



**Сборник научных трудов
по материалам II Международной
научно-практической конференции**

**14-15
декабря
2017 г.**

**Социально-экономические
проблемы
в современной науке**



Москва

УДК 31+33
ББК 60.5+65

С 692

Главный редактор: Плесканюк Т.Н.
Технический редактор: Жаворонкова А.Д.

Социально-экономические проблемы в современной науке: сборник научных трудов по материалам II Международной научно-практической конференции 14-15 сентября 2017. г. Москва: Научно-издательский центр «Открытое знание», 2017. 120 с.

ISBN: 978-5-00-008512-4

В данный рецензируемый сборник вошли научные статьи по итогам выступлений участников II Международной научно-практической конференции «Социально-экономические проблемы в современной науке».

В представленных работах рассматриваются современные вопросы науки, образования и практики применения результатов научных исследований. Сборник предназначен для широкого круга читателей, интересующихся научными исследованиями и разработками, научных и педагогических работников, докторантов, преподавателей, аспирантов, магистрантов и студентов с целью использования в научной работе и учебной деятельности.

Все статьи, включенные в сборник, прошли научное рецензирование и представлены в авторской редакции. Ответственность за аутентичность и точность цитат, имен, названий и иных сведений, а так же за соблюдение законов об интеллектуальной собственности несут авторы публикуемых материалов. Точка зрения редакции не всегда совпадает с точкой зрения авторов.

ISBN: 978-5-00-008512-4

УДК 31+33
ББК 60.5+65

© Научно-издательский центр
«Открытое знание», 2017

© Коллектив авторов, 2017

© Главный редактор
Плесканюк Т.Н., 2017

ОРГАНИЗАТОРЫ КОНФЕРЕНЦИИ

Центр инновационного образования и науки, г. Москва

Научно-издательский центр «Открытое знание», г. Нижний Новгород

ОРГАНИЗАЦИОННЫЙ КОМИТЕТ

Председатель:

Ананченкова П.И. - кандидат экономических наук, кандидат социологических наук, ОУП ВО «Академия труда и социальных отношений», Центр инновационного образования и науки, г.Москва

Члены организационного комитета:

Аксенова Е.И. – доктор экономических наук, Российский университет дружбы народов, г.Москва

Волкова О.А. – доктор социологических наук, Национальный исследовательский университет «Белгородский государственный университет», г.Белгород

Мошняга В.Г. – доктор политических наук, Молдавский государственный университет, г.Кишинев

Новикова Н.М. – кандидат педагогических наук, Новороссийский филиал Краснодарского университета МВД Российской Федерации

Покровский А.С. – кандидат юридических наук, Центр инновационного образования и науки, г.Москва

Тонконог В.В. – кандидат экономических наук, Государственный морской университет им.Ф.Ф.Ушакова, г.Новороссийск

Шевченко А.С. – кандидат технических наук, Центр инновационного образования и науки, г.Москва

Рецензент:

Шапиро С.А. – кандидат экономических наук, доцент профессор кафедры Экономики труда и управления персоналом ОУП ВО «Академия труда и социальных отношений», г.Москва

ОГЛАВЛЕНИЕ

Ананченкова П.И., Кузнецов М.Ю Опыт зарубежных университетов в подготовке кадров для сферы туризма и гостеприимства	5
Ким Фенг Чин Инновационная стратегия развития компании в период финансовой нестабильности	19
Коцоев Т.А. Социально-экономическое развитие республики Абхазия ...	27
Лебедева И.Н. Специфика деятельности учреждений образования в условиях реформирования бюджетной политики	33
Мартиросян О.А. Социально-экономические факторы развития самозанятости граждан.....	42
Мореева Е.В. Эффективность рекламы и основные психологические направления для рекламы нового продукта	57
Пахневич И.И. Инновационное развитие малого предпринимательства	65
Пашко Т.Ю. Возрастная дискриминация на рынке труда: специфика эйджизма в России	71
Савченко И.В. Опыт Японии в развитии малого предпринимательства ...	78
Таурбеков Азиз Оценка конкурентоспособности ООО «Скания-Русь»	87
Таурбеков А. Развитие национального центра инноваций «Сколково» ..	93
Тимофеева О.С. Мировая экономика XXI века: как меняет мир четвертая промышленная революция.....	99
Чернышов М.В. Экономическая нестабильность и развитие малого бизнеса	105
Шестун Ю. Базовые основы государственной информационно-коммуникационной политики	112

УДК 338.484

Ананченкова П.И., Кузнецов М.Ю.
**Опыт зарубежных университетов в подготовке кадров для
сферы туризма и гостеприимства**

Ананченкова Полина Игоревна

к.э.н., профессор
Академия труда и социальных отношений
г.Москва, Россия

Кузнецов Михаил Юрьевич

старший преподаватель
Академия труда и социальных отношений
г.Москва, Россия

**The experience of foreign universities in training for tourism
and hospitality**

Ananchenkova Polina Igorevna

PhD, professor
Academy of labour and social relations
Moscow, Russia

Kuznetsov Mikhail Yuryevich

senior teacher
Academy of labour and social relations
Moscow, Russia

Аннотация. В статье затрагивается тема туризма как одного из ведущих направлений социально-экономической, культурной и политической деятельности большинства государств и регионов мира. Выявляется необходимость преобразований в сфере основного и дополнительного профессионального образования для индустрии туризма с учетом требований работодателей, так как развитие туристской отрасли на прямую зависит от образовательных компетенций менеджеров

Ключевые слова: туризм, обучение, кадры, профессиональная подготовка

Abstract. The article deals the theme of tourism as one of the leading directions of socio-economic, cultural and political activities of most countries and regions of the world. It reveals the development of the tourism industry depends on the educational competencies of managers, as there is a need for change in the field of primary and secondary vocational education for the tourism industry with the requirements of the employers.

Key words: tourism, training, personnel, training

Туризм является одним из ведущих направлений социально-экономической, культурной и политической деятельности большинства государств и регионов мира. В Концепции долгосрочного социально-

экономического развития Российская Федерация на период до 2020 года говорится, что туризм является экономически выгодной и экологически безопасной отраслью национальной экономики, существенным звеном инновационного развития страны [3]. И представляет собой динамичную сферу человеческой деятельности, в процессе своего развития претерпевает изменения, эволюционирует в области законодательства, технологий, туристских формальностей, географии туристских центров и пр. Подобные изменения диктуют необходимость постоянного пополнения знаний, умений и навыков для менеджеров по туризму, и повышения квалификации. Особо в развитии знаний нуждаются менеджеры по туризму, не имеющие специального туристского образования.

Работодатели туристского бизнеса, потребители туристских услуг и сами обучающиеся предъявляют определённые требования к качеству подготовки специалистов индустрии туризма. На основе проведенного анкетирования сотрудников туристских организаций было установлено, что в настоящее время существующие образовательные программы оказываются малоэффективными, так как в них не учитывают всех требований работодателей и специфику туристской деятельности. Туристская индустрия является сложным межотраслевым народнохозяйственным комплексом и включает в себя: организаторов туризма, предприятия размещения, предприятия питания, транспортные предприятия, экскурсионные бюро, предприятия сферы досуга и развлечений, учреждения самодеятельного туризма, органы управления туризмом [7].

И так как развитие туристской отрасли на прямую зависит от образовательных компетенций менеджеров, существует необходимость преобразований в сфере основного и дополнительного профессионального образования для индустрии туризма с учетом требований работодателей.

В качестве одного из важных условий для формирования инновационной экономики в России, на сегодняшний день рассматривается модернизация системы образования.

Переход в 2009 году на двухуровневую систему высшего образования, разработка Федеральных государственных образовательных стандартов третьего поколения при активном участии работодателей и академического сообщества свидетельствуют о возрастающем интересе общества и государства к качеству образования.

Туризм интенсивно развивается как во всем мире, так и в России. Эта динамика существенно опережает возможности системы профессионального образования. Поэтому претензии работодателей и государства к качеству выпускников, получивших туристское образование, вполне обоснованы. ФГОС третьего поколения создает необходимую свободу образовательным учреждениям для формирования образовательных программ с участием всех стейкхолдеров и предусматривает переход от информационно-знаниевой модели высшего образования к компетентностной.

Рассмотрим, как осуществляется подготовка кадров за рубежом в сфере туризма. Европейские и американские учебные заведения ведут конкуренцию, постоянно предлагая разнообразные и новые программы подготовки кадров; используя инновационные образовательные технологии; привлекая к преподаванию лучших научных кадров, а также опытных практиков данной сферы; организуя для своих слушателей и студентов стажировки на ведущих предприятиях туристской индустрии. За рубежом существуют разнообразные формы подготовки, а также переподготовки специалистов для индустрии туризма. Например, специализированные краткосрочные курсы изучения иностранного языка, прохождение практик и стажировки на туристских предприятиях, программы повышения квалификации, обучение на получение сертификатов и дипломов, степеней бакалавра и магистра в школах туристского бизнеса. Специализированные учебные заведения существуют в таких странах, как Великобритания, Франция, Германия, Греция, США и других. Ведущие мировые образовательные учреждения в сфере туризма состоят в различных ассоциациях. Наиболее известные международные туристские организации:

- Всемирная туристская организация (World Tourism Organization)

(UNWTO)).

