продуктовых линеек банка в области жилищного и автокредитования;

- перевод максимального количества операций клиентов на дистанционные каналы обслуживания, комплексное развитие многоканальной системы дистанционного обслуживания клиентов банка (интернет-банкинга, телефонного банкинга, мобильного банкинга, сети банкоматов и терминалов самообслуживания);

- активизация кредитной активности физических лиц с помощью кредитных карт, расширение сферы использования бесконтактных и виртуальных карт, в том числе с использованием технологий «оплаты в одно касание»;

- внедрение современных мобильных платежных инструментов с использованием технологий NFC (бесконтактный обмен данными), HCE (создание виртуальных платежных карт-кошельков на смартфонах), MST (имитация карт с магнитной полосой на смартфонах);

- создание и развитие специальных мобильных приложений, позволяющих оформлять и погашать кредиты в режиме онлайн, а также многофункциональных мобильных приложений;

- внедрение услуги «автоплатеж» по автоматическому погашению кредита;

- развитие системы интернет-платежей и мобильных платежей с использованием QR-кодов;

- расширение банком практики реструктуризации долга по проблемным кредитам;

- модернизация сайта банка, более репрезентативное представление на нем услуг с использованием платежных карт, интернет-банкинга, телефонного банкинга, мобильного банкинга;

- внедрение современных методов оценки кредитоспособности заемщиков, в том числе кредитного скоринга;

- регулярное проведение ретроспективного и текущего анализа состояния и качества розничного кредитного портфеля банка, в том числе с использованием стресс-тестирования.

Кредиторы используют кредитный скоринг среди прочих методов с целью оценки кредитоспособности потенциального заемщика для принятия решения о выдаче или отказе в предоставлении кредита. Скоринговая модель

представляет собой математическую или статистическую модель, с помощью которой на основе кредитной истории «прошлых» клиентов банк пытается определить, насколько велика вероятность, что конкретный потенциальный заемщик вернет кредит в срок.

Внедрение скоринговых моделей в сфере розничного кредитования актуально для любого банка, так как позволяет [5]: снизить уровень невозврата кредитов; увеличить скорость и объективность принятия решений; повысить эффективность управления кредитным портфелем банка; проводить скоринговую оценку без необходимости в специальном обучении кредитных работников, что обусловлено применением стандартных процедур и алгоритмов; проводить экспресс-анализ заявки на кредит в присутствии клиента.

Несмотря на указанные преимущества, в практике розничного кредитования следует учитывать недостатки кредитного скоринга [6]:

- невозможность оценить вероятность дефолта заемщика и, как следствие, сравнить степень риска при выдаче кредита разным заемщикам;
- отсутствие возможности учета изменения текущих экономических условий. Если заемщик имеет достаточно высокую кредитную оценку и экономика переходит в стадию рецессии, то кредитная оценка этого заемщика не будет корректироваться, если поведение его финансового состояния не изменится.

Банк должен постоянно отслеживать качество сформированного кредитного портфеля с целью удерживать риск портфеля на приемлемом уровне. Одним из наиболее распространенных методов анализа, преследующих эту цель, является стресс-тестирование кредитного портфеля. Под стресс-тестированием понимают совокупность различных приемов и техник, применяемых для оценки уязвимости определенных активов к значительным изменениям в экономической среде или к некоторым вероятным событиям, оценки их чувствительности на основе использования альтернативных сценариев «А что если» [4].

Выводы и перспективы дальнейших исследований. В результате научного исследования:

- обосновано использование системы критериев и показателей оценки качества розничного кредитного портфеля банка, которые учитывают степень его кредитного риска, доходность и ликвидность;
- на основе результатов проведенного анализа получены выводы о достаточно высоком качестве розничного кредитного портфеля АО «Тинькофф банк» при снижении отдельных показателей доходности и ликвидности (доходности розничных кредитов, приносящих банку процентный доход, коэффициента отношения выданных розничных кредитов банка к депозитам);
- предложен комплекс мер по повышению качества розничного кредитного портфеля банка, который предусматривает его диверсификацию по сфере занятости заемщиков, расширение продуктовых линеек в области жилищного кредитования и автокредитования, развитие многоканальной системы

дистанционного банковского обслуживания, внедрение услуг по предоставлению и обслуживанию кредитов в режиме он-лайн, развитие сферы использования бесконтактных и виртуальных карт, мобильных платежей на основе технологий NFC, HCE, MST;

- предложено использовать скоринговые модели и стресс-тестирование, что позволит обеспечить надлежащий уровень оценки кредитоспособности потенциального заемщиков в процессе принятия решений и осуществлять мониторинг качества розничного кредитного портфеля в условиях изменяющейся экономической среды.

В качестве перспективных направлений дальнейших исследований можно назвать: комплексное развитие системы дистанционного обслуживания клиентов банка на основе перехода к модели многоканального обслуживания и к клиент-ориентированной модели ведения банковского бизнеса; разработка комплексной системы оценки качества розничного кредитного портфеля банка; совершенствование методики и организации проведения в банках кредитного скоринга, стресс-тестирования с учетом особенностей розничного кредитного портфеля.

Список литературы

1. Банковская система России. Настольная книга банкира / А.Г. Грязнова [и др.]: в 3 т. М., 1995. - Т. 2. - С. 127.
2. Банковское дело: учебник / О.И. Лаврушин, Н.И. Валенцева [и др.]; под ред. О.И. Лаврушина. – 12-е изд., стер. – М. : КНОРУС, 2016. – 800 с.
3. Жиркина Н.И. Кредитный портфель – стратегия и тактика кредитной политики банка // Экономические науки. 2011. № 5 (78). С. 302-305.
4. Кречетов Р.И. Стресс-тестирование в банковской сфере // Международный студенческий научный вестник. – 2015. – № 6. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.eduherald.ru/ru/article/view?id=13555>.
5. Панкова Т.Н. Совершенствование инструментария анализа качества кредитного портфеля коммерческого банка [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.sworld.com.ua/simpoz3/51.pdf>.
6. Кредитный скоринг [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://www.investopedia.com/terms/c/credit_scoring.asp.
7. Сабиров М.З. Кредитный портфель коммерческого банка: автореф. дис. ... канд. экон. наук: 08.00.10. Москва, 1999. С. 5.
8. Тавасиев, А. М. Банковское дело : учебник для бакалавров / А.М. Тавасиев. — М. : Издательство Юрайт, 2015. — 647 с.
9. Финансовая отчетность по РСБУ за 2016 г. АО «Тинькофф Банк» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://static.tinkoff.ru/documents/investors/financial_statements/2016/audit_rsbu_2016.pdf.
10. Финансовая отчетность по РСБУ за 2017 г. АО «Тинькофф Банк» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://static.tinkoff.ru/documents/investors/financial_statements/2017/audit_rsbu_2017.pdf.
11. Официальный сайт АО «Тинькофф Банк» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.tinkoff.ru/>

УДК 336.741.233

МЕТОДИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ УПРАВЛЕНИЯ ПОКУПАТЕЛЬНОЙ СПОСОБНОСТЬЮ ФИНАНСОВЫХ СРЕДСТВ

А.С. Довгань,
канд. наук гос. упр.,
доцент

ГОУ ВПО «Донецкая академия управления и государственной службы при Главе Донецкой Народной Республики», г. Донецк, ДНР,
e-mail: ifather@outlook.com

METHODOLOGICAL BASES OF MANAGEMENT OF THE PURCHASING ABILITY OF FINANCIAL MEANS

A.S. Dougan,
Ph.D., Associate Professor

SEI HPL «Donetsk Academy of Management and Public Service under the Head of the Donetsk People's Republic», Donetsk, DPR,
e-mail: ifather@outlook.com

Реферат

Цель. Рассмотреть методические основы управления покупательной способностью финансовых средств и разработать механизм управления.

Методика. В процессе исследования использованы методы системного анализа, эмпирического анализа, аналогии, моделирования, конкретизации.

Результаты. Выявлены основные методологические подходы к управлению покупательной способностью финансовых средств; проанализирована перспектива роста покупательной способности денег на основе формирования торгового баланса и государственных золотовалютных резервов; сформирован механизм управления покупательной способностью финансовых средств.

Научная новизна. Разработан механизм управления покупательной способностью финансовых средств, регулирующий уровень покупательной способности населения.

Практическая значимость. Разработаны практические способы повышения покупательной способности действующих финансовых средств.

Ключевые слова: *покупательная способность финансовых средств, деньги, механизм управления, торговой баланс.*

Постановка проблемы и ее связь с важными научными и практическими задачами. Актуальность исследуемого вопроса обусловлена проблематикой низкого уровня покупательной способности финансовых средств государств СНГ. Решить данную проблему целесообразно путем разработки механизма управления покупательной способностью финансовых

средств, основанного на более детальном подходе к управлению процессами регулирования стоимости денег.

Анализ последних исследований и публикаций. Научные исследования, посвященные проблематике регулирования уровня покупательной способности финансовых средств, проводятся на протяжении нескольких десятилетий.

Значительный вклад в развитие исследовательской деятельности по изучению вопросов денежного обращения и экономического анализа внесли такие ученые, как: И. Фишер, А.Ф. Миронычев, А.Ф. Афонасьев, С.Л. Берт, В.Н. Чехунов и др.

Изложение основного материала исследования. Весомым показателем результатов хозяйственной деятельности государства, а также экономики и финансовой деятельности является показатель покупательной способности денежных средств, учитывающий реальное товарное обеспечение номинальной денежной массы. Согласно И. Фишеру, покупательная возможность денег указывается количеством товарной продукции, которая может быть приобретена на установленное количество денежных средств [1]. Величина, обратная покупательной возможности денежных единиц, является индексом мировых цен. Следовательно, покупательную возможность денежных единиц, по аналогии с индексом мировых цен, следует определить при помощи используемого «подхода потребительской корзины», который активно применяется в настоящий период времени в экономических исследованиях [2].

Однако увеличение и уменьшение покупательной способности денежных единиц в мировой экономике зависит от целого ряда причин. Одни причины оказывают влияние на повышение покупательной способности денежных единиц, другие понижают данную величину. Огромную роль здесь играет фактор эффективности обращения денежных единиц.

Эффективность денежных средств определяется показателем их ликвидности, однако не только им: она зависит от надежности товарной формы, в которой денежные средства приобретают наибольшую ликвидность, только в том случае, когда товарная форма их состояния абсолютно ценна и надежна. Надежность товарной формы и ликвидность денежных средств полностью не определяют их конечной полезности. Для завершеного представления о полезности денежных средств обязательно принимается во внимание их покупательная способность [3].

В современном обществе денежные средства не могут быть стандартным средством сохранения трудовой стоимости. В условиях рыночной экономики сохранить стоимость денежных средств можно только увеличивая их количество. Вследствие увеличения цен снижается покупательная способность денежных средств. Другими словами, денежные средства утрачивают часть своей стоимости, не сохраняют стоимость товарной массы, на которую они были обменены ранее [3].

Таким образом, попытка сохранения наличных средств на руках у населения, в рамках страны неминуемо приводит к ускорению инфляционных

процессов. Механизм обращения финансовых средств в этот момент начинает замедляться, что негативно влияет на товарооборот и, собственно, на производство самого товара. В таком случае может начаться реальная стагнация экономики, сопровождающаяся дефицитом и ухудшением качества производимого товара или услуги. Инфляционная составляющая приводит к явлению удешевления валюты (на определённую сумму средств можно приобрести уже гораздо меньшее количество товаров или услуг, чем периодом ранее), что означает фактическое понижение покупательной способности денег в экономике.

Потеря деньгами своей реальной стоимости свидетельствует о переизбытке финансовых средств в экономике, который, однако, не является равномерным в рыночной среде. Следует заметить, что в этой ситуации под переизбытком подразумевается накопление так называемых свободных денег, которые население готово потратить исключительно в рамках потребительской корзины. Накопление финансовых средств в промышленном и банковском секторах на инфляционные колебания, как правило, фактически не оказывают никакого влияния.

Возникновение снижения уровня покупательной способности денег имеет несколько причин:

- увеличение расходов государства, которые финансируются за счет проведения денежных эмиссий, тем самым увеличивая денежную массу выше уровня потребности товарного обращения (обычно имеет место в государстве в период экономической стагнации);

- увеличение массы денежных средств за счёт усиленного кредитования физических и юридических лиц. При этом денежные средства для осуществления кредитования привлекаются из процессов эмитирования средств;

- монопольное ценообразование на товарную продукцию первой необходимости, способствующее извлечению средств из валютного обращения;

- монопольное управление рынком труда и заработной платы, ограничивающее рыночные подходы к формированию приемлемых условий труда и его оплаты;

- снижение уровня товарного производства, что провоцирует увеличение стоимости существующей товарной продукции на рынке [4].

Если причины уменьшения покупательной способности денежных средств ясны, то обратного явления рассмотрено не было.

Обратным процессом инфляции является дефляционная политика, снижающая общий уровень мировых цен. В настоящее время она встречается достаточно редко и носит краткосрочный характер действия. К примеру, цены на зерно обычно падают сразу после сбора урожая. Продолжительная дефляционная политика характерна для некоторых стран. В современном мире примером дефляционной политики можно считать политику правительства Японии [4].

Дефляционная составляющая регулируется следующими механизмами и факторами:

- уменьшение расходов правительства на социальные и другие нужды;
- повышение ставки кредитования;
- повышение налогообложения;
- поддержание чётко фиксированного количества финансовых средств в экономике.

Однако дефляционная составляющая в финансовой системе имеет достаточно противоречивые эффекты относительно друг друга. В краткосрочной перспективе эффекты дефляции носят больше положительный характер, но в долгосрочной – больше отрицательный.

Согласно взглядам Кейнса, рост налогов, формирующих доходную часть бюджета, может дать краткосрочный результат. В долгосрочном периоде такая политика оборачивается снижением инвестиций и замедлением экономического развития. Высокие ставки налогов могут вызвать сужение налоговой базы, то есть суммы доходов, с которых идут отчисления в бюджет. Понижение ставок подоходных налогов приведёт к увеличению личных сбережений, если удастся переломить инфляционную психологию потребителей. Тогда прирост сбережений пойдёт как на финансирование экономического развития, так и на покрытие дефицита бюджета [5].