- ЮНЕСКО (UNESCO — The United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization).

- ООН.

- Всемирный совет по туризму и путешествиям (World Travel and Tourism Council).

- AMFORTH – всемирная ассоциация по подготовке специалистов в области индустрии гостеприимства и туризма.

- Европейская комиссия по туризму.

Изучение программ, содержания основных моделей обучения и подготовки специалистов в сфере туризма ведущих зарубежных стран, показали, что их опыт можно применить в практике создания образовательных систем и в России. Профессиональная подготовка кадров для индустрии туризма за рубежом осуществляется на различных уровнях с присуждением дипломов об образовании и степеней.

Одним из достоинств европейских моделей профессиональной подготовки специалистов в сфере туризма является то, что весомая часть учебного времени отводится для получения практических навыков в ходе обучения, а также практик и стажировок на предприятиях индустрии туризма. Упор делается на формирование у студентов психологии обслуживания клиентов, сотрудничество образовательных заведений с предприятиями данной отрасли, высокую мобильность студентов. Большинство школ туристского бизнеса в Европе действуют на базе туристских предприятий.

Впервые специальную кафедру по туризму в 1930 г. открыл Австралийский университет. Там осуществлялась подготовка кадров для индустрии туризма по 18 программам. Курсы и школы повышения квалификации кадров впервые были открыты в Швейцарии в 1941 г. А в 1986 г. появились программы подготовки бакалавров туризма в Великобритании.

В США существуют специализированные отделы, так называемые кадровые агентства на базе образовательных учреждений, которые соединены

единой информационной системой с туристскими организациями. Эти отделы проводят мониторинг потребностей рынка труда, трудоустраивают молодых специалистов и контролируют набор абитуриентов по профильным специальностям. Это говорит о том, что образовательные учреждения в состоянии быстро реагировать на меняющиеся потребности сферы туризма в квалифицированных кадрах. Американская модель имеет такие преимущества как, интеграция с общественными профессиональными предприятиями, полное изучение общетеоретических положений в сфере управления, большое количество различных курсов переподготовки и повышения квалификации.

Опыт подготовки специалистов для сферы туризма в Великобритании.

В Великобритании образовательные стандарты разрабатываются на основе действующих правительственных документов «Национальном учебном плане» и «Законе об образовании».

Подготовка специалистов для индустрии туризма осуществляется в тесном сотрудничестве со всеми секторами профессионального образования – колледжами, институтами и университетами. Подготовка специалистов туристского направления проходит по индивидуальным учебным программам. В частности, если студент профиля туризм в начале второго года обучения выбирает определенную область специализации, разработка индивидуальной программы проходит вместе с консультантом по данному направлению. Так же может быть разработана специальная междисциплинарная программа. В такой программе содержатся последовательные блоки: информационный, тестово-информационный (проверка полученных знаний), коррекционно-информационный (при неверном ответе – дополнительное обучение), проблемный (решение задач на основе полученных знаний), блок проверки в коррекции.

Подготовка кадров для индустрии туризма в Германии.

В Германии профессиональное образование регулируется рядом законов. Объектами стандартизации являются:

- требования к знаниям, умениям, навыкам;

- структура профессионального образования;
- продолжительность подготовки;
- классификатор профессий;
- основы профессионального образования.

Особенностями образовательных стандартов в Германии являются [9, 10]:

- наличие стандартных комплексов учебно-программной документации по отдельным группам профессий;
- контрольные функции за ходом профессионального образования остаются за торгово-промышленным сектором.

Правительство Германии [9]:

- создает новые возможности молодому поколению ознакомиться с европейским опытом в сфере профессионального туристского образования;
- активно принимает участие в рамках проектов Европейского совета в финансировании международного обмена в профессиональном образовании;
- способствует международному общению; приглашает международных экспертов на семинары, конференции.

Американская система подготовки кадров индустрии туризма схожа с европейской, но имеет и отличия. Преимуществом американской системы является тесная интеграция с общественными профессиональными организациями.

В Техасском институте менеджмента (ТИМ) в содержание учебных программ по специализации в сфере туризма входят в основном общетеоретические дисциплины. В учебном плане внимание акцентируется на стратегии развития умений по решению проблем, на методах и технологиях принятия решений, развитии навыков критического мышления.

Учебный план по специальности «Управление туристской отраслью» состоит из общего блока дисциплин и делится на начальное и верхнее звено [10]. Помимо общего блока дисциплин, существует пять дополнительных курсов. Они помогают студентам лучше подготовиться к основному курсу.

Общий блок дисциплин:

1. Начальное звено. Дисциплины: основы финансового и бухгалтерского учета; основы управления бухгалтерским учетом; правовая сфера бизнеса; инструментарий информационной сферы; основы индустрии путешествий.

2. Верхнее звено. Дисциплины: правовая сфера индустрии путешествий; система информационных технологий; управление предприятиями услуг; принципы маркетинга индустрии путешествий; управление финансами в сфера индустрии путешествий; управление человеческими ресурсами; статистика.

Избирательный блок дисциплин. Студентам на выбор предложены три предметные области [8]:

1. «Управление гостиничной отраслью». Дисциплины: взаимоотношения различных слоев потребителей (владелец, персонал, клиент); управление и функционирование гостиничных предприятий; формы контроля и управления; основные финансовые вопросы; факторы, воздействующие на проектирование, планирование и строительство гостиниц; прибыльность; основные принципы маркетинга в гостиничном хозяйстве; управление ценообразованием, рекламой; основы проектирования, маркетинга; функционирование коммерческой среды в сфере обслуживания; сфера питания.

2. «Управление в сфере туризма». Дисциплины: макроэкономические факторы, связанные с развитием туризма; методы исследования в туризме; формирование политики в туризме в частном и государственном секторах.

3. «Управление в транспортном секторе». Дисциплины: способы транспортирования; системы транспортирования; управление различными способами транспортирования; новые методы распределения и новые тенденции в индустрии туризма.

Отличительной чертой системы подготовки кадров для индустрии туризма в США является формирование на базе образовательных учреждений кадровых агентств, которые занимаются трудоустройством молодых специалистов. Они соединены с предприятиями туристской индустрии единой информационной системой. Таким образом, это позволяет учебным заведениям быстро реагировать на меняющиеся потребности отрасли в кадрах того или

иногo образовательного уровня.

В ходе диссертационного исследования выявлено, что многие зарубежные программы по туризму включают такие составляющие как, формирование знаний, навыков и установок. Профессиональное образование имеет междисциплинарную специфику, так как знания о туризме лежат в основе взаимодействия различных научных дисциплин, а также научного знания и опыта туристской деятельности. Основной структурной единицей профессионального обучения за рубежом является модуль, включающий в себя различные знания по определенной проблематике и является относительно автономным блоком. Процесс познания при таком обучении проходит от получения теоретических знаний, способов решения проблемы к применению этих способов в определенных условиях на предприятиях туризма.

Достоинства образовательных систем за рубежом:

- большая часть учебного времени посвящена практическим занятиям, практикам и стажировкам на предприятиях сферы туризма;
- формирование у студентов психологии обслуживания клиентов;
- тесное сотрудничество образовательных учреждений с предприятиями сферы туризма;
- высокая мобильность студентов;
- большое количество интенсивных курсов переподготовки и повышения квалификации;
- наличие в образовательных учреждениях кадровых агентств;

Недостатки образовательных систем за рубежом:

- узкая специализация выпускников (образовательная система в Европе);
- чрезмерное использование тестов в контроле знаний;
- слабая специализация в области туризма, большой уклон в общую теорию менеджмента (образовательная система в США)

Способность образовательной организации гибко реагировать на запросы потребителей образовательных услуг (в том числе, в вопросах формы организации образовательного процесса) является ее конкурентным

преимуществом.

Обучение в бакалавриате по программам гостеприимства и туризма обычно длится 3-4 года, можно также пройти интенсивный курс и получить диплом за 2 года. Далее обучение в магистратуре длится 1-2 года, в зависимости от учебного заведения. Университетское образование в сфере туризма и гостеприимства обычно ориентировано на практическую работу и имеет довольно узкую специализацию.

В зависимости от страны обучения, наиболее популярными сегодня являются следующие специализации:

- Гостиничный бизнес
- Туризм
- Гостеприимство
- Менеджмент в сфере развлечений
- Авиация
- Организация питания (кейтеринг)
- Кулинарное производство

Учебные программы в сфере гостеприимства и туризма можно условно разделить на управленческие и неуправленческие. В частности, Университет Хассона предлагает широкий выбор степеней в администрировании и управлении гостиничным, ресторанным и туристическим бизнесом, включая степень MBA. А для более творческих личностей и будущих поваров подойдет обучение в школах сети Le Cordon Bleu, расположенных по всему миру.

Кроме того, популярность набирают новые направления, такие как отельное и ресторанное обслуживание класса люкс, которое можно изучать в магистратуре в Университете Западного Лондона.

Студенты, изучающие туризм и гостиничное дело за рубежом, могут рассчитывать на получение различных стипендий. В частности, популярны стипендии для бизнес-специальностей в области туризма:

- Mark Beaumont Scholarship Fund. Стипендия предназначена для студентов, изучающих бизнес, администрирование или маркетинг в вузах

США, и собирающихся работать в индустрии развлечений. На стипендию могут претендовать русскоязычные студенты, получающие степень в гостиничном или туристическом менеджменте.

- Jane M Klausman Women in Business Scholarship. Стипендии в размере от US\$1,000 до US\$7,000 доступны женщинам, получающим бизнес-образование с различными специализациями, включая туристический и гостиничный менеджмент.

В TOP-20 лучших программ магистратуры в области гостиничного и туристического бизнеса по версии Eduniversal Group вошли следующие:

Таблица 1. TOP-20 лучших программ магистратуры в области гостиничного и туристического бизнеса (по версии Eduniversal Group)

СТРАНА	РЕЙТИНГ	ШКОЛЫ / ПРОГРАММЫ
США	1	Магистр менеджмента в сфере гостеприимства Корнельский Университет
Гонконг (САР, Китай)	2	Магистр менеджмента в сфере бизнеса (гостеприимства) Эколь, Лозанны/ Гонконгский политехнический университет
Франция	3	МВА в области гостиничного менеджмента Бизнес-школа Essec
Нидерланды	4	Магистр в области гостиничного менеджмента Университет Эразмус
Франция	5	Степень магистра в области международного гостиничного менеджмента Института поля Бокюза
Испания	6	Магистр в области туризма и гостиничного менеджмента Бизнес школа Eada-Барселона
Италия	7	Магистр по программе «Гостиничный Менеджмент» Бизнес-Школа Смуси
Сингапур	8	Магистр менеджмента в сфере гостеприимства Nanyang технологический университет (НТУ)
Словения	9	Магистр в области менеджмента туризма (ЕМТМ) Факультет экономики университета Любляны

СТРАНА	РЕЙТИНГ	ШКОЛЫ / ПРОГРАММЫ
Австралия	10	Магистр туризма, гостиничного и событийного менеджмента (МТНЕМ) Квинслендский университет - факультет бизнеса, экономики и права
Испания	11	Магистр управления Университет города Мадрид
Франция - Испания	12	Магистр в области гостеприимства и туризма Escp-Европа, кампус в Мадриде
Новая Зеландия	13	Магистр Международного гостиничного менеджмента Оклендский технологический университет
США	14	Магистр глобального гостиничного менеджмента Грузия Государственный Университет - Робинзон колледж бизнеса
Ирландия	15	Магистра искусств в области международного туризма Университет Лимерика - Бизнес-школа Kemmy
Франция	16	Магистр туристического менеджмента Университет Studialis
Испания	17	Магистр туристического менеджмента Школа туризма и гостеприимства Ostelea
Соединенное Королевство	18	Магистр международного гостеприимства и управления туризмом Шеффилдский Университет
Испания	19	Магистр в области гостиничного менеджмента Автономный университет Барселоны, школа туризма и гостиничного менеджмента
Румыния	20	Магистр бизнес-администрирования в туризме и индустрии гостеприимства Западный университет Тимишоары, факультет экономики и бизнес-администрирования

Зарубежные университеты стремятся формировать образовательные программы в максимальном приближении к прикладной, а не фундаментальной части образования.

Формируя учебные планы, учебные заведения активно взаимодействуют

с работодателями, выясняя, какие компетенции они желают видеть в будущих выпускниках.

Рассмотрим учебный план школа туризма и гостиничного менеджмента Автономного университета Барселоны.

Учебный план состоит из 2 частей:

- общая часть;
- специализация.

Специализаций три: в области менеджмента туристического бизнеса, в области планирования туризма и коммерциализации в области гостиничного менеджмента. Соответствующие компетенции по выбранной специализации формируются на основе освоения факультативных дисциплин.

Общая часть

1-й год	2-й год
- Введение в экономику - Введение в бизнес - Первый Иностранный Язык - Компьютер и навыки исследования - Региональная География - Введение в Закон - Прикладная Статистика - Второй Иностранный Язык - Основы туризма - Анализ сектора туризма	- Управление Человеческими Ресурсами - Региональные Туристских Ресурсов - Экономика туризма - Первый Иностранный язык - Второй Иностранный Язык - Культурное Наследие - Бухгалтерский учет - Практикум первый - Навыки в сфере туризма
3-й год	4-й год
- Коммерческое Управление - Управленческий Учет - Менеджмент и коммуникативные навыки - Первый Иностранный язык - Второй Иностранный язык - Стратегическое планирование туристического бизнеса - Стратегический Маркетинг - Финансовый Менеджмент - Практикум второй	- Организация туристических кампаний - Законодательство в Туризме - Управление Культурным Наследием - Микроэкономика, применяемая для туризма - Транспорт, логистика и дистрибуция - Методы исследования - Макроэкономика, применяемая для туризма - Питание и диеты - Информационные Системы Туризма - Расширенный Учет - Сопоставление - Туристический Гид - Трудоустройство - Окончательный проект степени

	бакалавра
Специализация (факультативные предметы)	
4-й год	Специализация: Менеджмент туристического бизнеса
	- Первый Иностранный язык (Темы, Связанные С Туризмом) - Реклама и связи с общественностью - Управление обслуживанием клиентов и услуг - Организация конгрессов и других мероприятий - Запуск бизнеса и инноваций - Управление операциями, качеством и окружающей средой
Специализация в области планирования туризма и коммерциализации	Специализация в области гостиничного менеджмента
- Туризм и устойчивое развитие - Социология и психология туризма - Региональная Политика В Сфере Туризма - Туристические Продукты - Компьютеризированный Маркетинг - Организация Туристического Офиса - Туристические направления и их популяризация	- Управление гостиничной Кухней - Гастрономия и Энология - Гостиничный Менеджмент - Вычислительная техника, применяемая в гостиничной индустрии - Организация конгрессов и других мероприятий - Финансовое управление и управление запасами - Третий Иностранный Язык - Спортивные и тематические развлекательные парки

Проведенный анализ зарубежного опыта организации профессионального образования для сферы туризма позволил выявить основные подходы к подготовке менеджеров по туризму:

- практикоориентированность форм образовательной деятельности;
- привлечение опытных работников к процессу преподавания;
- приглашение международных экспертов на семинары и конференции;
- жесткая привязка к профессионально-квалификационным стандартам;
- разнообразие форм проведения занятий;
- свобода обучающихся в выборе индивидуальной образовательной траектории.

Библиографический список

1. Алферов Ю.С. Оценка и аттестация кадров образования за рубежом / Ю. С. Алферов // Российское педагогическое агентство: пособие для работников органов управления образованием образовательных учреждений. - Москва, 2001.
2. Ананченкова П.И. Факторы конкурентоспособности высших учебных заведений// Путеводитель предпринимателя. 2013. № 17.
3. Концепция долгосрочного социально-экономического развития российской федерации на период до 2020 года [Электронный ресурс] / КонсультантПлюс. URL:
http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_82134/28c7f9e359e8af09d7244d8033c66928fa27e527
4. Кузнецов М.Ю. Зарубежный опыт реализации образовательных программ в сфере гостиничного и туристического бизнеса с использованием дистанционных технологий// В сборнике: Туризм, сервис и образование: исследования и проекты сборник научных трудов по материалам I Международной научно-практической конференции. – М., 2017.
5. Кузнецов М.Ю. Реализация дистанционных программ подготовки магистров в сфере туристического и гостиничного бизнеса в российских образовательных организациях// В сборнике: Туризм, сервис и образование: исследования и проекты сборник научных трудов по материалам I Международной научно-практической конференции. – М., 2017.
6. Кузнецов М.Ю. Современное состояние и проблемы системы профессионального образования в России// Труд и социальные отношения. 2012. № 6. С. 85-94.
7. Лойко О.Т. Туризм и гостиничное хозяйство/ О.Т. Лойко // Издательство ТПУ: учебное пособие. – Томск, 2005.
8. Сакун Л.В. Теория и практика подготовки специалистов сферы туризма в развитых странах мира / Л.В. Сакун // Монография. - К.: МАУП, 2004.
9. Федеральная целевая программа «Развитие внутреннего и въездного туризма в Российской Федерации (2011 - 2018 годы)» [Электронный ресурс] / Федеральное агентство по туризму. URL:
<http://www.russiatourism.ru/contents/deyatelnost/programmy-i-proekty/federalnaya-tselevaya-programma-razvitie-vnutrennego-i-vezdnogo-turizma-v-rossiyskoy-federatsii-2011-2018-gody/>
10. Berger K. (HRS): "Zusatzqualifikationen in der Beruf-sausbildungspraxis – aktuelle Ergebnisse aus empirischen Untersuchungen und Fordervorhaben" / K. Berger // Berichte zur berufkichen Bildung, Bundesinstitut fur Berufsbildung (Hrsg.) Herf 241, 2000.