Таким образом, дефляция в экономике государства является основной причиной повышения покупательной способности валюты этого государства. Но следует понимать, что повышение или понижение покупательной способности валюты всегда имеет определённые последствия и, в принципе, само по себе является средством в экономике для достижения того или иного её состояния. Поэтому именно текущее и желаемое состояние экономики определяет стратегию развития государства, и, следовательно, один из вариантов регулирования покупательной способности валюты в стране.

Ситуация, в которой экономика государства стремится к росту, сопровождается повышенным спросом на производимый товар или услугу. В таком ракурсе финансовая система государства будет увеличиваться, поскольку под повышающийся спрос производитель будет стремиться произвести больше товара или услуг. Наполнение рынка новыми товарами и услугами приводит к дефициту финансовых средств. Чтобы этого избежать, государство осуществляет постоянный контроль обеспеченности производимого товара и услуг финансовыми средствами в экономике. Такая политика позволяет избежать ситуации неспособности потребления производимых благ населением.

Обратная ситуация, при которой экономика государства, в силу объективных причин, перенасыщена финансовыми средствами настолько, что деньги не покрывают всего произведённого в стране товара и услуг, может привести к возникновению кризиса производства. Однако, экономический инфляционный инструмент, призванный с лёгкостью восстанавливать баланс

финансовых средств и производимого товара, легко исправляет ситуацию, и потому кризис производства не наступает.

Обе ситуации, в принципе, позитивно влияют на развитие экономики государства, но исход здесь только один – покупательная способность денежной единицы всегда падает в силу постоянного увеличения рынка товаров и услуг, а также их финансового обеспечения (т.е. посредством эмиссии денег).

Однако есть несколько возможных ситуаций, при которых исход событий прямо противоположен описанному. Так, повышение покупательной способности возможно в период пребывания экономики государства в экономическом кризисе.

К. Маркс отмечал, что до промышленной революции конца XVIII в. не существовало никаких регулярно повторяющихся бумов и депрессий. Поскольку эти циклы возникают на исторической сцене примерно в то же самое время, что и современная промышленность, Маркс заключил, что кризисы являются неотъемлемой чертой капиталистической экономики. Причину кризисов Маркс видел в производстве товаров сверх платёжеспособного спроса. И дело не в ошибках оценки ёмкости рынка и даже не в желании владельцев капитала получить максимальную прибыль, а в самой природе и законах развития экономики, нацеленной на получение прибыли [7].

Таким образом, простейшим средством выхода из данной ситуации является процесс денежной реформы, который позволяет полностью пересмотреть действующие финансовые механизмы экономики государства для их изменения в пользу стабильно работающей экономики. На сегодняшний день современное экономическое учение позволяет использовать всего четыре метода осуществления денежной реформы: дефляция, деноминация, девальвация, ревальвация.

И всё же экономическая составляющая в жизнедеятельности государства в период капиталистического развития мировой экономики, как бы это не выглядело абсурдным, не является самой главной. Эстафета морали существования любого государства находится, прежде всего, в руках социально-демографической составляющей жизнедеятельности государства.

Демографическая политика любого государства имеет непосредственное влияние, прежде всего, на развитие экономики. В настоящее время человек в мировой экономической системе рассматривается как средство производства товара и, одновременно, как потребитель этого товара. Такое особое место в экономической системе было отведено человеку благодаря его особым способностям к процессам изобретения, производства и потребления. Исходя из этого население любого государства выступает основным (но не единственным) показателем его экономического потенциала. Более того, население выступает единственной платформой, на базе которой способна функционировать финансовая система государства.

Следовательно, покупательная способность денежной единицы зависит не только от количества вращающейся валюты в экономике и количества

производимых товаров, но также и от количества проживаемого населения в государстве.

Государство, переживающее внезапные спады рождаемости, повышение смертности и иные демографические кризисы, неминуемо сталкивается с ситуацией сокращения экономики, которое сопровождается уменьшением количества производимых продуктов и услуг, а также денежной массы.

Динамика роста населения и распределение денежной массы стран СНГ представлены на рис. 1 и 2.

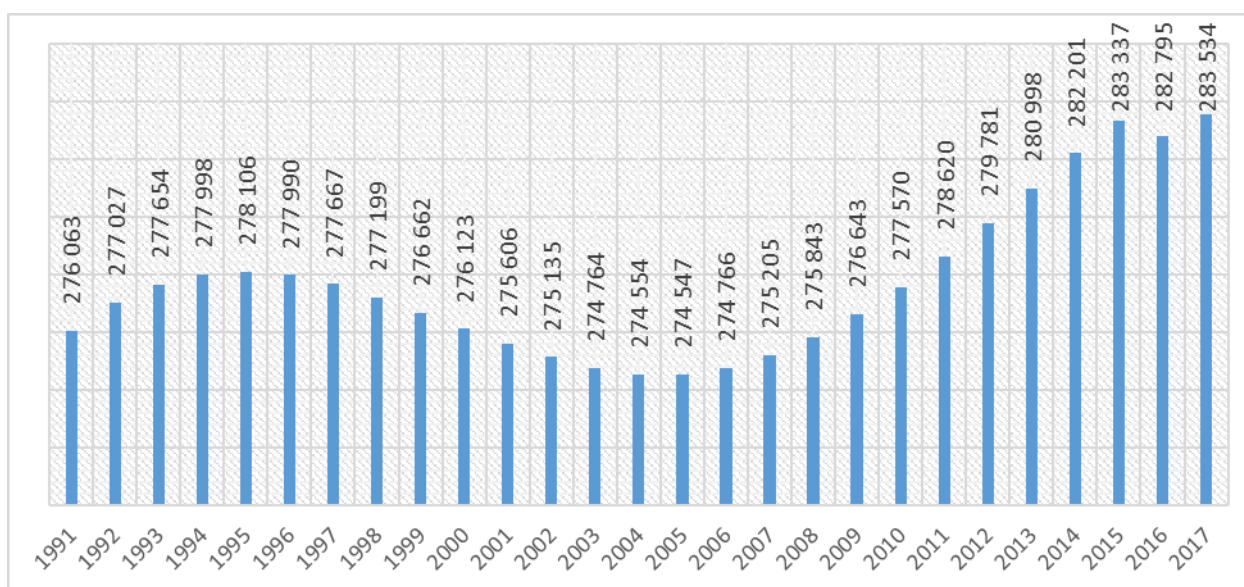


Рисунок 1 – Динамика роста населения СНГ (в составе 2017 г.), млн. чел. [8]

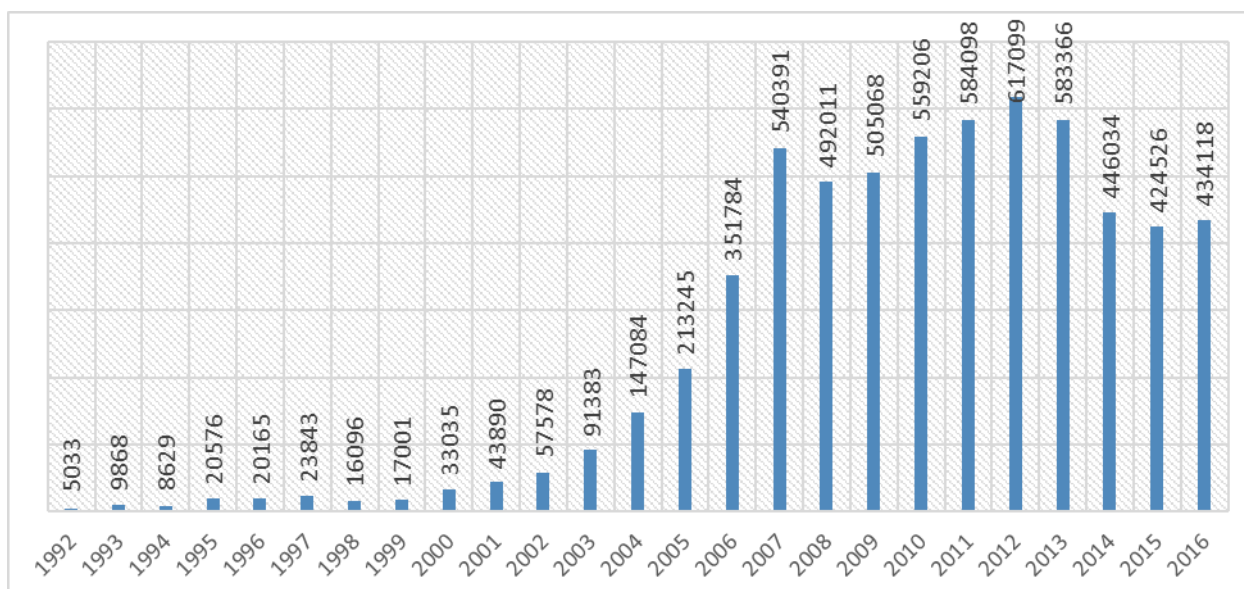


Рисунок 2 – Распределение денежной массы (M3 Broad money) по странам СНГ (в составе на 2017 г.), млн. USD [9]

СНГ – ряд государств Европы и Азии, которые как раз столкнулись с проблемами демографического упадка, что сопровождается, по сути, сокращением потенциала производства и потребления товаров и услуг. Сокращение населения приводит к избытку массы валюты в стране, однако инфляционный механизм успешно справляется с этой проблемой путём удорожания всех категорий товаров и услуг.

Однако теоретическая ситуация, в которой потенциал производства товаров и услуг должен падать, на практике для СНГ не имеет силы. Это явление объясняется недавним переходом экономики стран СНГ на капиталистический принцип работы, который предусматривает, прежде всего, увеличение ассортимента производимой продукции.

В результате процесс непрерывного развития сознания общества способствует развитию производства востребованных товаров и услуг на капиталистических принципах работы.

И всё же расчётный потенциал расширения ассортимента производимого товара и услуг не безразмерный. Полное заполнение ниши потребностей потребителей рано или поздно произойдёт, что будет означать остановку роста экономики стран СНГ при слаборастущем населении. Сокращение производства продукции, её потребления, а также численности потребителей, по сути, никоим образом не сказывается на покупательной способности валюты. Однако продолжительная тенденция сокращения населения некоторых стран может способствовать переходу государства в режим датирования социально-экономического сектора.

Таким образом, демографическая составляющая экономики государства имеет непосредственное влияние на уровень покупательной способности валюты, поскольку продолжительное сокращение населения страны, с экономической точки зрения, угрожает спадом экономики государства и требует незамедлительной активизации программы социальной помощи населению. Всё это возможно за счёт сокращения целевого финансирования несоциальных программ государства или прямого использования золотовалютных резервов. Последнее, кстати, играет значительную роль в финансовой системе государства и может оказывать прямое влияние на изменение покупательной способности финансовых средств.

Золотовалютные резервы – внешние высоколиквидные активы, находящиеся под контролем государства (Центрального банка РФ и правительства РФ) [10].

Значительное накопление государством золотовалютных резервов способствует стабильному развитию его экономики. Достаточный запас таких резервов, как правило, играет роль валютной «подушки», поскольку выступает гарантом платёжеспособности любого государства. Эффект от подобных правил торговли является достаточно эффективным, так как заключается в повышении конкурентоспособности производимой странами продукции.

Следовательно, формирование некоего достаточно приемлемого уровня жизни населения любого государства в рамках ВТО заключается в

положительном торговом балансе государства. Достичь этого баланса, например для России, возможно лишь посредством установления налаженной торгово-экспортной операции, которая, безусловно, предусматривает полное потребление произведённой продукции в других странах (иными словами, товар или услуга должны полностью удовлетворять возникшие потребности населения). Значит, зависимость между уровнем жизни населения и уровнем экспортирования конкурентоспособного товара прямая, т.е. чем больше государство способно произвести качественного продукта и продать его остальным, тем сильнее его экономика направленная, в том числе, на социальное развитие государства в целом. Однако результат подобной деятельности может быть реализован также в увеличении золотовалютных резервов государства, которые, будучи накопленными в достаточных количествах, могут быть использованы как залог увеличения денежной массы государства в целях усиления основных экономических процессов, но без инфляции.

На рис. 3 изображена динамика накопления международных резервов (включая золото) по странам СНГ (в составе на 2017 г.) в период 1992-2016 гг.

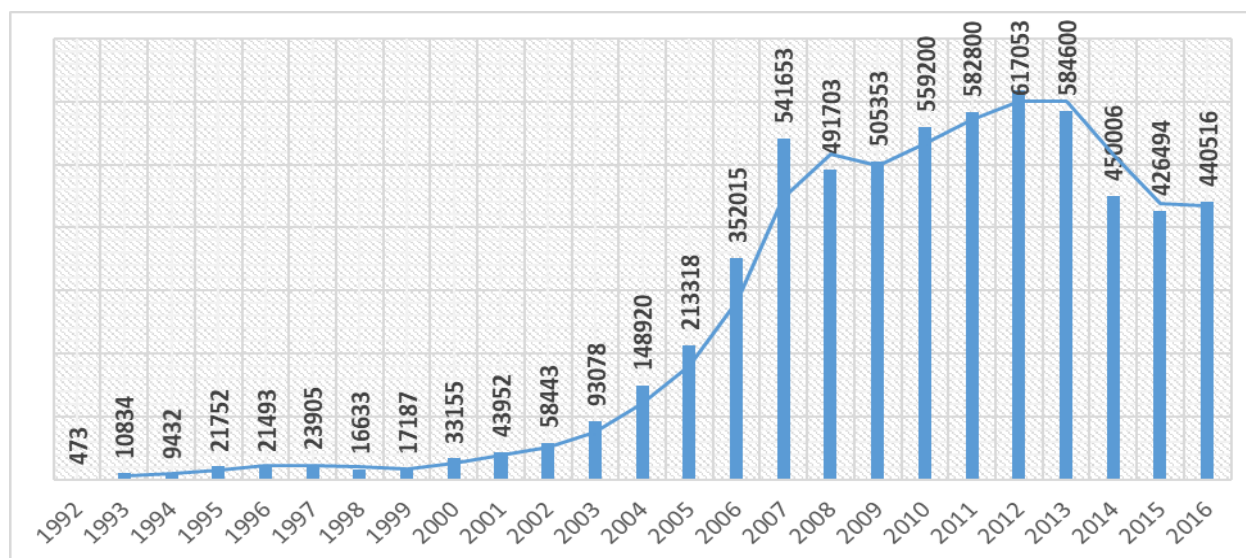


Рисунок 3 – Международные резервы (включая золото) по странам СНГ, млн. USD [11]

Следует отметить, что рост золотовалютных резервов государства способствует повышению покупательной способности финансовых средств посредством увеличения производства товаров и услуг и, следовательно, увеличения их общего количества в экономике. Как известно, такое явление в экономике ведёт к удешевлению стоимости производимой продукции, а значит, на одну денежную единицу валюты можно приобрести больше продукции, чем ранее.