УДК 338.484

**Ким Фенг Чин Инновационная стратегия развития
компании в период финансовой нестабильности****Ким Фенг Чин**

магистрант

Институт экономики и права
г.Москва, Россия**Innovative development strategy
of the company in the period of financial instability****Kim Feng Tchin**

MA-student

The Institute of Economics and law
Moscow, Russia

Аннотация. В данной статье рассматривается проблема конъюнктуры рынка и ведения бизнеса для транснациональных компаний, а также проблемы, такие как падение рынка, спад покупательной способности, политические ограничения экономической деятельности международных компаний. Анализируются отношения компании Samsung Electronics со своими поставщиками, выявляются трудности и решения проблемы.

Ключевые слова: финансовая нестабильность, корпорации, инновации, стратегия

Abstract. This article discusses the problem of the market and business for multinational companies, as well as issues such as falling market, the decline in purchasing power, political restrictions of economic activities of international companies. It reveals the relationships of Samsung Electronics with its suppliers, identifies difficulties and solutions to the problem.

Key words: financial instability, corporation, innovation, strategy

Последние несколько лет охарактеризовались для Российской Федерации неблагоприятным состоянием экономической среды. В связи с тяжелым геополитическим положением нашей страны на современном этапе, конъюнктура рынка сегодня не предлагает благоприятной среды для совершенствования своего бизнеса в большинстве отраслей. Кроме того, политика применения к Российской Федерации и Российской Федерацией различных санкций предполагает неблагоприятную среду для ведения бизнеса для транснациональных компаний в целом. Международные компании и ТНК, работающие на российском рынке, сталкиваются с множественными проблемами, такими как падение рынка, спад покупательной способности,

политические ограничения экономической деятельности международных компаний.

Проблемы компаний, работающих в сфере ритейл, тесно связаны с падением покупательной способности на Российском рынке в течение 2014–2015 годов. В течение всего прошлого десятилетия покупательная способность россиян показывала положительную динамику к росту, мировой экономический кризис 2007–2008 годов не сыграл существенной роли на Российском рынке в лице рядового потребителя, ударяя по различным сферам бизнеса. Серьезные последствия спада экономической активности дошли только сейчас. После благоприятных для бизнеса 2011–2013 годов, Российский рынок столкнулся с проблемами девальвации и ускоряющейся инфляцией [2].

Так, выручка крупной компании, специализирующейся на ритейловом рынке, компании M.Video, росла до 2014 года, испытывая трудности только в 2009. При этом компания не переставала расширяться, путем открытия новых торговых точек.

По данным M.Video, в 2013–2014 годах компания открыла 81 новых магазинов, а так же увеличила на 60% уровень продаж через интернет-магазин. Тем не менее, рост выручки соседствует с падением рыночной капитализации: за 2 года, с 2013 года, капитализация сократилась с 56 млрд. рублей (на 31.12.2013) до 36 млрд рублей (на 31.09.2015). При этом, финансовые показатели M.Video на конец 2014 года показывают в целом положительную динамику, кроме прироста выручки наблюдается рост чистой прибыли (20% по отношению к 2013 году) [3].

Экономическая успешность федеральных ритейлеров, в число которых входит и компания M.Video, непосредственно зависит от грамотно выстроенных отношений с поставщиками.

Как нам известно, снижение покупательной способности населения – это только одна сторона медали, другой проблемой может стать отсутствие возможности предложить изменившемуся потребителю новый по свойствам и стоимости продукт.

Рассмотрим отношения компании Samsung Electronics, ведущего поставщика бытовой электроники, со своими поставщиками. Какие трудности испытывали компании? Каким образом были решены эти проблемы? На данные вопросы я постараюсь ответить в своей статье.

ТНК Samsung Electronics, входящая в многопрофильную корпорацию Samsung, во многих сферах электроники занимает лидирующие позиции по ассортименту, количеству и качеству предлагаемых товаров. Известными публики являются телевизоры компании Samsung, доля которых редко снижается ниже 25% от всех проданных, не отстают от этих показателей и мобильные устройства компании. Секрет успеха компании прост – она всегда старается предлагать потребителю максимум технологий за минимальное количество средств, – это раз, плюс на территории РФ, после трудных 90-х, бренд компании стал ассоциироваться с качеством и надежностью (что до сих пор влияет на поставляемые на российский рынок смартфоны).

Тем не менее, в 2015 году компания столкнулась с серьезными финансовыми трудностями. Сокращение рынка сильно ударило по компании, которая никогда не ставила приоритетом продавать товары в бюджетном секторе. Цены на те же смартфоны Samsung в России всегда были за чертой среднего предложения на рынке – вес бренда всегда играл свою роль в выборе потребителя. Тем не менее, в 2015 во многом потребительская корзина поменялась, покупатель стал стремиться к более недорогим решениям, поэтому доли компании Samsung стали стремительно падать.

В качестве примера рассмотрим показатели продаж TV(телевизоры) и ННР (мобильные телефоны и смартфоны) марки Samsung в магазинах крупного ритейлера за 2014 и 2015 года.

Продажи телевизоров на протяжении 2014 года сохраняли тенденцию в коридоре 10–20 тыс. единиц в неделю, в 2015 году упали, средний недельный показатель опустился глубоко за 10 тыс. единиц в неделю. Рынок телевизоров перенасытился в конце 2014 в виду состояния паники у потребителя, за новогодние праздники было куплено телевизоров в четыре раза больше

обычного показателя. После такого бума рынок просел, продажи ритейлера сократились в 10 раз. Ситуация с «горячими» двумя предновогодними неделями и длительным затишьем после в течение года губительно сказалась на поставках – конверсия складов у ритейлера сильно упала. Плюс ко всему добавлялась проблема с девальвацией рубля – себестоимость продукции не снижалась с течением времени, а новые поставки были уже по новым ценам, что сильно снижало маржу и отрицательно сказывалось на прибыли. В такой ситуации многими ритейлерами была принята схема ухода от прямых поставок. Так, например, Евросеть, как известно из открытых источников, с 2015 года не закупает продукцию напрямую у Samsung, используя более дешевую (на момент начала года) технику у B2B поставщиков. Так же под угрозой стали контракты таких крупных компаний, как DNS, Связной и другие.

Закупка крупных объемов продукции у оптовиков – решение на короткий период и несет в себе ряд очень серьезных недостатков. Ряд преимуществ, выгодно отличающих их на первое время, не способны удовлетворить крупных ритейлеров на долгий период времени [1].

К преимуществам можно отнести:

- более медленную реакцию на повышение закупочных цен;
- отсутствие необходимости вести тщательное планирование объемов поставок;
- быстрый доступ к необходимым продуктам;
- отсутствие влияние поставщика на степень наполняемости складов ритейлера.

Из этих преимуществ вытекает ряд недостатков:

- отсутствие понедельного контроля поставщика за наполняемостью складов;
- невозможность планирования на случай резкого увеличения продаж (в этом случае будут расходоваться запасы ритейлера, т.к. оптовик не сможет в достаточной мере быстро среагировать на сокращающийся сток ритейлера);
- сложность возобновления доверительных взаимоотношений с

поставщиком.

В долгосрочном периоде такая схема является губительной для бизнеса, так как она переносит все давление на оптовика, который не способен в полной мере учесть необходимость того или иного списка ритейлеров в своевременной поставке товаров на пустеющие склады и не может добиться адекватного требования у поставщика на дополнительные партии поставок.

В сумме с постоянно меняющимися закупочными ценами это может сыграть с оптовиками злую шутку. Проблема последних состоит в том, что они обычно имеют динамичный склад с высокой конверсией, благодаря стабильно сохраняющемуся спросу, и не имеют нескольких сотен точек по всей России для хранения колоссальных объемов товара. Соответственно, если спрос на товар оптовиков увеличивается вне запланированного коридора, его склады пустеют, так как поставщик не успевает грамотно отреагировать на увеличивающийся спрос [1].

Как итог – оптовик сталкивается с повышением спроса с одной стороны, и сокращением поставок – с другой. Для ритейлера в краткосрочном периоде проблема решена, но в долгосрочном оптовик может либо объявить о банкротстве (как было с ООО «Арконада» в начале 2015 года), либо перестать отвечать требованиям ритейлера.

Соответственно, необходима совершенно иная стратегия поведения поставщика и ритейлера в сложившейся нелегкой ситуации на рынке.