Изложенную информацию о методических основах управления покупательной способностью финансовых средств целесообразно

систематизировать. На рис. 4 изображен механизм управления покупательной способностью финансовых средств.

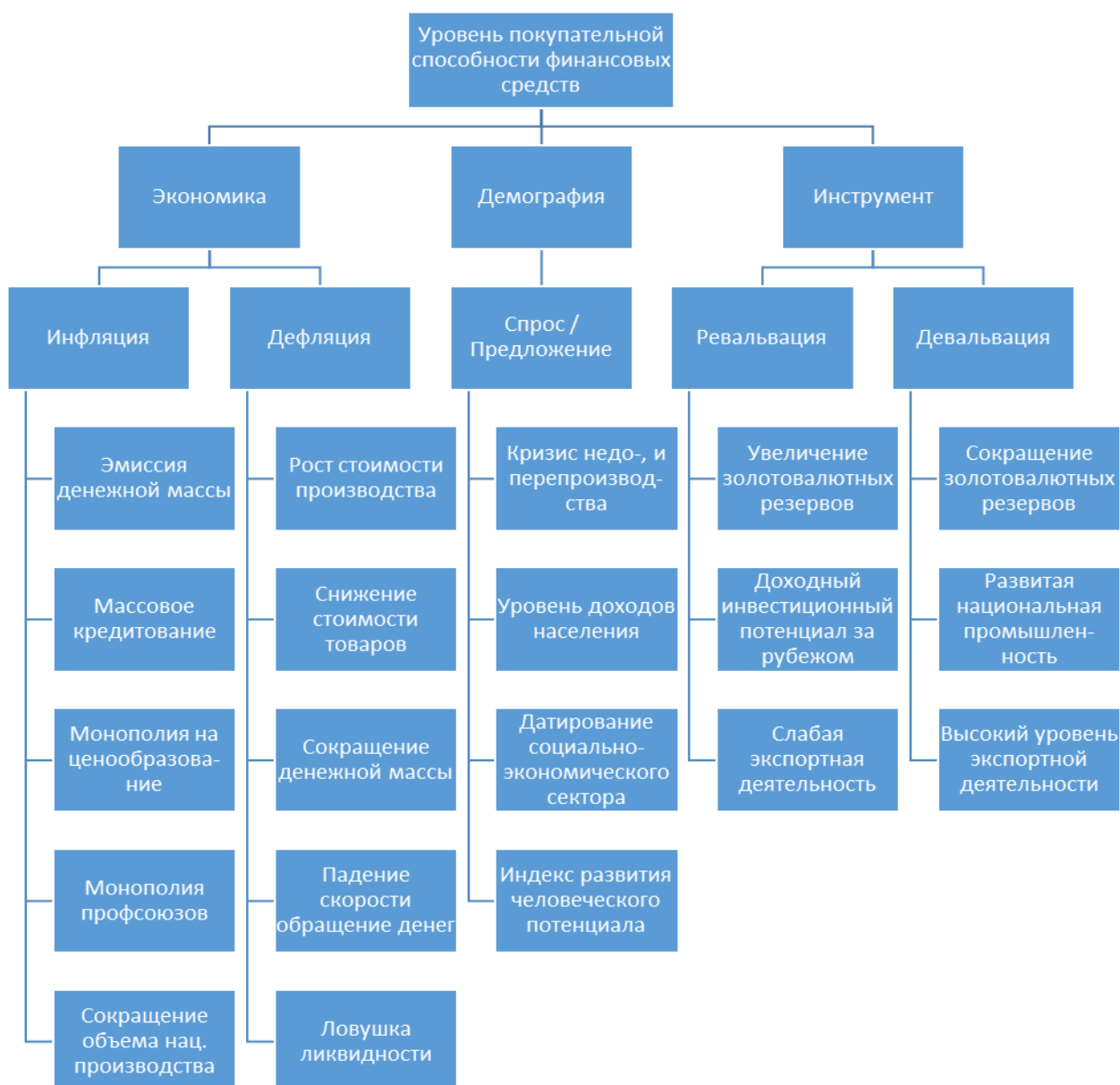


Рисунок 4 – Механизм управления покупательной способностью финансовых средств

Выводы и перспективы дальнейших исследований. Установлено, что набор инструментов в представленном механизме соотносится с причинами возникновения денежных реформ и изменениями динамики товарообменных операций, которые, в свою очередь, через соответствующую политику управления оказывают непосредственное влияние на уровень покупательной способности финансовых средств.

Список литературы

1. Фишер И. Покупательная сила денег: ее определение и отношение к кредиту, проценту и кризисам. / И. Фишер// Москва. М. 1926. - С.14.
2. Миронычев А.Ф. Покупательная способность доллара в переходной экономике России . /А.Ф. Миронычев // Экономическое заключение №1514 Института системного анализа РАН , М.: RSEP 2005. - С. 64-68.
3. Покупательная способность денег и их полезность. [Электронный ресурс] /А.Ф. Афонасьев.// - Режим доступа: http://economican.ru/v_fin.php?id=10.
4. Инфляция. [Электронный ресурс] /Wikimedia Foundation, Inc.// - Режим доступа: <http://ru.wikipedia.org/wiki/Инфляция>.
5. Дефляция (экономика). [Электронный ресурс] /Wikimedia Foundation, Inc.// - Режим доступа: [http://ru.wikipedia.org/wiki/Дефляция_\(экономика\)](http://ru.wikipedia.org/wiki/Дефляция_(экономика)).
6. INFLATION RATE (CONSUMER PRICES). [Электронный ресурс] /Central Intelligence Agency (CIA)// - Режим доступа: <https://www.cia.gov/library/publications/the-world-factbook/rankorder/2092rank.html>.
7. Экономический кризис. [Электронный ресурс] /Wikimedia Foundation, Inc.// - Режим доступа: http://ru.wikipedia.org/wiki/Экономический_кризис.
8. Динамика роста населения Российской Федерации. /Федеральная служба государственной статистики // Российский статистический ежегодник 2014 г. М.:Федеральная служба государственной статистики. 2014. 717 с.
9. Карта убыли/прироста населения регионов России в 2012 году.. [Электронный ресурс] /Wikimedia Foundation, Inc.// - Режим доступа: https://ru.wikipedia.org/wiki/Население_России.
10. Золотовалютные резервы. [Электронный ресурс] /Wikimedia Foundation, Inc.// - Режим доступа: http://ru.wikipedia.org/wiki/Золотовалютные_резервы.
11. Международные резервы Российской Федерации. [Электронный ресурс] /Центральный банк Российской Федерации// - Режим доступа: http://www.cbr.ru/hd_base/Default.aspx?Prtid=mrrf_m.

УДК 332.122

ПРЕДПОСЫЛКИ РАЗВИТИЯ ФИНАНСОВОГО ПОТЕНЦИАЛА ДОНБАССА

К.И. Жильцова,
аспирант

ГО ВПО «Донецкий национальный университет
экономики и торговли имени Михаила Туган-
Барановского», г. Донецк, ДНР
e-mail: peshko_kristina@mail.ru

PRECONDITIONS OF DEVELOPMENT OF THE FINANCIAL POTENTIAL OF DONBASS

Chr.I. Zhiltsova,
graduate student

SO HPE «Donetsk National University of
Economics and Trade named after Mykhail Tugan-
Baranovsky», Donetsk, DPR,
e-mail: peshko_kristina@mail.ru

Реферат

Цель. Рассмотреть предпосылки, влияющие на развитие финансового потенциала Донбасса; проанализировать показатели региональной экономики и разработать предложения по наращиванию регионального финансового потенциала.

Методика. В процессе исследования использованы методы теоретического обобщения и сравнения, анализа и синтеза; факторного и графического финансового анализа.

Результаты. Проанализированы основные экономические показатели региона и предложены пути повышения финансового потенциала путем применения нефинансовых рычагов.

Научная новизна. Усовершенствован научно-методический подход к оценке финансового потенциала региона. Выявлены приоритетные направления развития и предложены пути совершенствования финансового потенциала региона.

Практическая значимость. Разработаны предложения по оптимизации сбалансированности развития территорий региона. Полученные результаты позволяют установить, что развитие финансового потенциала Донбасса – одна из основных остро обсуждаемых проблем, поскольку одним из наиболее приоритетных направлений реализации финансовой политики региона является обеспечение социальной стабильности населения и повышение социально-экономического роста государства. Предложенные мероприятия позволят повысить эффективность финансового потенциала региона за счет использования не только финансовых рычагов, но и всех имеющиеся факторов.

Ключевые слова: *финансовая политика, финансовые ресурсы, структура промышленности, валовой региональный продукт, приоритетные направления государственной финансовой политики.*

Постановка проблемы и ее связь с важными научными и практическими задачами. Современные требования устойчивого развития социально-экономических систем приводят к необходимости развития теории и методологии экономической стабильности, проведения соответствующих расчетов, определения критериев и значения социально-экономических показателей, определяющих границы эффективного и устойчивого развития регионов.

Важнейшим критерием осуществления финансовой политики экономического роста считается наличие необходимых финансовых ресурсов для целей реализации функций управления, имеющих отношение к компетенции региональных органов власти.

Имеющийся объем финансовых ресурсов в регионе все чаще является результатом эффективного управления экономическими процессами, который подтверждает выполнение региональными органами власти своих функций по обеспечению уровня жизни населения и процветания экономики региона [1].

С целью укрепления экономики региона, устранения кризисных явлений, обеспечения пропорциональности и стабильности функционирования различных сфер экономики высокую роль играет процесс развития и поддержания финансового потенциала в регионе, а также контроль его применения.

Анализ последних исследований и публикаций. С 2012 г. глубокий спад экономики Украины, сопровождающийся военно-политическим конфликтом, обострил проблему развития такого крупного финансово-промышленного региона, как Донбасс.

Разделение Украины на зоны влияния – это усиливающаяся тенденция эволюционных процессов разрушающего характера, связанных с трудностями проведения реформ украинского государства и его экономики.

Изложение основного материала исследования. Донецкая область являлась одним из наиболее крупных в экономическом отношении регионов Украины и по итогам 2013 г. занимала 5 место по объемам производства, 3 место по объему валового регионального продукта (7,6%) (табл. 1).

Донбасс в структуре промышленного производства Украины обеспечивал 24,6% общего объема производства, в том числе: Донецкая область – 18,5%, Луганская – 6,1%. Экономика Донецкой области была представлена 150 отраслями, на её территории находилось более 2000 промышленных предприятий, 800 из которых обеспечивали 23% экспортных поступлений Украины.

Область имела положительное сальдо внешней торговли (коэффициент покрытия экспортом импорта составлял 3,44). Прямые иностранные инвестиции за последние 5 довоенных лет увеличились в 3,7 раза, в то время

как в целом по Украине – в 2,65 раза. Официальные межбюджетные трансферты в Донецкую область составляли в 1,1-2,2 раза ниже средних значений по стране. Годовой доход малых предприятий г. Донецка в 2013 г. составил 33,9 млрд. грн., что означало 2/3 его областного объёма. При этом в Донецке было занято 71,1 тыс. чел. на 13,5 тыс. малых предприятиях.

Однако военные действия на Донбассе в течение 2014-2016 гг. привели к резкому сокращению промышленного производства по отношению к предыдущему периоду. Все экономические показатели стремительно падали, появились проблемы, связанные с поставкой сырья и отгрузкой произведенной продукции, а также разрушением производственной инфраструктуры.

Таблица 1 – Доля регионов в общегосударственном показателе ВРП (2013-2014 гг.)

Регион	Доля валового регионального продукта, %
Киевская область и г. Киев	27,5
Днепропетровская область	11,1
Донецкая область	7,6
Харьковская область	6,1
Одесская область	4,7
Львовская область	4,6
Полтавская область	4,4
Запорожская область	4,2
Винницкая область	2,8
Черкасская область	2,4
Ивано-Франковская область	2,4
Николаевская область	2,2
Хмельницкая область	2,0
Луганская область	2,0
Житомирская область	1,9
Сумская область	1,9
Кировоградская область	1,8
Ровенская область	1,8
Волынская область	1,5
Закарпатская область	1,5
Херсонская область	1,5
Тернопольская область	1,4

По состоянию на январь 2018 г. в Донецкой Народной Республике основную долю в промышленности занимает металлургия и металлообработка (37,6%); 10,6% приходится на пищевую промышленность; 8,8% – на коксохимию; 2,2% – на химическую промышленность; 1,6% – на машиностроение. По данным 2015 г. было реализовано продукции предприятий всех отраслей, работающих в ДНР, на сумму 88,1 млрд. руб., из которой 40%

приходится на металлургическую отрасль, затем коксохимическую, добывающую и машиностроительную (рис. 1).

Из общего объёма реализованной с начала 2017 г. промышленной продукции 28,3% составляли товары промежуточного потребления (их доля в структуре промышленности по основным группам по сравнению с январём-сентябрём 2016 г. снизилась на 14,9 процентных пункта – п.п.), 1,6% – инвестиционные товары (доля увеличилась на 0,3 п.п.), 12,6% – потребительские товары кратковременного использования (доля выросла на 2,9 п.п.), 0,5% – потребительские товары длительного использования (увеличение доли на 0,2 п.п.), 57% – энергия (рост доли в структуре составил 11,4 п.п.).



Рисунок 1 – Структура промышленности ДНР в 2017 г.

За период с сентября 2014 г. по 2016 г. в г. Донецке зарегистрировано 5,5 тыс. предприятий малого бизнеса с численностью занятых 38,2 тыс. чел. и 23,2 тыс. физлиц – предпринимателей, у которых работает почти 10 тыс. чел. По итогам 2015 г. малыми предприятиями города реализовано продукции, выполнено работ и предоставлено услуг на сумму 34,4 млрд. руб. [3].

Экономика Донецкой Народной Республики находится в стадии стремительного преобразования. Сравнение ситуации 2018 г. и 2014-2016 гг. свидетельствует о наличии значительного потенциала развития Республики.

Необходима консолидация всех имеющихся ресурсов, которые следует направить не только на интенсивное послевоенное восстановление, но и на реализацию общей сверхзадачи: превращения разрушенной войной территории в современное процветающее государство [2].

Сегодня развитие финансового и промышленного потенциала Донецкой Народной Республики связано со значительными достижениями в реализации функций государственных органов власти.

Формирование Министерства промышленности и торговли, а также Министерства экономического развития Донецкой Народной Республики позволило остановить разрушительные последствия экономической блокады и военного переворота, а впоследствии поддержать развитие финансового

потенциала Республики. Одной из важнейших функций указанных министерств является восстановление межхозяйственных связей и взаимоотношений хозяйствующих субъектов, разорванных в сложное военное время.

В 2017 г. начали или возобновили производственную деятельность после длительного простоя [3]:

- 7 предприятий горно-металлургического комплекса;
- 2 предприятия лёгкой промышленности;
- 23 субъекта предпринимательской деятельности пищевой промышленности;
- 1 предприятие химической промышленности;
- 1 предприятие фармацевтической промышленности.

Объем реализованной продукции предприятиями ДНР представлен в табл. 2.

Таблица 2 – Основные показатели хозяйственной деятельности производственных предприятий различных отраслей экономики ДНР [4]

Отрасль экономики	Объем реализованной продукции, млн. руб.	Объем экспорта, млн. руб.	Численность персонала, тыс. чел.
Металлургический комплекс	47345	18540	24,15
Добыча нерудных полезных ископаемых	268,7	185,9	3,2
Машиностроительный комплекс	2758,3	1937,4	7,7
Химическая промышленность	1058,1	329,3	1,84
Фармацевтическая промышленность	206,7	89,9	0,22
Производство бумаги и бумажных изделий	1076,7	329,6	0,65
Лёгкая промышленность	177,1	59,2	0,37
Пищевая промышленность	9702	2864	9,54

Объем розничного товарооборота предприятий – юридических лиц в 2017 году составил 33,5 млрд. руб., что на 2,8 млрд. руб. выше показателя 2016 г. Объем оптового товарооборота таких предприятий – 53,6 млрд. руб. Количество объектов торговли составило 10930 ед., в том числе 8493 продовольственного и непродовольственного магазина, 2437 объектов мелкорозничной торговой сети. Годовой прирост количества предприятий

торговли – 608 ед. (5,9%). В Республике функционируют 1726 объектов общественного питания и 2642 предприятия бытового обслуживания.

Торговую деятельность в Республике в 2017 году осуществляли 19 торговых сетей, общее количество магазинов которых насчитывало 240 ед. (на 27% больше, чем в 2016 г.). В 2017 г. были открыты 34 магазина в 7 торговых сетях. В общем объеме розничного товарооборота предприятий Республики доля товаров отечественного производства составляет более 40%.

Доля продаж многих социально значимых групп товаров отечественного производства в общем товарообороте превысила 50%: хлебобулочных изделий – 93%, колбасных изделий – 84, мяса птицы и яйца – 79 и 74 соответственно, молочных продуктов и мучных кондитерских изделий – около 60%. Среднесписочная численность штатных работников предприятий сферы торговли составила 23,7 тыс. чел., увеличившись по сравнению с 2016 г. на 14,8%.

В 2018 г. на территории Донецкой Народной Республики за счет средств республиканского бюджета реализовывались мероприятия 11 Республиканских целевых программ.

Выполнение расходной части бюджета в 2017 г. представлено на рис. 2.

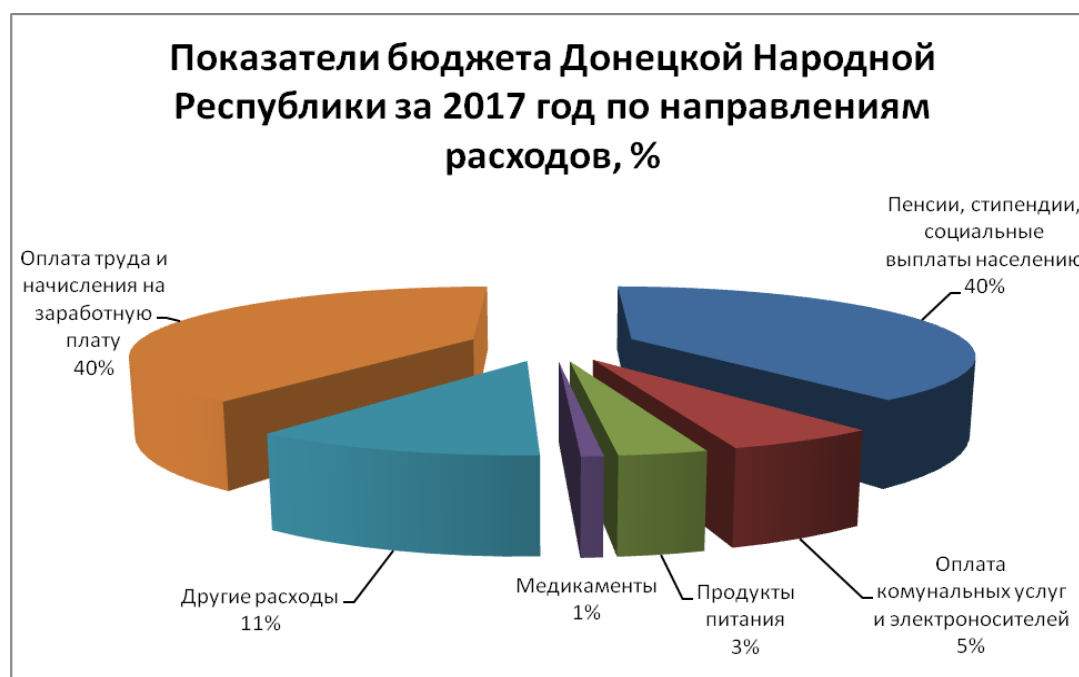


Рисунок 2 – Показатели бюджета Донецкой Народной Республики за 2017 г. по направлениям расходов

Одним из наиболее приоритетных направлений реализации финансовой политики региона в части расходов является обеспечение социальной стабильности населения. В общей структуре расходов республиканского бюджета более 40% общего объема плановых расходов направлено на осуществление социальных выплат гражданам, остальная часть отводится на

финансирование деятельности бюджетных учреждений образования, здравоохранения, культуры, спорта, а также учреждений социальной защиты.

Таким образом, сегодня финансовая политика Донецкой Народной Республики направлена на поддержание социального равновесия и в целом способствует укреплению финансового потенциала региона.

Выводы и перспективы дальнейших исследований. Для повышения финансового потенциала региона целесообразно использовать не только финансовые рычаги, но и все имеющиеся факторы, которые могут обеспечить укрепление экономики, а именно:

- выгодное экономическое расположение Республики;
- наличие квалифицированных трудовых ресурсов;
- рекреационные возможности в сфере индустрии туризма и отдыха, привлечение в эту сферу иностранных инвестиций;
- отсутствие ограничений по основным видам материально-сырьевых ресурсов, за исключением нефти и газа;
- наличие неиспользованных производственных и непроизводственных мощностей и возможность их более эффективного использования в сферах быстрого оборота капитала;
- необходимость создания надлежащих условий для активизации деятельности интеллектуального потенциала, привлечения высококвалифицированных специалистов, ученых к решению созревших проблем развития приоритетных направлений в народном хозяйстве.

Реализация приоритетных направлений государственной финансовой политики способствует достижению стабильных экономических показателей, наращиванию финансового потенциала и обеспечению благосостояния населения Республики.

Список литературы

1. Васильева М.В. Роль баланса финансовых ресурсов региона в реализации эффективной финансовой // *Фундаментальные исследования*. – 2006.–№7. – С. 54-56; [Электронный ресурс] – Режим доступа:<http://www.fundamental-research.ru/ru/article/view?id=5188> (дата обращения: 29.04.2018).
2. Воронин Ю.М., Коркин С.К., Габутдинова А.М. Финансовый баланс региона // *Финансы*. 1991. №12 С.7
3. Официальный сайт Министерства промышленности и торговли Донецкой Народной Республики [Электронный ресурс] – Режим доступа <http://mptdnr.ru/>(дата обращения: 29.04.2018).
4. Официальный сайт Министерства экономического развития Донецкой Народной Республики [Электронный ресурс] – Режим доступа <http://mer.govdnr.ru/>(дата обращения: 29.04.2018).

УДК 336.7

МЕЖДУНАРОДНЫЙ ОПЫТ РАЗВИТИЯ БАНКОВСКИХ СИСТЕМ

И.П. Никитина, аспирант ГО ВПО «Донецкий национальный университет экономики и торговли имени Михаила Туган-Барановского», г. Донецк, ДНР,
e-mail: irinapo@yandex.ua

INTERNATIONAL EXPERIENCE IN THE DEVELOPMENT OF BANKING SYSTEMS

I.P. Nikitina, graduate student SO HPE «Donetsk National University of Economics and Trade named after Mykhayil Tugan-Baranovsky », Donetsk, DPR,
e-mail: irinapo@yandex.ua

Реферат

Цель. Цель статьи заключается в исследовании особенностей функционирования центральных банков некоторых непризнанных республик и их сравнение с особенностями центральных банков стран БРИКС.

Методика. В процессе исследования использованы методы теоретического обобщения и сравнения (при проведении оценки независимости центральных банков стран БРИКС и непризнанных государств), анализа и синтеза (при выделении причин появления непризнанных государств), индукции и дедукции (при формулировании выводов).

Результаты. Рассмотрены причины появления непризнанных государств. Исследованы возможности непризнанных государств на международной арене. Проведена оценка независимости центральных банков стран БРИКС и непризнанных республик, на основе которой сформулированы выводы о возможности использования опыта стран БРИКС в развитии банковских систем непризнанных республик.

Научная новизна. Проведена оценка независимости центральных банков стран БРИКС и непризнанных республик.

Практическая значимость. Полученные результаты направлены на развитие банковских систем непризнанных республик на основе опыта объединения БРИКС, которое создает новые, эффективные методы организации финансово-банковских отношений.

Ключевые слова: *БРИКС, непризнанные государства, центральный банк, независимость центрального банка, финансово-банковские отношения.*

Постановка проблемы и ее связь с важными научными и практическими задачами. Исследование предпосылок становления БРИКС

позволило определить, что некоторые экономисты считают данное объединение неудачной инициативой, имеющей трудности в формировании общих позиций, потенциал развития которого под вопросом. Кроме этого, существует мнение о том, что БРИКС представляет собой лишь краткосрочный режим, который действует в рамках определенного геополитического поля и рассчитан только на борьбу с проявлениями финансового кризиса. Немаловажным моментом, отрицательно влияющим на мнение мирового сообщества относительно БРИКС, является отсутствие международно-правовой формализации отношений между странами-членами объединения. Исходя из этого, актуальным является исследование в контексте анализа банковского сотрудничества БРИКС особенностей банковских сфер непризнанных республик, поскольку некоторые из них входят в сферу геополитических интересов стран-участниц группы.

Анализ последних исследований и публикаций. Проблемам развития непризнанных республик в условиях формирования новых форматов финансово-банковских отношений посвящены труды Л.А. Бердегуловой, С.Е. Каплиной, В.А. Колосова, Д.Г. Николаева, С.А. Осиповой, А.Б. Себенцова и др. Однако вопрос вероятности развития банковских систем непризнанных республик на основе опыта крупных государственных объединений, каковым является БРИКС, остается недостаточно раскрытым и требует дальнейшего исследования.

Изложение основного материала исследования. Проблема существования непризнанных государств возникает вследствие отсутствия правовой преемственности с предшествующим государственным образованием.

Так, непризнанные государства представляют собой политические образования, которые обладают основными признаками государственности, однако лишены международного признания. Данное название довольно условно, поскольку указывает не на форму организации власти и наличие / отсутствие суверенитета, а, скорее, на проблему существования таких государств на мировой арене, в международно-правовых и политических отношениях, на факт их признания или непризнания [6, с. 28]. В то же время для того, чтобы называться государствами, такие политико-территориальные образования должны обладать рядом признаков. Так, Л. Бердегулова и С. Каплина условно выделяют две основные группы таких признаков: внешние и внутренние. К внешним они относят способность непризнанного государства [1, с. 142]:

- обеспечивать собственную безопасность, прежде всего военную;
- проводить относительно самостоятельную внешнюю политику, по меньшей мере, в рамках своей региональной системы (в частности по вопросу влияния на ход переговорного процесса с «метрополией») с участием сверхдержав и международных организаций.

Среди внутренних признаков исследователи выделяют способность непризнанного государства реализовать суверенитет на подконтрольной ему территории, гарантировать внутривнутриполитическую стабильность и деятельность

государственных структур, а также обеспечивать минимальные социально-экономические потребности населения [1, с. 142].

В разных источниках выделяют различные признаки государства [1; 3; 5; 6]. Так, важным условием для эффективного функционирования государства считается наличие армии, способной защитить ее внутренний и внешний суверенитет. При этом не все признанные в мире государства ею владеют. В частности, Коста-Рика, государство в Центральной Америке, еще в 1948 г. отказалось от использования армии и на сегодня единственной силовой структурой в этой стране является полиция. Это единственная в Америке нейтральная страна [5, с. 31].

В научной литературе высказываются разные взгляды относительно возможностей непризнанных государств на международной арене. Одни авторы [1; 5] исходят из того, что факт непризнания того или иного образования не исключает его автоматически из системы международных отношений: отношения мирового сообщества и отдельных стран с непризнанными государствами могут относительно успешно развиваться в таких сферах, как межпарламентское сотрудничество, сотрудничество в сфере экономической интеграции, производственной кооперации и т.п. Все эти формы сотрудничества базируются на нормативно-правовых актах – договорах, соглашениях, тогда как правовая основа взаимодействия непризнанных государств с мировым сообществом и между собой формируется стихийно [1, с. 143].

Существует мнение о том, что поведение непризнанных государств на международной арене в значительной степени зависит от их внутренних характеристик, в частности от степени демократии в стране, интересов политической элиты, социально-экономических показателей [3, с. 124]. Другие исследователи считают, что государствам трудно существовать в условиях непризнания или частичного признания, прежде всего, из-за низкой степени доверия к ним со стороны субъектов международных отношений [5, с. 37]. Как отмечает М. Ригл, «большинство непризнанных государств находятся в положении государств-изгоев, что сужает их экономическую деятельность» [5, с. 38].