Политика компании Samsung на любом из рынков в любой экономической ситуации состоит в построении доверительных отношений с крупными клиентами и контролем рынка сбыта на всех его степенях. Классическая схема «поставщик-оптовик-ритейлер» состоит из следующих степеней продажи продукции:

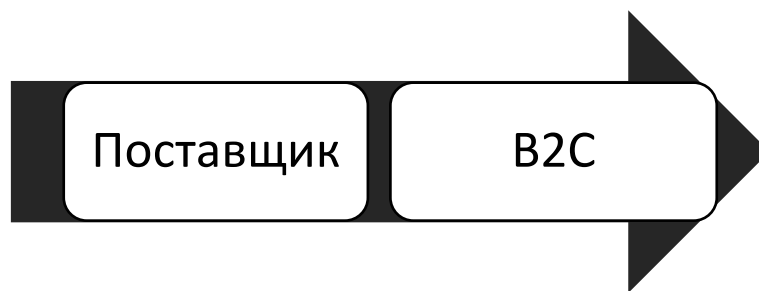


Рис.1. Классическая схема движения товара от поставщика к клиенту

Придерживаясь данной схемы, товар проходит три стадии, прежде чем доберется до клиента. Такая схема не является благоприятной для развития рынка и эффективно применяется на новых рынках, где взаимоотношения между поставщиком и ритейлерами не развиты, либо отсутствуют крупные ритейлеры, а товар доходит до конечного потребителя через мелких продавцов (такая ситуация сохранялась на российском рынке в первое десятилетие постсоветского пространства).

Модифицированная схема, применяемая компанией Sam-sung на российском рынке, выглядит следующим образом:

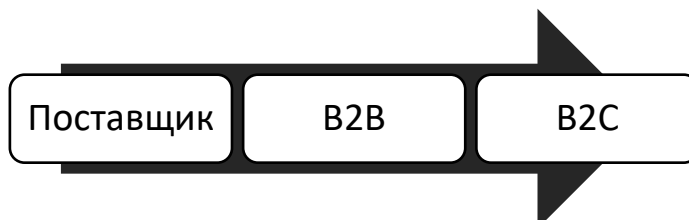


Рис 2. Модифицированная схема движения товара от поставщика к клиенту

Данная схема требует доверительных контрактов между поставщиком и ритейлером, соответственно, ритейлеру необходимо постоянно показывать определенный уровень продаж и следить за наполняемостью своего склада.

Поставщик так же будет требовать от ритейлера постоянных закупок товаров с завода. Для всех клиентов Samsung действует единое правило – нижняя граница закупок находится в периоде 1 раз в полгода. Соответственно, если на ближайшие полгода никаких поставок не планируется, клиент не может считаться прямым.

В данный момент данная схема успешно применяется с более чем

восемьюдесятью компаниями на территории России, она является взаимовыгодной не только для поставщика (так как обеспечивает постоянные поставки), но и для ритейлера (так как устраняет необходимость в постоянном поиске лишнего звена, закрепляет отношения поставщика и ритейлера). Тем не менее, в условиях экономической нестабильности данная схема может оказаться недостаточно эффективной.

Решением компании Samsung является проведение совместного с клиентом планирования. Клиент предоставляет свою отчетность для анализа в компанию Samsung, а так же вносит свои прогнозы на закупку (sell-in) и продажу товаров (sell-out). Совместно с клиентом аналитический отдел одобряет данные цифры и запускает проекты в производство. Таким образом, компания-поставщик является в курсе состояния ритейлера, а ритейлер может заказывать поставки напрямую с завода, непосредственно участвуя в производственном процессе.

Упрощенно усовершенствованная схема выглядит следующим образом: запрос (прогноз) ритейлера на объем закупки → корректировка прогноза со стороны поставщика в соответствии с уровнем продаж → прямые поставки с завода ритейлеру.

Данная схема используется в России в течение нескольких лет и находится в стадии развития, ею пользуются только крупные поставщики, имеющие основания и хорошие доверительные отношения с поставщиком. Это является необходимым требованием применения данной схемы, т.к. без открытой информации оказывается невозможным вести эффективное планирование. Тем не менее, благодаря данной инновационной схеме, компании Samsung удалось вести уровень продаж телевизоров в необходимом коридоре, а так же своевременно и правильно среагировать на изменения на рынке за последний год, успев подготовиться к высокому сезону продаж без существенных потерь. Эффективно применяемая в сфере продажи телевизоров, данная схема, тем не менее, не стала популярной на рынке мобильных телефонов.

Причиной этому является неоднородность продукции компании на рынке смартфонов, а так же необходимость предоставлять потребителю ежегодно новый по свойствам продукт.

На рынке телевизоров, после ввода Ultra-HD технологии, существенных изменений не происходило, потребительский спрос ограничен весьма емкими и простыми характеристиками – пользователь хочет больших диагоналей и более четкой картинки, что вполне оправдывается совершенствующейся раз в год линейкой продукции.

Рынок же смартфонов не может опираться на простые составляющие, он более сложен и пользователь более гибок и вариативен. Соответственно, компанией Samsung был сделан акцент не на планировании, а на совершенствовании линейки своей продукции, выпуска отличительно новых по свойствам смартфонов и поиска нового потребителя. Судить об эффективности выбранной стратегии можно будет уже в ближайшее время, если в сфере телевизоров компания смогла сохранить совместным планированием большинство контрактов и выйти на объем поставок прошлого года, то рынок смартфонов, сильно проседающий с начала года, до сих пор оставляет желать лучшего.

Библиографический список

1. Клименцов О.В. ТНК сегодня, диверсификация деятельности ТНК // Российское предпринимательство, 2009г., № 10, с. 16–19. ISSN: 1994-6937
2. Открытая статистика Росстата// Режим доступа: http://www.gks.ru/free_doc/
3. Годовые отчеты компании M.Video, информация обязательная к публикации // Режим доступа: <http://invest.mvideo.ru/disclosure/annual/index.shtml>
4. Ананченкова П.И., Тонконог В.В. Направления государственной политики в создании и развитии региональной инновационной образовательной системы// Ученые записки Российской Академии Предпринимательства. - №49, 2016.

УДК 338.484

Коцоев Т.А. Социально-экономическое развитие республики Абхазия

Коцоев Тамирлан Аушевич

магистрант

Институт экономики и права

г.Москва, Россия

Socio-economic development of the republic of Abkhazia

Kotsoev Tamirlan Ausevich

MA-student

The Institute of Economics and law

Moscow, Russia

Аннотация. В статье рассматриваются основные направления экономического развития Республики Абхазия. Определен экономический потенциал и наиболее развивающиеся сегменты народного хозяйства и национальной экономики Республики. Выделены перспективные направления взаимовыгодного двустороннего сотрудничества Абхазии и Российской Федерации.

Ключевые слова: регион, экономический потенциал, сотрудничество, перспективные направления

Abstract. The article discusses the main directions of economic development of the Republic of Abkhazia. The economic potential and the fastest-growing segments of the national economy and the national economy of the Republic. Promising areas of mutually beneficial bilateral cooperation between Abkhazia and the Russian Federation.

Key words: region, economic potential, cooperation, promising areas

Абхазия – расположена в северо-западной части Кавказа. Омывается Черным морем. Площадь – 8,6 тыс. кв. км. Основные ресурсы Республики Абхазия представлены в таблице 1.

Таблица 1. Основные ресурсы Республики Абхазия [1]

№ п/п	Наименование ресурса	Характеристика
1	Промышленность	Пищевкусовая (чайная, табачная, винодельческая, консервная), деревообрабатывающая, химическая, угледобывающая
2	Сельское хозяйство	Чай, табак, цитрусовые, эфиромасличные (тунг). Плодоводство и виноградарство. Посевы: кукуруза. Животноводство главным образом молочного и молочно-мясного направления
3	Полезные ископаемые	Полиметаллические, свинцово-цинко-серебрянные и ртутные руды, каменный уголь, барит, доломит, а также запасы экологически чистой питьевой воды, минеральные и термальные воды. Широко распространен природный строительный и облицовочный материал
4	Курортно-	Заповедники: Рицинский национальный парк, Псхусский заповедник,

	рекреационные	Гумистинский заповедник, Пицундо-Мюссерский заповедник. Курорты: Гагра, Гудаута, Пицунда, Новый Афон
5	Транспорт	Железная и шоссейная магистрали, морские порты – Сухум, Очамчира. На территории Абхазии расположены два аэропорта – Бабушара и Бамбора.

Данные таблицы позволяют заключить, что ресурсы Абхазии образуют уникальные природные комплексы, культурно-исторические памятники с благоприятными почвенно-климатическими условиями и с выгодностью транспортно-экономического положения страны.