Непризнанные государства могут привлечь иностранных инвесторов, однако не могут присоединиться к международным организациям, осуществлять торговлю на глобальном рынке (в сфере товаров широкого потребления, военного оборудования и т.п.), получать займы от Международного валютного фонда или Всемирного банка, их жители ограничены в путешествиях или представлении своих «государств» в спорте. Заметим, что при условии взаимосвязанности и взаимозависимости государств современного мира ограничения членства государства в международных организациях и объема политических трансакций с его участием негативно влияют на его развитие.

Анализ особенностей развития непризнанных государств [1; 3; 5; 6] показал, что для получения международного признания их представители приводят следующие аргументы:

- 1) появление внутренней эффективности (способности контролировать территорию и население в пределах определенной юрисдикции);
- 2) территориальную и правительственную легитимность (которую демонстрируют с помощью демократических политических систем);
- 3) исторические традиции государственности;
- 4) право на самоопределение.

Современные спорные государства входят в сферу геополитических интересов России, Турции, США и других важных игроков на международной арене, что усложняет решение вопроса их признания. Длительное время мировое сообщество считало проблему непризнанных государств мимолетным явлением – результатом совпадения текущих обстоятельств, частью игры политических интересов мировых игроков [1, с. 143]. Важность данного вопроса остается недооцененной. При этом утверждение процедуры и критериев признания заставило бы государства их неукоснительно соблюдать, а это не всегда соответствует их интересам. Поэтому государства в условиях неопределенности часто проявляют непоследовательность, признавая одни самопровозглашенные государственные образования и выступая против других.

Неоднозначность проблемы заложена в принципах международного права, очерченных в Уставе ООН. Так, существует коллизия принципов права наций на самоопределение и нерушимости государственных границ. Несмотря на то, что они равны с точки зрения международного права, страны предпочитают использовать одни из них в противовес другим, исходя из политической целесообразности, учитывая преимущества и недостатки, которые может повлечь акт признания. Исходя из этого, проблему признания независимости нельзя оценивать с юридической точки без учета политической составляющей, поскольку, с одной стороны, признание – это институт международного права, а с другой – это политический акт [1, с. 143].

В качестве примера приведем провозглашение независимости государства Бангладеш от Пакистана в начале 70-х годов XX в., признание которого произошло с учетом принципа права наций на самоопределение. При этом, примерно в то же время, в подобной ситуации, когда в Нигерии одна из провинций провозгласила независимость под названием Биафра, государства апеллировали к принципу нерушимости государственных границ и отказали ей в признании. Причина этого заключалась во взрывоопасности африканского континента, государственные границы на котором проложены без учета этнических, религиозных и других особенностей. Прецедент признания республики Биафра мог бы вызвать волну национально-освободительных движений в Африке, способствовать неконтролируемому и массовому провозглашению независимых государств на континенте [6, с. 37].

Таким образом, непризнанные государства имеют ограниченные экономические и политические возможности на международной арене: им трудно привлекать иностранные инвестиции, участвовать в работе международных организаций и разнообразных культурных проектах. Многие из них рассчитывают на помощь и поддержку государств-покровителей, которые с помощью различных дотаций способствуют развитию непризнанных государств. Также основой существования данных политических образований является внутренняя поддержка населения.

Следовательно, для эффективного функционирования непризнанных государств важным является развитие экономики и экономических связей, в частности, становление банковской системы, и, прежде всего, формирование и развитие центрального банка, денежно-кредитная политика которого является неотъемлемой частью экономической политики органов государственного регулирования. При этом эффективная реализация центральным банком денежно-кредитной политики в значительной степени зависит от его правового статуса и уровня независимости от органов исполнительной власти, что касается и стран-участниц БРИКС. Исходя из этого, для обеспечения макроэкономической стабильности необходимо формирование оптимального механизма взаимодействия между органами монетарного и немонетарного регулирования, т.е. определение оптимальной степени независимости центрального банка.

В научной литературе [1-6] выделяется политическая и экономическая независимость центральных банков, где из множества субъективных факторов:

- процедура назначения руководства банка;
- участие центрального банка в финансировании бюджетного дефицита,
- вмешательство правительства в реализацию денежно-кредитной политики и др.

Кроме того, достаточно важной характеристикой является так называемая прозрачность или транспарентность, т.е. уровень раскрытия центральным банком информации, на основе которой субъекты рынка формируют свое поведение и ожидания. Сегодня наиболее высокие показатели транспарентности имеют центральные банки стран Западной Европы и Океании, в частности, Центральный банк Новой Зеландии, шведский Риксбанк и Банк Англии. При этом центральные банки стран БРИКС входят в группу с низкой информационной транспарентностью и стоят в одном ряду с центральными банками Сальвадора, Бахрейна и Катара [5, с. 38].

Как показал анализ научной литературы [1-4; 6], для оценки уровня развития и независимости деятельности центральных банков государств применяется совокупность индексов, основными из которых являются следующие: Индекс GMT, Индекс Алесини и Саммерса, Индекс Ейффингера-Шалинга, Индекс Цукермана, Индекс подотчетности центрального банка.

Данные индексы не являются универсальными, что делает невозможным их применение при исследовании независимости центральных банков нескольких стран. В связи с этим предлагается использовать методику

С.А. Осиповой, предполагающую применение системы критериев оценки независимости центральных банков стран (см. рисунок).

1. Управляющий центральным банком назначается совместно парламентом и правительством.	2. Управляющий центральным банком назначается на срок более пяти лет.	3. Ни один из членов правления центрального банка не назначается правительством.	4. Члены правления центрального банка назначаются на срок более пяти лет.
5. Одобрение денежно-кредитной политики со стороны парламента или правительства не требуется	6. Участие центрального банка в разработке налогово-бюджетной политики.	7. Подотчетность центрального банка прописана в законодательстве	8. Наличие правовой поддержки действий центрального банка в случае конфликта с правительством.
9. Покупка центральным банком ценных бумаг правительства.	10. Условия финансирования устанавливаются центральным банком.	11. Операции с ценными бумагами правительства осуществляются на первичном рынке.	12. Валютный курс устанавливается исключительно центральным банком.
	13. Дисконтная процентная ставка (ставка рефинансирования) устанавливается центральным банком самостоятельно.	14. Надзор за коммерческими банками не входит в функции центрального банка.	

Рисунок 1 – Критерии оценки независимости центральных банков БРИКС по С.А. Осиповой [3]

Значение каждого из критериев автор предлагает оценивать следующим образом: положительное оценивается как единица («да»), отрицательное – как ноль («нет»). Полученные значения по всем критериям суммируются. Чем выше итоговый результат, тем более независим центральный банк.

Согласно результатам проведенной оценки степени независимости центральных банков стран БРИКС и некоторых непризнанных государств наиболее независимыми банками среди стран БРИКС являются центральные банки России и Китая (см. таблицу). Однако если сравнивать данные показатели с ведущими странами, то, безусловно, страны БРИКС в большей степени подвержены влиянию правительства на принятие основных решений в отношении обеспечения стабильности банковской системы. При этом в Южно-Африканской Республике центральный банк является менее независимым – это обусловлено тем, что современный банковский сектор находится в стадии становления, вследствие чего правительство вынуждено участвовать в управлении и принятии решений, а также законодательно регулировать деятельность центрального банка.

В свою очередь, центральные банки непризнанных государств являются довольно зависимыми от правительства, о чем свидетельствует итоговый показатель оценки.

Таблица 1 – Результаты оценки независимости центральных банков стран БРИКС и некоторых непризнанных государств¹

Критерий	Бразилия	Россия	Индия	Китай	ЮАР	Донецкая Народная Республика	Республика Южная Осетия	Приднестровская Молдавская Республика	Республика Абхазия	Республика Косово
Управляющий центральным банком назначается совместно парламентом и правительством	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
Управляющий центральным банком назначается на срок более пяти лет	1	1	1	1	0	0	1	1	1	1
Ни один из членов правления центрального банка не назначается правительством	1	1	0	0	0	0	0	0	0	0
Члены правления центрального банка назначаются на срок более пяти лет	1	1	1	1	1	0	0	0	0	0
Одобрение денежно-кредитной политики со стороны парламента или правительства не требуется	0	1	1	0	0	1	1	1	1	1
Участие центрального банка в разработке налогово-бюджетной политики	0	1	0	1	0	0	0	0	0	0
Подотчетность центрального банка прописана в законодательстве	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
Наличие правовой поддержки действий центрального банка в случае конфликта с правительством	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0
Покупка центральным банком ценных бумаг правительства	1	1	1	1	1	0	0	0	0	0
Условия финансирования устанавливаются центральным банком	1	1	1	1	1	1	1	1	0	0
Операции с ценными бумагами правительства осуществляются на первичном рынке	1	1	1	1	1	0	0	0	0	0
Валютный курс устанавливается исключительно центральным банком	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
Дисконтная процентная ставка (ставка рефинансирования) устанавливается центральным банком самостоятельно	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
Надзор за коммерческими банками не входит в функции центрального банка	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Всего	10	12	10	11	8	6	7	7	6	6

¹ Составлено по данным официальных сайтов центральных банков [7-16].

С другой стороны, тесное сотрудничество банковского сектора с государством позволяет республикам более оперативно реагировать на возникающие негативные факторы и быстрее стабилизировать экономическую ситуацию.

Следует отметить, что независимый центральный банк успешен тогда, когда занимает определенное положение в обществе. Профессиональная этика его руководителей должна делать их зависимыми от оценок признаваемых ими специалистов по денежной системе, среди которых должно быть определенное единодушие относительно того, что можно считать компетентной денежной политикой. Общественное мнение также должно ценить центральный банк и защищать его свободу от политических давлений.

Выводы и перспективы дальнейших исследований. Таким образом, непризнанные государства, в частности Донецкая Народная Республика, могут использовать в практике своего экономического развития опыт объединения БРИКС, которое находится в стадии формирования общей среды деятельности и поиске эффективных методов организации финансово-банковских отношений.

Список литературы

1. Дипломатическое признание вновь возникающих государств как субъектов международно-правовых отношений / Л.А. Бердегулова, С.Е. Каплина // Вестник ЗабГУ. – 2014. – № 2 (105). – С. 140-146.
2. Мягкова Т.Л. Банковское дело: учебно-методическое пособие / Т.Л. Мягкова. – Саратов: Ай Пи Эр Медиа, 2015. – 212 с.
3. Осипова С.А. Непризнанные государства как политико-правовой феномен: теоретико-методологический аспект / С.А. Осипова // Вестник СевНТУ: сб. науч. труд. Сер. Политология. – 2011. – Вып. 123. – С. 124-127.
4. Тавасиев А.М. Банковское дело: в 2 ч. Ч. 1. Общие вопросы банковской деятельности: учебник для академического бакалавриата. – 2-е изд., перераб. и доп. – М.: Юрайт, 2017. – 186 с.
5. Феномен неконтролируемых территорий в современном мире / А.Б. Себенцов, В.А. Колосов // Полис. Политические исследования. – 2012. – № 2. – С. 31-46
6. Феномен непризнанных государств в мировой политике / Д.Г. Николаев // Вестник Московского университета. Сер. 25. Международные отношения и мировая политика. – 2010. – № 1. – С. 27-41.
7. Центральный Республиканский Банк Донецкой Народной Республики [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://crb-dnr.ru>.
8. Центральный банк Приднестровья [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.cbpmr.net>.
9. Центральный банк Республики Абхазия [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.nb-ra.org>.

10. Центральный банк Республики Косово [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://bqk-kos.org>.
11. Центральный банк Республики Южная Осетия [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.bank-ossetia.org>.
12. Центральный банк Российской Федерации [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.cbr.ru>.
13. Banco Central do Brasil [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.bcb.gov.br/en/#!/home>.
14. Reserve Bank of India [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.rbi.org.in>.
15. South African Reserve Bank [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.resbank.co.za/Pages/default.aspx>.
16. The People's Bank of China [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.pbc.gov.cn/english/130437/index.html>.

УДК 330.46

ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ НАЛОГОВОЙ СИСТЕМЫ В УСЛОВИЯХ СОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ НАЛОГОВОГО ПРОГНОЗИРОВАНИЯ И ПЛАНИРОВАНИЯ

В.А. Орлова,
д-р экон. наук, профессор,
О.В. Мелентьева,
канд. экон. наук, доцент

ГО ВПО «Донецкий национальный
университет экономики и торговли имени
Михаила Туган-Барановского», г. Донецк,
ДНР, e-mail: oks.m2010@yandex.ru

TRENDS IN THE DEVELOPMENT OF THE TAX SYSTEM IN TERMS OF IMPROVING TAX FORECASTING AND PLANNING

**V.A. Orlova, is the Doctor of
Economics, is professor,
O.V. Melentieva, candidate of
Economic Sciences, associate
Professor**

SO HPE «Donetsk National University of
Economics and Trade named after
Mykhayil Tugan-Baranovsky», Donetsk, DPR,
e-mail: oks.m2010@yandex.ru

Реферат

Цель. Цель статьи заключается в изучении и оценке тенденций развития налоговой системы в условиях совершенствования налогового прогнозирования и планирования.

Методика. В процессе исследования использованы методы теоретического обобщения, сравнения, группировки, синтеза, индукции и дедукции, систематизации информации.

Результаты. Изложены принципы налогообложения, являющиеся основой успешного функционирования современной налоговой системы.

Научная новизна. Усовершенствованы теоретические и исторические аспекты развития налоговой системы на основе налогового прогнозирования и планирования; определены принципы построения налоговой системы.

Практическая значимость. Полученные результаты доказывают, что перспективы развития налогового планирования тесно связаны с процессом внедрения средне- и долгосрочных методов планирования, скользящего трехлетнего финансового плана.

Ключевые слова: *налоговая система, налоговая политика, управление налоговой системой, налоговое администрирование, принципы налогообложения, государственное налоговое планирование, налоговое прогнозирование.*

Постановка проблемы и ее связь с важными научными и практическими задачами. Любое государство для создания высокоразвитой экономики и дальнейшего ее динамичного развития стремится создавать эффективную, законодательно установленную налоговую систему, направленную на финансирование государственных расходов, а также на стимулирование экономической активности субъектов хозяйственной деятельности. Решение таких задач входит в сферу государственного налогового планирования, ведь налоги являются основным источником формирования доходов государственного бюджета страны с целью финансирования расходов на развитие социальной, экономической, а также других сфер деятельности. Налоги служат одним из действенных инструментов регулирования экономики страны, а также наиболее важным элементом финансовых отношений на уровне государства, регионов, муниципалитетов, предприятий, граждан [1].