Следует отметить, что в связи с изменившимися условиями в туристической отрасли (закрытие направлений Египта и Турции) туристический бизнес в Абхазии получил дополнительные преимущества. Также необходимо подчеркнуть, что его развитие рост числа отдыхающих актуализировало проблему увеличения производства сельскохозяйственной продукции, модернизации транспортного комплекса Республики Абхазия, пищевкусовой промышленности.

Поступательное развитие отраслей и ресурсов Абхазии должно быть сбалансировано и управляемо, так как имеющаяся статичность в длительности эксплуатации основных производственных фондов ведет к невосполнимым потерям и снижению эффективности. Такая многоплановая работа должна осуществляться на основе целевых программ, увязанных по расходной части защищенными статьями бюджетов всех уровней, предусматривать комплекс сбалансированных мер, обеспечивающих развитие отраслей.

Главной задачей программного управления является обеспечение устойчивого развития экономики, удовлетворение потребности населения и туристов в сельскохозяйственной продукции абхазского производства по рекомендуемым нормам рационального питания.

В силу выгодных географических условий модернизация транспортного комплекса позволит использовать существующие транспортные возможности по перевозке грузов и пассажиров. В этом плане Республику Абхазия в целом следует рассматривать как регион, имеющий реальную перспективу стать

единым транспортным комплексом, в котором пересекаются железнодорожные, автомобильные, трубопроводные, морские и авиационные трассы.

Необходимо также создавать транспортные узлы, в которых пересекаются несколько видов транспортных путей с целью перегрузки и дальнейшей транспортировки грузов.

Первые места в иерархии проблем, вызывающие общественное беспокойство в 2015 году, традиционно заняли проблемы, связанные с удовлетворением базовых общественных потребностей в безопасности, экономическом благополучии. Среди них можно отметить: высокий уровень безработицы (22,8%), качество медицинских услуг (11,9%), наркомания (10,5%), состояние дорог (9,2%), уровень образования (6,5%). Менее значимыми для респондентов оказались: алкоголизм (2,6%), работа пассажирского транспорта (2,2%), пересечение границы (2,1%), электроснабжение (2,88%).

Основными проблемами в развитии национальной экономики, по мнению респондентов, являются:

- 1) коррупционные действия чиновников – 31,9%;
- 2) последствия войны и политической изоляции Абхазии – 18,7%;
- 3) отсутствие должного правового порядка – 17,6%.

Наиболее часто встречающиеся сочетания вариантов ответа: «Слабая роль государственных институтов в регулировании экономических процессов» и «Коррупционные действия чиновников» – 17,2%; «Последствия войны и политической изоляции Абхазии» и «Коррупционные действия чиновников» – 16,6%; «Отсутствие должного правового порядка» и «Коррупционные действия чиновников» – 16,0%.

Население Республики отмечает, что за последние несколько лет условия их жизни изменились в лучшую сторону – 45,3%, 7,4% – в худшую и 18,6% – затруднились ответить (см.рис.1).



Рис. 1. Оценка изменений условий жизни за последние несколько лет

Необходимо отметить, что Российская Федерация в наступающем году собирается вложить в экономику Абхазии 4,7 млрд рублей, при этом в 2015 году, по данным на 1 декабря, в республику было перечислено более 1,3 млрд рублей.

Анализ Индикативного плана социально-экономического развития Республики Абхазия на 2015 год в разрезе отраслей показал, что по основным планируемым показателям (совокупный объем и прибыль) намечается рост, однако по некоторым отраслям наблюдается спад, как в совокупном объеме, так и в объеме прибыли, а именно: в строительстве, связи, по платным услугам, в кредитно-финансовой сфере. В сфере платных услуг населению совокупный объем планируется ниже уровня планового показателя 2014 года на 0,7%, а итоговая прибыль сокращается по сравнению с прогнозируемой в 2014 году на 24,7%. Вместе с тем, прогнозируемая численность работников этой сферы увеличится на 256 человек, а фонд оплаты труда возрастет на 73 749,1 тыс. руб. В Пояснительной записке к Индикативному плану социально-экономического развития Республики Абхазия на 2015 год эта ситуация объясняется тем, что большое количество предприятий перешло в категорию «индивидуальные предприниматели», выплачивающие спецналог и отчитывающиеся по системе налогообложения в виде налоговых платежей (НДС, подоходный налог с дохода, подоходный налог с заработной платы), но

не отчисляющих налог на прибыль.

Поступление таможенной пошлины планируется в сумме 518 737,2 тыс. руб., что на 9 073,9 тыс. руб. меньше аналогичного показателя 2014 года. Из общей суммы ввозные таможенные пошлины составляют 500 455,2 тыс. руб., вывозные – 18 282,0 тыс. руб. По данным Пояснительной записки сокращение планируемых объемов таможенной пошлины обусловлено переходом в 2015 году на режим беспошлинной торговли с РФ. Таможенные сборы и прочие таможенные платежи прогнозируются в размере 188 717,5 тыс. руб.

Согласно данным Государственного комитета РА по управлению государственным имуществом и приватизации размер арендной платы по объектам, сданным в аренду, составил 19 724,7 тыс. руб. и 15 000,0 долл. США. По состоянию на 01.01.2015 г. задолженность по арендной плате, включая предыдущие годы, составляет 5 441,2 тыс. руб., пеня от суммы просроченного платежа составляет 4 220,3 тыс. руб. Так, пансионат «Апсны» (арендатор – ООО «Ривьера-Гудаута») должен в бюджет арендную плату в сумме 1 520,4 тыс. руб. с 2012 года, пеня от просроченного платежа составляет – 594,7 тыс. руб.; тургостиница «Амткел» (арендатор – ООО «Лиана») – 1 305,4 тыс. руб. с 2013 г., пеня – 451,7 тыс. руб., Сухумский мельзавод (арендатор – ООО «АбхазАгро-Транс») – 1 125,4 тыс. руб. с 2013 года, пеня – 389,4 тыс. руб., спортивно-оздоровительный лагерь «Металлург» (арендатор – НИТУ «МИСиС») – 701,4 тыс. руб. должен с 2011 г., пеня – 2 530,1 тыс. руб. Таким образом, плановые показатели занижены на 7 440,1 тыс. руб.

В соответствии с ч. 3 ст. 1 законопроекта источниками финансирования дефицита государственного бюджета в сумме 240 523,2 тыс. руб. определены: кредиты Национального банка РА и другие внутренние источники. Однако в соответствии со ст. 48 Закона в состав источников финансирования дефицита, в том числе, включается разница между полученными и погашенными Республикой Абхазия кредитами Национального банка Республики Абхазия.

Кроме того, отсутствует информация об иных внутренних источниках

покрытия дефицита бюджета в сумме 65 523,2 тыс. руб.

Спецификой современной абхазской экономики является узость национального рынка в силу ограниченности ресурсов. Основным торгово-экономическим партнером Абхазии является Российская Федерация, а наиболее перспективным направлением экономического развития страны выступает сфера туризма. Черноморское побережье, горные туристические ресурсы и в целом – достаточный туристский потенциал республики ежегодно привлекают гостей из России.

Таким образом, экономическое сотрудничество двух стран в направлении развития сферы туристического и гостиничного бизнеса являются приоритетными направлениями экономического роста Республики Абхазия.

Библиографический список

1. Географическая справка территории Республики Абхазия// URL: <http://dpashka.narod.ru/geograf.html>
2. Барганджия Г.Ю. Экономическое состояние и ресурсный потенциал Республики Абхазия// Электронная версия <http://yandex.ru/clck/jsreDIR?from=yandex.ru>
3. Голеузова Э.С., Безрукова Т.Л. Республика Абхазия как вновь создаваемая рыночная ниша туристических услуг// ФЭС: Финансы. Экономика. Стратегия. 2014. № 5. С. 20–24.
4. Современные проблемы развития экономики, общества и искусства. Шалашаа З.И., Тельнова Н.Н., Белецкая Э.Г., Шеховцова С.Р., Воробьева Е.А., Забелин В.М., Алмосов Л.И., Алмосов А.Л., Чупаха И.В., Коркмазова З.А., Закарая Ж.В., Величенко Е.А., Багдасарян Н.Р. Международная коллективная монография. - Ставрополь, 2015. С. 78–89.
5. Шалашаа З.И., Багба А.Н. Государственное регулирование рыночной экономики в условиях Республики Абхазия: от теории к практике// В сборнике: ФЕНОМЕН РЫНОЧНОГО ХОЗЯЙСТВА: ОТ ИСТОКОВ ДО НАШИХ ДНЕЙ Материалы II-ой Международной научно-практической конференции, посвященной памяти известного ученого и крупного организатора экономической науки Юга России доктора экономических наук, профессора А.Ф. Сидорова. 2014. С. 177–185.
6. Шатиба Х.К. Организационно-экономический механизм восстановления АПК РА//Материалы научно-практической конференции «О состоянии и перспективах развития сельского хозяйства в РА», 25–26 апреля 2012г. в РЦПК при АГУ-Сухум: РУП «Дом печати», 2012г. – С.14–23.

УДК 338.484

Лебедева И.Н. Специфика деятельности учреждений образования в условиях реформирования бюджетной политики**Лебедева Ирина Николаевна**

магистрант

Академия труда и социальных отношений

г.Москва, Россия

Specificity of activity of educational institutions in the conditions of reforming of budgetary policy**Lebedeva Irina Nikolaevna**

MA-student

Academy of labour and social relations

Moscow, Russia

Аннотация. Механизм финансирования деятельности бюджетных образовательных учреждений в современной России является актуальной темой сферы образования. Существующая система финансового обеспечения бюджетных учреждений образования находится в стадии реформирования с целью соответствия современным социально-экономическим условиям. В последнее время эксперты сферы образования озабочены поиском оптимальных механизмов распределения финансовых средств между образовательными учреждениями, способствующих обновлению и улучшению образовательной инфраструктуры и разработкой системы стимулирования образовательных организаций, позволяющей экономить денежные ресурсы. В связи с этим, представляется необходимым постоянный мониторинг итогов реализации направлений реформирования бюджетной политики в сфере образования с целью поиска путей снижения расходов государственного бюджета и повышения качества образовательных услуг.

Ключевые слова: образовательная организация, система финансового обеспечения, реформа образования, снижение бюджетного давления, эффективность услуг в сфере образования

Abstract. The mechanism of financing the activities of educational institutions in modern Russia is a current topic of education. The existing system of financial provision of budget of educational institutions is being reformed to meet contemporary socio-economic conditions. In recent years, experts in the sphere of education concerned with the search for optimal mechanisms for distribution of financial resources between educational institutions, promoting and improving the educational infrastructure and the development of incentive systems of educational organizations, allowing you to save money. In this regard, it is necessary a constant monitoring of the results of the implementation of the reform of budgetary policy in the sphere of education with the aim of finding ways to reduce state budget expenditures and improve the quality of educational services.

Key words: educational organization, system of financial security, education reform, budget pressure, efficiency

Закрепленное для каждого гражданина Российской Федерации право на получение образования в ст. 43 Конституции РФ [1], обуславливает приоритетное сохранение бесплатной системы образования, функционирование которой реализуется за счет бюджетного финансирования деятельности образовательных учреждений. Существовавшая до недавнего времени система финансирования образовательных учреждений изжила себя, так как Госказначейством покрывалось лишь 30-40% потребностей образовательных учреждений, вызывая качественное и количественное снижение материально-технических ресурсов, необходимых для ведения воспитательно-образовательного процесса. Наряду с этим назревали и кадровые проблемы: работа в сфере образования являлась непристижной, как следствие – невостребованной. Действовавший механизм финансирования так же не учитывал территориальную дифференциацию образовательных учреждений.

Таким образом, сложившаяся ситуация подтолкнула экспертов сферы образования к разработке нового механизма финансового обеспечения образовательных учреждений, закрепленного в ст.ст. 84, 86, 87 Бюджетного Кодекса РФ [2]. Характеристика особенностей данной модели представлена в табл. 1.

Таблица 1. Особенности системы управления финансами в сфере обеспечения образовательных учреждений

Этапы	Ответственные органы и лица
Разработка и утверждение норм бюджетных дотаций. Органы власти субъектов РФ имеют право увеличить утвержденные нормы за счет ресурсов собственных бюджетов	Федеральные органы исполнительной власти
Установление заданий по предоставлению услуг по обучению и воспитанию	Федеральные органы исполнительной власти
Определение заданий по выполнению образовательного минимума подведомственным распорядителям ресурсов	Главные распорядители бюджетных средств
Составление смет на очередной финансовый год на основе полученных заданий по предоставлению услуг. Организация внутреннего финансового контроля	Директора образовательных учреждений
Отслеживание соблюдения нормативов финансовых затрат	Органы государственного и финансового муниципального контроля

Источник: составлено автором.

Исследуя состояния российского образования, необходимо рассматривать результаты, достигнутые реформированием бюджетной политики в образовании, где в качестве главных направлений, выступают вопросы снижения давления на бюджет, повышения эффективности предоставления государственных и муниципальных услуг в сфере образования. Для достижения этих целей требуются не столько финансовые ресурсы, сколько единая, целенаправленная политика в их использовании.

Государственные расходы на образование в 2015 году составили 3 179,7 млрд. руб., в том числе, за счет Федерального бюджета – 616,7 млрд. руб. (3,9 % от расходов Федерального бюджета), за счет консолидированных бюджетов субъектов Российской Федерации – 2 563,0 млрд. руб. (25,1 % от расходов консолидированных бюджетов субъектов Российской Федерации) [3].

Анализ результатов применения федерального закона № 83-ФЗ «О внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации в связи с совершенствованием правового положения государственных (муниципальных) учреждений» [4], призванного обеспечить процесс реструктуризации сети бюджетных учреждений, показал, что ожидаемые эффекты от мер, направленных на снижение бюджетного давления, рост финансово-хозяйственной самостоятельности и экономической инициативности образовательных организаций, в настоящее время реализованы не в полной мере, а реформирование бюджетной учреждений сферы образования идет медленно, что обусловлено растущим недоверием, как со стороны участников данного процесса, так и со стороны общественного мнения.

Важным направлением повышения эффективности бюджетных расходов на финансирование сферы образования является переход к нормативно-подушевому финансированию. Этот подход уже реализуется в России на протяжении последних лет, однако некоторые примеры из международного

опыта свидетельствуют, что и здесь имеются резервы для роста.

С 2017 года, механизм нормативно-подушевого финансирования, реализуемый в общеобразовательных организациях, применяется и в высшем образовании и зависит от числа студентов и стоимости госзаданий по другим видам деятельности вузов.

Таблица 2. Порядок реализации нормативно-подушевого финансирования образовательных организаций

Элементы системы обеспечения	Порядок утверждения
Федеральный норматив финансирования на одного учащегося	Принимается ежегодно, обязателен для исполнения федеральными и региональными органами управления
Увеличенный норматив	Принимается субъектами РФ в случаях, если выделенных государством средств недостаточно для выполнения госзадания, обеспечения образовательных услуг на должном уровне. Разницу денежных показателей региональные бюджеты минимизируют своими силами
Поправочный коэффициент	Вводится на общегосударственном уровне для обеспечения равенства условий ведения процесса обучения детей с особыми потребностями, учеников сельских школ, а также школьников, проживающих в регионах с неблагоприятными климатическими условиями

Источник: составлено автором.

Процесс реформирования бюджетной политики в системе российского образования в целом соответствует международным тенденциям, но необходима определенная доработка, которая будет учитывать особенности формирования образовательной среды в России.

По состоянию на 2014 год в Российской федерации число дошкольных образовательных организаций составило 41 332, общеобразовательных организаций – 44 848, профессиональных образовательных организаций – 3 942 (из них государственные и муниципальные организации составили 2 665, частные – 244), образовательные организации высшего образования – 950 (из них государственные и муниципальные организации составили 548, частные – 402), организации, осуществляющие подготовку научно-педагогических кадров в аспирантуре – 1 519 [3].

Согласно данных Росстата, средняя заработная плата педагогических работников общеобразовательных организаций в России за январь-сентябрь 2017 года составляет 34 тыс. рублей (89,3% от средней по экономике Российской Федерации за аналогичный период).

Таблица 3. Средняя заработная плата педагогических работников образовательных учреждений общего образования за январь-сентябрь 2017 г., руб.

Субъект РФ	Зарботная плата, всего	в том числе по формам собственности организаций		
		федеральная	субъектов Российской Федерации	муниципальная
Российская Федерация	34 027	57 647	52 678	29 684
Центральный федеральный округ	44 420	57 544	67 603	30 180
г.Москва	72 341	70 060	72 363	71 713
Северо-Западный федеральный округ	39 581	64 736	49 051	33 057
Южный федеральный округ	26 455	50 480	27 185	26 230
Северо-Кавказский федеральный округ	21 071	57 934	21 646	20 839
Приволжский федеральный округ	26 277	52 553	26 797	26 101
Уральский федеральный округ	39 453	60 168	36 469	39 491
Сибирский федеральный округ	29 599	56 965	30 581	29 464
Дальневосточный федеральный округ	45 292	60 834	43 058	45 245

Источник: [5].

Для формирования системы эффективного управления финансами социального сектора экономики в 2010 году был принят Федеральный закон № 83-ФЗ. За период реализации Федерального закона с 2011 по 2015 годы сеть федеральных государственных учреждений сократилась на 5% (рис. 1).