Анализ последних исследований и публикаций. Принципы и тенденции развития налоговой системы подробно представлены в работах И. Бабленковой, В. Богарова, М. Бухалкова, Л. Владимировой, Ю. Иванова. Одним из важнейших принципов авторы называют принцип согласования интересов налогоплательщиков и государства. Однако главным принципом налогового планирования принято считать принцип законности, позволяющий четко разграничивать, например, понятия «налоговое планирование» и «уклонение от уплаты налогов».

Изложение основного материала исследований. Одним из основных требований успешного функционирования любой системы является необходимость того, чтобы действия всех составляющих системы могли воздействовать на ее функционирование в целом, но не могли сделать это независимо от других элементов. Данное требование реализовалось в налоговой системе достаточно полно. Таким образом, в эффективной налоговой системе в определенной степени фактически проявляется зависимость налоговых администраций и налогоплательщиков от законодательства и налогов.

Основополагающие идеи, правила и положения, разработанные учеными-экономистами и предложенные для практического применения в сфере налогообложения, представляют собой классические принципы налогообложения [2].

Экономическое учение А. Смита оказало значительное влияние на развитие политической экономии, а как автор четырех принципов налогообложения, названных «великой хартией вольностей плательщика», «максимами налогообложения» и «декларацией прав плательщика», он внес весомый вклад в теорию налогообложения [3]. Принципы налогообложения, установленные А. Смитом, исходят из интересов плательщика налогов, а не государства.

Практика налогообложения свидетельствует о том, что необходимым условием успешного администрирования (управления) налогов являются принципы налогообложения, предусматривающие теоретические, организационные и этические идеалы функционирования системы налогообложения, предложенные А. Вагнером (табл. 1).

Таблица 1 – Принципы налогообложения по А. Вагнеру

Группа	Принципы
Финансовые принципы организации налогообложения	1. Достаточность налогообложения. 2. Эластичность налогообложения
Экономические принципы	3. Надлежащий выбор источника налогообложения. 4. Правильная комбинация различных налогов для отбора в такую систему, которая считалась бы с последствиями и условиями их переложения
Принципы справедливости или сравнительного распределения налогов	5. Всеобщность налогообложения. 6. Равномерность налогообложения
Принципы администрирования налогов	7. Определенность налогообложения. 8. Удобство уплаты. 9. Обеспечение максимального снижения издержек по взиманию налогов

¹ Составлено с использованием данных источника [4].

Все девять принципов А. Вагнера довольно выгодно отличаются от принципов, определенных А. Смитом, тем, что А. Вагнер, признавая право на индивидуальные мотивации плательщиков налогов, отстаивал государственную позицию.

Структура и содержание налогового планирования представлены на рисунке.

Кроме того, не только сущность государственного и корпоративного налогового планирования, но и задачи разных уровней налогового планирования характеризуются противоположностью. Они различаются в зависимости от того, кто их ставит: государственные органы или руководители предпринимательских структур.



Рисунок 1 – Структура и содержание налогового планирования

На практике физические лица с целью применения механизма налогового планирования пользуются услугами налоговых органов, специализированных компаний, торгово-промышленных палат, которые на высоком профессиональном уровне способствуют решению вопросов международного налогового планирования [6].

Налоговое планирование предусматривает также необходимость знания плательщиком налогов условий налоговых режимов, способствующих стимулированию деятельности субъектов хозяйствования. Ведь при переходе с одного налогового режима на другой возникает потребность в изменении формы или содержания деятельности плательщика, а также других признаков, которые учитываются налоговым законодательством для определения налоговых обязательств граждан, физических лиц – субъектов предпринимательства и юридических лиц как плательщиков налогов [5].

Более того, любое государство создает суверенную национальную налоговую систему, включающую такой важный элемент, как администрирование налогов, осуществляемое фискальными и таможенными органами.

В частности, фискальные органы обеспечивают реализацию целого комплекса специальных мер: регистрационно-учетные процедуры и государственный налоговый контроль субъектов хозяйствования, осуществляющих внешнеэкономическую деятельность; способы согласования налоговых обязательств и выполнения обязанностей по полной уплате налогов; процедуры, предусмотренные законодательно, по применению норм административной, финансовой и уголовной ответственности к плательщикам налогов, допустившим нарушения требований налогового и таможенного права.

Организационно-правовые формы предпринимательской деятельности за рубежом приведены в табл. 2.

Таблица 2 – Организационно-правовые формы предпринимательской деятельности за рубежом

Островная правовая система	Англосаксонская правовая система	Континентальная правовая система
Индивидуальное предприятие	Индивидуальное предприятие	Индивидуальное предприятие
Общее партнерство	Общее партнерство	Полное общество
Партнерство с ограниченной ответственностью (ограниченные партнерства)	Партнерство с ограниченной ответственностью (ограниченные партнерства)	Коммандитное общество
Частная компания	Частная (закрытая) корпорация	Акционерное общество закрытого типа
Публичная компания (корпорация)	Публичная корпорация	Акционерное общество открытого типа
Международная предпринимательская компания	Компания с ограниченной ответственностью	Международная предпринимательская компания

Можно утверждать, что в целом налоговое планирование в налоговой системе и системе управления налогами обусловлена необходимостью формирования налоговых доходов бюджетов всех уровней на каждый предстоящий календарный год и на стратегическую перспективу.

Выводы и перспективы дальнейших исследований. В настоящее время в практике налогового планирования и прогнозирования возникли серьезные проблемы в связи с быстрыми изменениями конъюнктуры мирового рынка и мировых цен на энергоносители и другие сырьевые ресурсы, преобладающие в общем объеме экспорта.

Направления дальнейших научных исследований является изучение и оценка комплекса мероприятий, направленных на гармонизацию налоговых и таможенных отношений через таможенно-тарифное регулирование, а также через регулирование налоговых ставок по акцизам и НДС. Экономическое, правовое и политическое регулирование внешнеэкономической деятельности имеет непосредственное влияние на качество функционирования таможенного пространства. Нормативно-правовое, законодательное и методическое обеспечение деятельности таможенных органов нуждается в разработке новых и совершенствованию действующих инструментов и механизмов практической реализации правил международной торговли.

Список литературы

1. Энциклопедия теоретических основ налогообложения / [И.А. Майбуров и др.]: под ред. И.А. Майбурова, Ю.Б. Иванова. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2016. – 503 с. – С. - 265.
2. Буковецкий А.И. Введение в финансовую науку. – Л., 1929. – С. 144.
3. Classics in the Theory of Public Finance / Ed. by R.A. Musgrave, A.T. Peacock. – London: Macmillan; New York: St Martin`s Press, 1967. – P. 11.
4. Болдырев Г.И. Подоходный налог на Западе и в России. – Л, 1924. – С. 4-5.
5. Майбуров И.А. Теория и история налогообложения: Учебник. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2007. – С. 301.
6. Jack P. Friedman Dictionary of Business Terms. – Barron's Educational Series Inc, 2000. – P. 736.
7. Рюмин С.М. Налоговое планирование: общие принципы и проблемы // Налоговый вестник. – 2005. – № 2. – С. 123.
8. Налоговый менеджмент. Продвинутый курс: учебник для магистрантов, обучающихся по программам, направления «Финансы и кредит» / Под ред. И.А. Майбурова, Ю.Б. Иванова. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2014. – 559 с.
9. Бюджетная система России: Учебник / Под ред. Г.Б. Поляка. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2008. – С.193.
10. Налоговое планирование и контроль : учебное пособие для магистрантов направления подготовки 38.04.08 направления «Финансы и кредит» / В. А. Орлова, О. В Мелентьева, Е.В. Грицак, А.А.Козак [и др.] . – 1-е изд. – Донецк : ГО ВПО «ДонНУЭТ», 2018. – 226 с. – С. 66-70.
11. Рабочая книга по прогнозированию / Отв. ред. И.В. Бестужев-Лада. – М.: Мысль, 1982. – С.29.
12. Янч Э. Прогнозирование научно-технического прогресса. – М.: Прогресс, 1974. – С.6.

БУХГАЛТЕРСКИЙ УЧЕТ, АНАЛИЗ И КОНТРОЛЬ

УДК 332.146.2

СТАНОВЛЕНИЕ И РАЗВИТИЕ СОЦИАЛЬНОЙ ОТВЕТСТВЕННОСТИ БИЗНЕСА В СОВРЕМЕННОЙ ЭКОНОМИКЕ

Ю.Л. Петрушевский,
д-р экон. наук,
профессор

ГОУ ВПО «Донецкая академия управления и
государственной службы при Главе Донецкой
Народной Республики», г. Донецк, ДНР,
e-mail: y.petrushevskiy@mail.ru

FORMATION AND DEVELOPMENT OF SOCIAL RESPONSIBILITY OF BUSINESS IN MODERN ECONOMY

Y. L. Petrushevskiy,
PhD, professor

SEE HPE «Donetsk Academia Management and
Public Administration at the Head of the Donetsk
People's Republic», Donetsk, DPR,
e-mail: y.petrushevskiy@mail.ru

Реферат

Цель. Цель статьи заключается в разработке теоретических положений и практических рекомендаций по становлению и развитию социальной ответственности бизнеса в современных условиях функционирования экономики.

Методика. Для достижения поставленной цели использованы следующие методы исследования: исторический и логический, системного подхода, систематизации информации, методы теоретического обобщения, сравнения, группировки, синтеза, индукции и дедукции.

Результаты. Проанализированы исторические этапы становления и развития социальной ответственности бизнеса, раскрыты эволюция и содержание концепций корпоративной социальной ответственности, проведена классификация видов социальной ответственности бизнеса, что позволило определить основные направления его дальнейшего развития.

Научная новизна. Разработаны рекомендации по реализации предприятиями положений социальной ответственности бизнеса, что позволит повысить объективность управленческих решений в современных социально-экономических условиях.

Практическая значимость. Полученные результаты направлены на развитие социальной ответственности бизнеса отечественными предприятиями посредством разработки рекомендаций по его реализации.

Ключевые слова: *социальная ответственность бизнеса, бизнес-интересы компании, концепции, благотворительность, социальные инвестиции, социальный эффект.*

Постановка проблемы и ее связь с важными научными и практическими задачами. В условиях активизации процессов глобализации, усиления экономической конкуренции, возрастания рисков в управлении значительно повышается внимание к корпоративному имиджу предприятий и выполнению ими своих социальных функций, т.е. как никогда ранее актуализируются проблемы формирования социальной ответственности бизнеса.

Сегодня социальная ответственность бизнеса – это высокое качество товаров и услуг, достойные условия работы персонала, высокий уровень безопасности производства. Вместе с тем корпоративная социальная ответственность (КСО) бизнеса является важной составляющей процесса развития гражданского общества, поскольку, расходуя деньги на различные социальные программы, компании создают в долгосрочной перспективе благоприятную социальную среду, максимальный комфорт для ведения бизнеса. Прежде всего речь идет о больших корпорациях и их ответственности перед обществом. Однако нельзя не принимать во внимание роль субъектов малого предпринимательства в социальных обязательствах как непосредственно перед своим предприятием, так и перед государством и обществом в целом.

Анализ научных исследований и публикаций. Значение корпоративной социальной ответственности в повышении стандартов жизни населения рассматривают такие ученые, как: А.А. Безрукова, Ю.Е. Благов, Г.И. Грекова, Ф. Котлер, А.В. Шихвердиев, Т.О. Чепульченко, А. Кэррол [1-3; 5-8].

Однако влияние изменчивой внешней и внутренней среды, развитие организационно-экономической структуры, а также изменения в стратегических и тактических планах предприятий обуславливают необходимость углубления научных исследований относительно роли корпоративной социальной ответственности в повышении уровня и качества жизни населения в регионе. Также на сегодняшний день требуют уточнения исторические аспекты становления и развития социальной ответственности бизнеса, содержание концепций корпоративной социальной ответственности, конкретизация классификационных признаков видов социальной ответственности бизнеса и т.п., что обусловило актуальность выбранного направления исследования.

Изложение основного материала исследования. Категория «ответственность» берет свое начало со времен Древней Греции. В этот период ответственность рассматривали как моральную, внутреннюю обязанность индивида перед обществом, государством.

Зарождение идеи социальной ответственности бизнеса приходится на XVIII-XIX вв., когда собственники отдельных предприятий брали на себя

ответственность за своих работников, руководствуясь при этом собственными религиозными и этическими убеждениями. По мнению американского историка Е. Лептона, изначально идея социальной ответственности распространилась среди американских инженеров, которые расценивали протесты как путь к повышению престижности своей профессии.

В 20-е годы XIX в. в американских деловых кругах широкое распространение приобрел принцип «служения», автором которого был Э. Корнеги [4]. Сущность этого принципа состояла в том, что кроме получения прибыли, корпорации должны иметь также другие цели ведения бизнеса. Несмотря на то что данный принцип был признан недееспособным, на смену ему пришла концепция «социальной ответственности».

В связи с переходом капитализма в монополистическую фазу развитие идеи социальной ответственности бизнеса перед обществом разделилось на два направления. С одной стороны, эта концепция продолжала развитие в русле концепции социального государства, а с другой – идея социальной ответственности бизнеса перед обществом стала развиваться в русле тейлоризма, фордизма и теории научного менеджмента. Сущность теории тейлоризма заключалась в повышении экономической эффективности, особенно продуктивности труда. В основе теории фордизма лежит точка зрения, согласно с которой общественное благосостояние и высокая прибыль могут быть достигнуты за счет высоких заработных плат работников, так как это позволит им покупать продукцию, которую они производят. То есть в начале XX в. появляются научные учения, посвященные взаимосвязи роста прибыльности производства за счет улучшения условий труда работников.

Особенную популярность идея корпоративной социальной ответственности приобрела в 1950 г. в США. В конце 1970-х – начале 1980-х годов развитие транснациональных компаний привело к оформлению концепции социальной ответственности бизнеса, которая заключается в разработке и распространении этических кодексов поведения в академических кругах.

В конце 90-х годов прошлого столетия практика подготовки и утверждения внутрифирменных кодексов, которые содержат правила поведения работников предприятий и принципы сотрудничества с партнерами, поставщиками, клиентами и другими заинтересованными сторонами, начала активно распространяться на крупных предприятиях. Так, в 1996 г. была создана Европейская бизнес-среда «КСО-Европа» (European Business Network – CSR Europe). Целью ее деятельности является популяризация идей и распространение опыта внедрения принципов социальной ответственности.

В 1997 г. при поддержке Программы ООН по окружающей среде была создана Глобальная инициатива по отчетности (Global Reporting Initiative). Задачами Глобальной инициативы по отчетности являются разработка стандартов отчетности предприятий и улучшение качества отчета в отрасли устойчивого развития.

В 2000 г. был создан «Глобальный договор» (Global Compact), участниками которого стали крупные компании мира. Руководящие органы этого учреждения сформулировали 10 ключевых принципов (регулирующие трудовые отношения, экологические аспекты деятельности компании и соблюдение прав человека), которые обязуются соблюдать члены организации.

В 2001 г. Комиссия Европейского Союза подготовила и опубликовала «Зеленую книгу» – документ, который содержал информацию относительно содержания, роли и значения корпоративной социальной ответственности как для общества в целом, так и для отдельно взятого предприятия.

В табл. 1 систематизированы основные этапы зарождения и формирования социальной ответственности бизнеса.

Таблица 1 – Эволюция концепций корпоративной социальной ответственности

Этап	Характеристика
Античный	Идея ответственности входила в категорию «справедливость», «разумность» как необходимое поведение, неуклонное следование законам. Зарождается понимание ответственности как внутреннего качества индивида
XVIII-XIX вв.	Зарождение идей социальной ответственности
XIX – конец XIX в.	Разделение идей социальной ответственности бизнеса на идеи социальных государств и теорий тейлоризма, фордизма
Середина XX – конец XX в.	Исследование сущности корпоративной социальной ответственности, популяризация идей и внедрение ее принципов и методов. Закрепление концепции социальной ответственности бизнеса
Конец XX – начало XXI в.	Постепенная разработка стандартов социальной ответственности и подготовка социальных отчетов. Социальная ответственность бизнеса становится неотъемлемой частью деятельности предприятий

Развитие идей корпоративной социальной ответственности осуществлялось на протяжении пяти этапов. При этом основной этап формирования теоретических и практических аспектов социальной ответственности бизнеса приходится на середину – конец XX в.

Ф. Котлер в своих работах выделяет три этапа становления социальной ответственности бизнеса в США и Западной Европе XX в. [5] (табл. 2).

В научной литературе категория «социальная» трактуется как совокупность тех или иных свойств и особенностей общественных отношений, между индивидами или обществами в процессе общей жизнедеятельности в конкретных условиях, которые проявляются в их отношении друг к другу,

относительно своего состояния в обществе, явлений и процессов общественной жизни. То есть это отношения, которые связаны с жизнью и отношениями людей в обществе.

Такие науки, как философия, психология и экономика, рассматривают ответственность как обязанность индивида или группы лиц отвечать за принятые решения. С точки зрения социологических наук, это контроль в разных формах. Политология трактует ответственность как морально-психологическую установку субъектов политики. В свою очередь, с позиции права в качестве ответственности выступает государственное принуждение гражданина отвечать за собственные поступки относительно норм закона.

Таблица 2 – Этапы формирования концепций социальной ответственности бизнеса в США и Западной Европе XX в.

Этап	Характеристика	Комментарий
I этап (1960-е – середина 1970-х годов)	Развитие «традиционной» филантропии (благотворительности). Ключевым событием стало принятие решений Верховного Суда США, который отменил юридические ограничения и неписанные нормы, которые до этого времени ограничивали или хотя бы сужали рамки корпоративной благотворительности и участие в решении социальных вопросов	Традиционная благотворительность связана с благотворительными пожертвованиями, социальный эффект от которых достаточной низок
II этап (середина 1970-х – начало 1980-х годов)	Установление стратегической филантропии. Благотворительная деятельность Exxon Valdez оказалась под сомнением, поскольку выяснилось, что никаких тесных связей с лидерами экологического движения компания не имела	Филантропия заключалась не только в благотворительных пожертвованиях, а также в спонсорстве, социальных программах, не связанных с бизнес-интересами компании
III этап (конец 1980-х годов)	Развитие концепций социальных инвестиций, когда коммерческий, общественный и государственный секторы начали вместе решать актуальные социально значимые проблемы городских обществ, а компании, имея приоритетом свою бизнес-выгоду, в то же время учли интересы всех партнеров	Социальное инвестирование предусматривало получение выгод в будущем

Следует отметить, что социальная ответственность рассматривается как форма взаимосвязи и взаимодействия общества и личности. Т.А. Чепульченко акцентирует внимание на том, что социальная ответственность определяется как подотчетность, отношение личности к социальным требованиям, которое выражается в конкретных действиях, как сознательно-волевое отношение человека к предъявленным социальным требованиям и обязанности неуклонного их соблюдения, как соответствующая позитивная или негативная оценка деятельности человека обществом [7]. Следовательно, социальная ответственность охватывает все виды ответственности, которые возникают в результате взаимоотношений между людьми.

Классификация социальной ответственности приведена на рисунке 1.

Социальную ответственность можно разделить на этическую, экономическую и юридическую. В свою очередь, социальная ответственность бизнеса объединяет эти виды ответственности, при этом она по своей сути относится к экономической категории. Учитывая трактовку и ее составляющие, можно определить, что это социальная направленность бизнеса, его субъектов в процессе принятия решений с учетом социальных норм и ценностей.



Рисунок 1 – Классификация видов социальной ответственности

Кроме социальной ответственности бизнеса, выделяют еще корпоративную, коммерческую и социальную ответственность корпораций. В научных работах эти понятия отождествляются. Хотя по содержанию составляющих данные категории не могут быть отождествлены. Это можно объяснить тем, что корпорация – договорное объединение, созданное на основании объединений производственных, научных и коммерческих интересов предприятия с делегированием ими отдельных полномочий централизованного регулирования деятельности каждого из участников органам управления корпорацией. Бизнес трактуется как предпринимательская, коммерческая или любая другая деятельность, которая не может противоречить закону и направлена на получение дохода.

Поскольку проведение социальных мероприятий требует значительных расходов, многие предприятия отказываются от их реализации. К основным недостаткам социальной ответственности бизнеса относят нарушения принципа максимизации прибыли и рост соответствующих расходов предприятия. Преимуществами социальной ответственности бизнеса являются: повышение квалификации работников, уменьшение текучести кадров, привлечение лучших специалистов; улучшение имиджа компании; рост конкурентоспособности; доверие заинтересованных сторон.

Социальную ответственность бизнеса можно рассматривать в двух аспектах: внешнем и внутреннем. Внешний аспект ориентирован на общество, а внутренний – на коллектив предприятия. Большой бизнес способен реализовываться в обоих аспектах, а малый, исходя из своих возможностей, – преимущественно во внутреннем.

Формой проявления концепции социальной ответственности во внешней среде является корпоративное сотрудничество, основными направлениями которого выступают: содействие укреплению правового государства; обеспечение безопасности и качества продукции, охрана природы и ресурсосбережение, предотвращение «теневых» соглашений и оффшорного бизнеса, участие в мероприятиях по совершенствованию региональной инфраструктуры, транспорта, связи, инженерных сетей и коммуникаций, благотворительность, добровольная деятельность по охране общественного порядка, просветительство, научно-техническое и художественное творчество и т.п. В финансировании перечисленных программ принимает участие, главным образом, большой бизнес – прямо или опосредованно, через налоги и платежи в бюджет.

Участие в решении социальных проблем субъектами малого предпринимательства осуществляется более опосредованно, через результаты деятельности. Чем «прозрачнее» и эффективнее бизнес, тем выше уровень заработной платы и, как следствие, рост выплаты налогов и социальных отчислений, тем больше возможностей для финансирования социальных проектов.

Формой проявления концепции социальной ответственности во внутренней среде является социальная политика предприятия, которая способствует развитию социального диалога.

Мощным фактором развития социальной ответственности и создания благоприятного климата на предприятиях малого бизнеса, гарантом и координатором его успешной работы выступает первый руководитель.

Руководители, которые стремятся достичь долгосрочного успеха своего предприятия, не ограничиваются только денежным вознаграждением и формируют социальные (компенсационные) пакеты, содержащие дополнительные, сверх предусмотренных действующим законодательством, льготы.

Выводы и перспективы дальнейших исследований. Установлено, что социальная ответственность бизнеса является важной составляющей процесса

социально-экономического развития не только предприятия, государства, но и общества. Результаты анализа исторических этапов становления и развития социальной ответственности бизнеса и содержания концепций корпоративной социальной ответственности позволили определить основные направления дальнейшего развития теории и практики исследуемой проблематики. На основе результатов классификации видов и преимуществ социальной ответственности бизнеса выделены её направления в современных условиях.

Перспективы дальнейших исследований связаны с формированием эффективных механизмов развития социальной ответственности бизнеса по её направлениям.

Список литературы

1. Безрукова, А.А. Объекты и мотивы социальной ответственности бизнеса / А.А. Безрукова // Социальные технологии: актуальные проблемы теории и практики. Сб. науч. трудов. КПУ. – 2011. – Вып. 49. – С. 30-36.

2. Благов, Ю.Е. Корпоративная социальная ответственность: эволюция концепции / Ю.Е. Благов. – СПб.: Изд-во «Высшая школа менеджмента», 2011. – 272 с.

3. Грекова, Г.И. Роль корпоративной социальной ответственности в общественном развитии / Г.И. Грекова // Экономика российских регионов: теоретические и практические подходы к решению актуальных проблем развития. Сборник тезисов научно-практической конференции. – В. Новгород, 2011. – С.47-52.

4. Карнеги, Э. Евангелие богатства / Э. Карнеги. – М.: Попурри, 2014. – 480 с.

5. Котлер, Ф. Корпоративная социальная ответственность. Как сделать как можно больше добра для вашей компании и общества / Ф. Котлер, Н. Ли. – К.: Стандарт, 2005. – 302 с.

6. Шихвердиев, А.П. Корпоративная социальная ответственность: совершенствование взаимодействия компаний с заинтересованными лицами в системе корпоративного управления (на примере Республики Коми) / А.П. Шихвердиев, А. В. Серяков.– М.: Экон-информ, 2010. – 135 с.

7. Чепульченко, Т.О. Фактори впливу правотворення на ефективність регулювання суспільних відносин // Вісник Національного технічного університету України Київський політехнічний інститут”. Політологія. Соціологія. Право : зб. наук. праць. – К.; Одеса: Типографія “Айс Принт”, 2016. – № 1/2 (29/30). – С. 173–177.

8. Carroll, A. The pyramid of corporate social responsibility: Toward the moral management of organizational stakeholders / A. Carroll // Business Horizons. –1991. – no. 34 (4). – pp. 39-48.

УДК 657.6:336.5

НАУЧНО-МЕТОДИЧЕСКИЕ ПОДХОДЫ К УСОВЕРШЕНСТВОВАНИЮ ГОСУДАРСТВЕННОГО АУДИТА ЭФФЕКТИВНОСТИ

Т.В. Федченко,
канд. экон. наук,
Н.В. Головченко,
канд. экон. наук

ГО ВПО «Донецкий национальный
университет экономики и торговли имени
Михаила Туган-Барановского»,
г. Донецк, ДНР,
e-mail: lazarina7@yandex.ru

SCIENTIFIC-METHODOLOGICAL APPROACHES TO IMPROVEMENT OF THE STATE AUDIT OF EFFICIENCY

T.V. Fedchenko,
Candidate of Economics,
N.V. Golovchenko,
Candidate of Economics

SO HPE «Donetsk National University of
Economics and Trade named after Mykhayil
Tugan-Baranovsky», Donetsk, DPR,
e-mail: lazarina7@yandex.ru

Реферат

Цель. Предложить научно-методические подходы к усовершенствованию государственного аудита эффективности в системе государственного финансового контроля в Донецкой Народной Республике.

Методика. В процессе исследования использованы анализ и синтез, метод экспертных оценок, статистические методы (ранжирование и группировка).

Результаты. Разработаны научно-методические положения по ранжированию существенности проблем бюджетных программ для выбора темы государственного аудита эффективности и определению общего риска при проведении контрольно-аналитических процедур с учетом комплекса типологических признаков риска.

Научная новизна. Предложено осуществлять усовершенствование государственного аудита эффективности путем внедрения научно-методических положений по: ранжированию существенности проблем бюджетных программ для выбора темы государственного аудита эффективности; определению общего риска при проведении государственного аудита эффективности с учетом комплекса типологических признаков риска (политические, культурные, квалификационные, социально-экономические, правовые, временные, информационные, технические, финансовые, организационные).

Практическая значимость. Предложенные научно-методические положения позволят повысить объективность профессионального суждения аудитора, рационализировать действия государственных аудиторов и снизить

затраты времени на контрольно-аналитические процедуры при проведении государственного аудита эффективности, например, в Департаменте финансового и бюджетного контроля Министерства финансов ДНР.

Ключевые слова: *государственный финансовый контроль, государственный аудит эффективности, существенность проблемы, риски, бюджетная программа, методика, экспертная оценка.*

Постановка проблемы и ее связь с важными научными и практическими задачами. Современные проблемы государственного финансового контроля (ГФК) в Донецкой Народной Республике связаны с разрывом отношений с Высшим центральным органом контроля (Счетная палата Украины), который организовывал и курировал деятельность своих структурных подразделений в областях. Для создания собственной Счетной палаты в ДНР необходимы значительные финансовые вложения и высококвалифицированный кадровый состав, а именно государственные аудиторы, которые имеют соответствующее образование, стаж и опыт контрольно-аналитической работы в бюджетной сфере. Кроме того, следует разработать современные подходы к методическому инструментарию при проведении контрольно-аналитических мероприятий.

Актуальность исследования заключается в поиске научного подхода к усовершенствованию государственного аудита эффективности (ГАЭ) для органов государственного финансового контроля, например, Департамента финансового и бюджетного контроля Министерства финансов Донецкой Народной Республики.

Анализ последних исследований и публикаций. основополагающие принципы аудита эффективности приведены в Международном стандарте высших органов аудита ISSAI 300, изданном Международной организацией высших органов аудита (ИНТОСАИ) [1]. Однако данный стандарт является рекомендательным и носит общетеоретический характер без учета национальных особенностей бюджетного процесса отдельно взятого государства, особенно в условиях становления ДНР.

Согласно Методике проведения аудита эффективности использования государственных средств в ходе планирования контрольно-аналитических процедур Счетной палаты РФ необходимо выбирать «наиболее важные темы и проблемы с учетом их соответствия задачам, которые призван решать орган внешнего финансового контроля, и наличия условий для их решения» [2]. Опыт внедрения ГАЭ использования государственных средств в практику деятельности контрольно-счетных органов РФ, а также предложения по усовершенствованию и унификации контрольно-аналитических процедур детально изложены группой ученых и государственными аудиторами под общей редакцией С.В. Степашина в учебно-практическом пособии [3].

Однако анализ нормативно-правовой и методической базы осуществления аудита эффективности органами ГФК подтвердило несовершенство критериев и методик оценки существенности проблем для

выбора темы ГАЭ, что привело к необходимости их совершенствования в части оценки зон риска нерационального (неэффективного) использования ресурсов подконтрольным субъектом.

В теории аудиторский риск при проведении ГАЭ уже частично исследовался С. Левицкой [4], а изученный Е.И. Ивановой, М.В. Мельником, В.И. Шлейниковым опыт Счетной палаты Российской Федерации свидетельствует о применении указанной методики [5, с. 152-154]. Однако в наработках авторов отсутствуют указания для расчета вероятности возникновения риска, обоснование соотношения этого показателя со степенью негативного влияния на результаты аудита, рекомендации для вычисления общего показателя рискованности, что затрудняет процесс оценки и не дает комплексного представления о степени риска неэффективности контрольно-аналитических мероприятий.

Кроме того, вопросы проведения ГАЭ в условиях ДНР рассматривают такие ученые, как: Е.М. Азарян, И.А. Ангелина, И.В. Сименко, Т.В. Переверзева, Л.А. Сухарева, Т.В. Федченко [6-8].

Изложение основного материала исследования. Для того чтобы выбрать возможные темы и объекты ГАЭ в соответствии с Методикой проведения аудита эффективности использования государственных средств [2], Счетной палатой РФ проводится предварительная работа по сбору, анализу и оценке информации об имеющихся результатах и наличии проблем:

использования государственных средств, которые выделены органам государственной власти и другим получателям для выполнения функций и задач, установленных законодательными и нормативными актами;

выполнения федеральных программ;

организации управления государственной собственностью и ее использования;

в других различных сферах деятельности государства, финансируемых из федерального бюджета [3].

Собираемая информация должна включать данные, касающиеся нормативного правового регулирования, организационной структуры, целей, задач и ожидаемых результатов деятельности органов государственной власти и других получателей бюджетных средств, механизмов их подотчетности и имеющихся систем контроля, существующих рисков и т.п. Эти данные должны быть достаточными для того, чтобы иметь всю полноту информации и достаточно полное представление об их деятельности в соответствующих сферах и на этой основе сформулировать предложения по конкретным темам и объектам возможных проверок [2; 3].

С применением экспертных технологий (балльное оценивание) усовершенствован научно-методический подход к ранжированию существенности проблем для выбора темы ГАЭ выполнения бюджетных программ, что позволяет определять зоны риска нерационального (неэффективного) использования ресурсов подконтрольным субъектом в бюджетной сфере.

Предлагаются следующие критерии существенности проблем: социальная и экономическая значимость темы; объем финансирования; степень наличия рисков в рассматриваемой сфере использования государственных средств или деятельности объектов аудита, которые потенциально могут приводить к неэффективным результатам; оценка возможных результатов аудита; результаты предыдущих проверок и периодичность их проведения.

Оценка зон риска нерационального (неэффективного) использования ресурсов подконтрольным субъектом выполняется по следующим направлениям:

- установка внешних (например, политические, экономические) и внутренних (например, организационная структура, особенности технологического процесса) влиятельных факторов на результат бюджетной программы;
- определение степени доверия к системе внутреннего контроля подконтрольного субъекта;
- оценка степени и качества влияния факторов, а также возможные нарушения в ходе выполнения программы за счет этих факторов;
- возможность устранения влияния факторов во время ГАЭ и в процессе дальнейшей реализации бюджетной программы;
- возможность контроля риска.

Возможными рисками могут быть:

- недоброжелательное отношение руководства министерства, ведомства или организации к критической оценке их деятельности в средствах массовой информации;
- бездействие администрации по отношению к недостаткам, выявленным контролирующими органами;
- частые структурные изменения и смена руководства, повышенная текучесть кадров;
- высокая сложность и неопределенность подчиненности системы руководства;
- заполитизированность деятельности подконтрольного субъекта;
- постоянные изменения в законодательстве по вопросам бюджетной программы, систем учета и отчетности, налоговой политики.

Определение потенциального риска «отмывания» денег и финансирования терроризма во время реализации бюджетной программы является чрезвычайно важным при осуществлении общей оценки риска. Основываясь на этом критерии, выделены категории исполнителей бюджетных программ, деятельность которых может представлять повышенный риск, а именно:

- а) субъекты, которые ведут свой бизнес или осуществляют операции по определенным непривычным обстоятельствам, то есть имеется большое расстояние между финансовым учреждением и местом нахождения субъекта; кроме того, осуществляется необоснованно частое перемещение счетов различных учреждений, частое перемещение средств между учреждениями,

которые находятся в разных географических зонах;

б) субъекты, имеющие организационную структуру или отношения, природа которых осложняет процесс идентификации настоящего владельца или интересов;

в) учреждения, которые осуществляют операции с наличными средствами или средствами, эквивалентным наличности, включая:

- учреждения, осуществляющие денежные операции (например, пункты перевода денежных средств, пункты обмена валюты, агенты по переводу средств и другие учреждения, которые оказывают услуги по переводу денежных средств);

- казино, тотализаторы и другие азартно-игровые учреждения;

- учреждения, которые не имеют большой оборот средств, но производят большое количество наличных для определенных операций;

г) благотворительные и другие «неприбыльные» организации, которые не попадают под мониторинг или надзор (особенно те, которые действуют на «трансграничной основе»);

д) политические деятели и «блюстители закона», такие как бухгалтеры, юристы и другие специалисты, которые имеют счет в финансовом учреждении, действуют от имени своих клиентов или когда финансовое учреждение проявляет слишком большое доверие к этим лицам;

е) субъекты, использующие посредников, на которых не распространяются законы о противодействии отмыванию средств и финансированию терроризма и которые не подпадают под надлежащий надзор.

Мониторинг согласно подходу, основанному на оценке риска, позволяет создать денежный и другие пороги, ниже которых деятельность исполнителя бюджетной программы проверяться не будет. При достижении установленного порога операции такого субъекта должны регулярно попадать под мониторинг Государственного комитета финансового мониторинга с целью определения соответствия установленному уровню рисков «отмывания» средств и финансирования терроризма.

Если риск нерационального (неэффективного) использования ресурсов подконтрольным субъектом приближается к 100%, то это вызывает необходимость проведения обширных процедур оценки внешних и внутренних факторов влияния (фоновая информация), определения возможности устранения или уменьшения их влияния для дальнейшего выполнения бюджетной программы. Если риск незначителен, то нет смысла тратить время на оценку указанных факторов, а следует сконцентрировать внимание на определении эффективности использования бюджетных средств – затраты, продукт, качество услуг (продукции).

Документирование оценки риска неэффективности выполнения бюджетной программы может заключаться в фиксации самого этого факта в виде анкет, описаний, блок-схем, а также указания их влияния в аудиторском отчете для учета при планировании бюджетной программы на последующие периоды подконтрольного субъекта.

Для оценки и комплексного анализа рисков при проведении аудита эффективности в ДНР предлагаются соответствующие общие методические рекомендации, которые заключаются в экспертной оценке рисков, различных по типологии, а именно:

- политические риски представлены как негативное отношение со стороны СМИ, заинтересованность определенных политических партий в результатах аудита, проведение политических изменений в отрасли, неспособность приспособиться к изменениям;

- культурные риски раскрыты как лидерство в достижении цели; случаи, когда в состав группы входят представители различных этнических групп и религиозных направлений; существует заинтересованность определенных членов аудиторской группы в результатах аудита (несоблюдение принципа независимости); случаи, когда руководитель аудиторской группы не пользуется уважением подчиненных или руководства контрольного органа;

- квалификационные риски существуют тогда, когда члены группы не в полной мере владеют знаниями и навыками в проведении ГАЭ по определенным направлениям бюджетной программы;

- социально-экономические риски проявляются в период проведения экономических изменений (переструктурирование экономических отношений), изменения социальных приоритетов;

- правовые риски характеризуются несовершенством законодательной базы и в случаях, когда меры ГАЭ противоречат законодательству;

- временные риски возникают в процессе аудита, растянутого во времени, или, наоборот, недостаточно времени для осуществления всех процедур;

- информационные риски характеризуются ограниченностью в доступе к информации, невозможностью подтверждения ее достоверности, несовершенством автоматизированной системы обработки данных и возможностью их потери;

- технические риски проявляются в случаях, когда запланированные процедуры аудита не позволяют определить эффективность использования бюджетных средств и имеет место несовершенство методического обеспечения;

- финансовые риски существуют при высокой стоимости проведения определенных процедур аудита (привлечение экспертов) или аудита в целом;

- организационные риски возникают при неопределенности в подчиненности и ответственности, несоответствии трудоемкости и затрат времени, наличии недостатков в коммуникативных связях.

При этом степень негативного влияния определяется как высокая (коэффициент весомости – 0,6), средняя ($K_v = 0,3$) или низкая ($K_v = 0,1$), а возможность его снижения оценивается как фактор снижения риска ($K_v = 0,1$). Оценка значимости коэффициентов определялась экспертным путем.

Совокупный риск при проведении ГАЭ предлагается определять по формуле

$$P_o = 0,6 \times P_v + 0,3 \times P_c + 0,1 \times P_n - 0,1 \times M_z,$$

где P_o – риск общий при проведении ГАЭ бюджетной программы;

P_v – суммарный показатель факторов с высокой степенью риска;

P_c – суммарный показатель факторов со средней степенью риска;

P_n – суммарный показатель факторов с низкой степенью риска;

M_z – суммарный показатель возможности снижения риска воздействия определенных факторов.

Отсутствие рисков при проведении ГАЭ количественно оценивается в «0» баллов, максимальная нецелесообразность проведения аудита определяется при наличии рисков по всем направлениям с высокой степенью при невозможности их устранения, то есть оценка такой ситуации равна 25 баллам по предложенной методике. Итак, границы общего риска эффективности варьируются по разным бюджетным программам от «0» до «25». Таким образом, в пределах [0; 12] проведение аудита считается целесообразным, в пределах [13; 25] – нецелесообразным, так как снижается доверие к результатам ГАЭ (по выводам экспертов).

Выводы и перспективы дальнейших исследований. Предложено осуществлять совершенствование процесса ГАЭ путем внедрения научно-методических положений по: 1) ранжированию существенности проблем бюджетных программ для выбора темы ГАЭ; 2) определению общего риска при проведении ГАЭ бюджетной программы с учетом комплекса типологических признаков риска (политические, культурные, квалификационные, социально-экономические, правовые, временные, информационные, технические, финансовые, организационные). Предложенные научно-методические положения позволят повысить объективность профессионального суждения контролеров, например, Департамента финансового и бюджетного контроля Министерства финансов ДНР, рационализировать их действия и снизить затраты времени на проведение контрольно-аналитических процедур в процессе ГАЭ.

Методический аппарат ГАЭ требует дальнейшей разработки в части определения обобщающего показателя для оценки эффективности выполнения бюджетных программ отраслей экономики, образования, обороны, жилищно-коммунального хозяйства, духовного и физического развития.

Список литературы

1. ISSAI 300 Основополагающие принципы аудита эффективности [Электронный ресурс] // Международные стандарты высших органов аудита (ISSAI). – Международная организация высших органов аудита (ИНТОСАИ). – Режим доступа: <http://govfinance.ru/upload/iblock/e75/ISSAI-300-Osnovopolagayushchie-printsipy-audita-effektivnosti.pdf>. – Загл. с экрана.

2. Методика проведения аудита эффективности использования государственных средств. Принята решением Коллегии Счетной палаты

Российской Федерации от 23 апреля 2004 года, протокол № 13 (383).

3. Внедрение аудита эффективности использования государственных средств в практику деятельности контрольно-счетных органов Российской Федерации : учебно-практическое пособие [Электронный ресурс]. – Под общей редакцией С.В. Степашина. – Режим доступа: <http://textarchive.ru/c-1717678.html>. – Загл. с экрана.

4. Левицкая, С. Аудиторский риск при проведении аудита эффективности / С. Левицкая // Вестник Киевского национального экономического университета. - 2005. - № 2. - С. 79-87.

5. Иванова Е.И. Аудит эффективности в рыночной экономики : учеб. пособие / Е.И. Иванова, М.В. Мельник, В.И. Шлейников ; под ред. С.И. Гайдаржи. – М. : КНОРУС, 2007. – 328 с.

6. Азарян, Е.М. К вопросу об определении сущности государственного аудита [Текст] / Е.М. Азарян, И.А. Ангелина // Развитие банковской системы в современных условиях: проблемы и перспективы : материалы I Междунар. науч.-практ. конф., 8 дек. 2016 г . 2016 . 403 с. : рис., табл. — С. 245-250.

7. Переверзева, Т.В. Оценка эффективности расходов бюджета органами государственного финансового контроля: методический подход / И.В.Сименко, Т.В. Переверзева // Торговля и рынок. – 2018. – Вып. № 1'(45). – С. 212-221.

8. Сухарева, Л.А. Система государственного аудита эффективности: теория, методология, организация: монография / Л.А. Сухарева, Т.В. Федченко; М-во образования и науки Донец. Народ. Респ., Гос. орг. высш. проф. образования «Донец. нац. ун-т экономики и торговли им. М. Туган-Барановского», каф. контроля и анализа хоз. деятельности. – Донецк : ГО ВПО «ДонНУЭТ», 2017. – 240 с.

Научный журнал

ТОРГОВЛЯ И РЫНОК

Выпуск 3'(47), том 1, 2018

Scientific publication

TRADE AND MARKET

Collection of research papers
Edition 3'(47), volume 1, 2018

Свидетельство о регистрации средства массовой информации
№ 000056 от 28.10.2016 г.

Подписано к печати 31.10.2018 г. Формат 60×84/16. Бумага офсетная.
Гарнитура Times New Roman. Печать – ризография. Усл. печ. л. 14,82.
Уч.-изд. л. 12,73. Тираж 150 экз.

Отпечатано в типографии «ПОЗИТИВ»
ФЛП Галоян Валерий Анатольевич
Свидетельство о государственной регистрации Серия АА03 № 045612
Тел.: +38071-319-04-94, +38071-361-63-04
e-mail: tipografiya.pozitiv@gmail.com