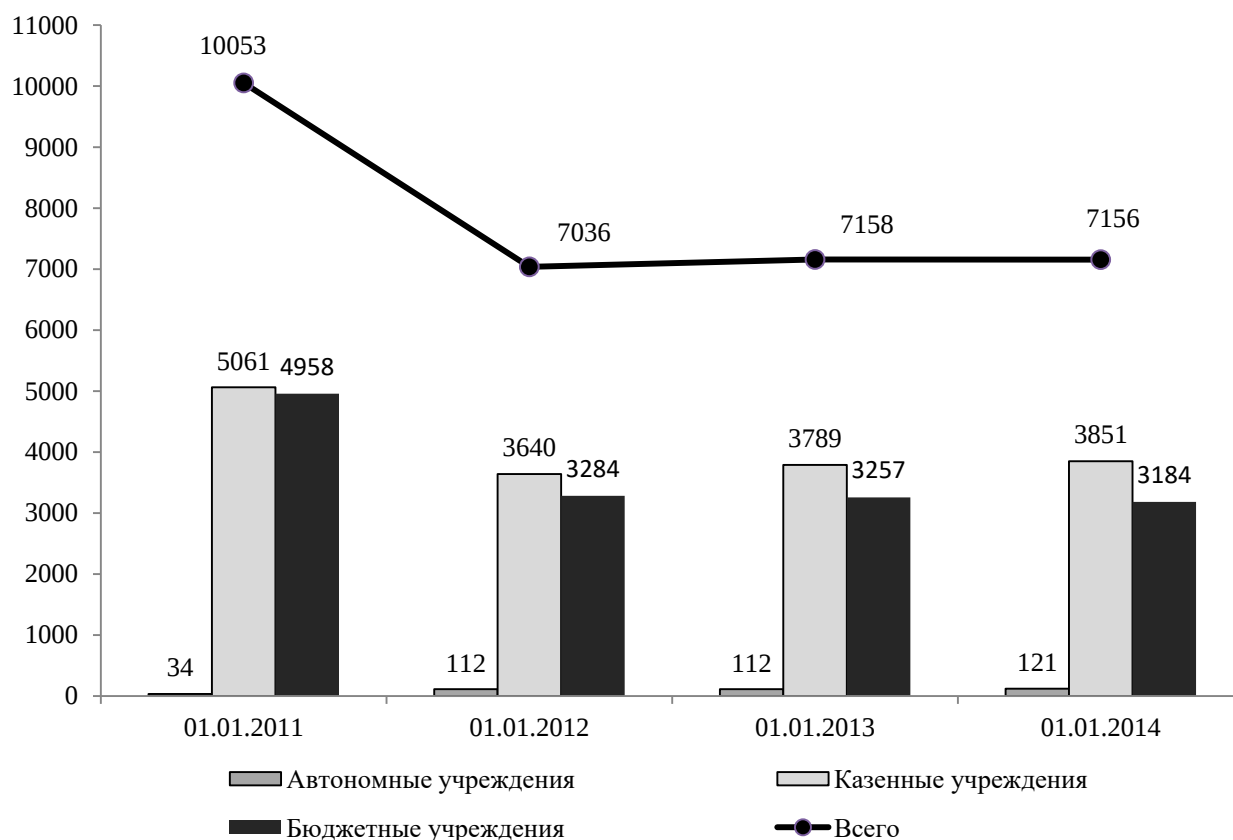


Рисунок 1. Изменение сети федеральных государственных учреждений различных типов за период с 2011 по 2015 гг. (ед.)

Источник: [6].

Сокращение количества федеральных государственных учреждений произошло за счет уменьшения количества как бюджетных учреждений (показатель упал на 9%), с незначительным изменением их доли (с 64,9% в 2012 году до 62,4% в 2015 году), так и учреждений казенного типа (показатель снизился на 3%, при росте их доли в общем числе федеральных государственных учреждений с 28,6% в 2012 году до 29% в 2015 году).

На фоне этих процессов рост в 1,3 раза числа автономных учреждений не привел к существенным изменениям в системе, а их доля в сети федеральных государственных учреждений не превысила 9% (в 2015 году данный показатель составил около 8,6%). Темпы роста количества автономных учреждений на федеральном уровне чуть выше (рост в 1,4 раза), чем на муниципальном (рост в 1,3 раза) и региональном (рост в 1,2 раза) уровнях.

Данный факт означает, что бюджетный тип учреждений по-прежнему занимает доминирующие позиции (рис. 2), а картина функционирования системы учреждений изменилась незначительно.

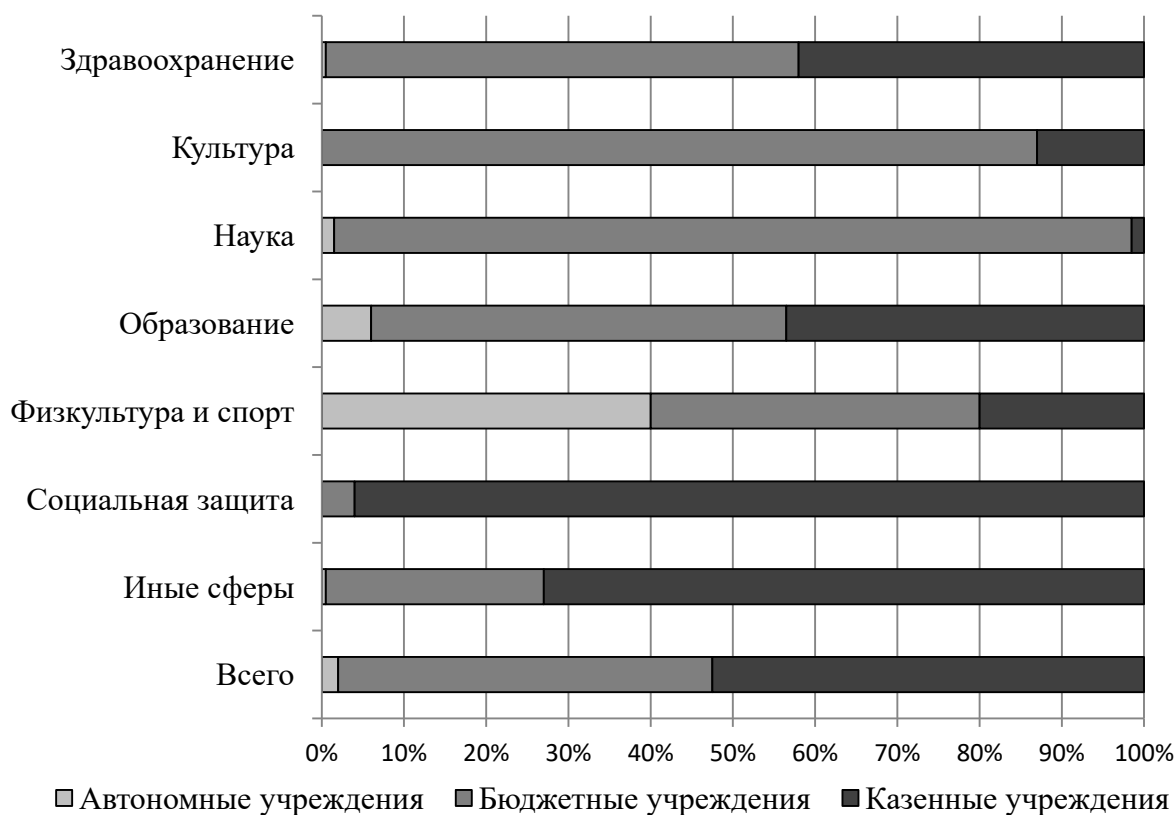


Рисунок 2. Распределение государственных (муниципальных) учреждений по типам и сферам деятельности в 2015 г. (%)

Источник: [6].

Несмотря на сокращение количества бюджетных учреждений, их доля в отраслях культура и наука, по-прежнему, остается выше, чем 85%, и выше чем 50% в здравоохранении и образовании. В общей сложности доля автономных учреждений в социальной сфере не превышает 2%. Следовательно, с одной стороны, переход в новый тип учреждений предоставляет больше свободы в финансово-хозяйственной деятельности и управлении, но с другой стороны – это не является существенной мотивацией для более активной оптимизации сети.

Реализация Федерального закона направлено на обновление бюджетной политики, которая способствовала бы повышению эффективности бюджетных

расходов и сокращению бюджетного сектора в экономике. С этой целью введена данная правовая норма в сфере образования, направленная на решение следующих задач:

Задача 1. Снижение бюджетного давления и повышение инвестиционной привлекательности образовательных организаций.

Эксперты предполагали, что формирование новых типов учреждений наряду с расширением источников финансирования и изменением порядка распоряжения внебюджетными средствами, приведет к повышению эффективности их функционирования.

В результате, в сфере образования произошло сокращение числа учреждений бюджетного типа (показатель снизился на 26%), но их доля все равно превышает 50%

На фоне увеличения числа автономных учреждений (значение показателя за анализируемый период выросло в 4 раза), их доля не превышает 7%, а процесс перехода в статус автономных учреждений остановился.

Одновременно, сфера образования характеризуется ростом в 1,2 раза числа казенных учреждений, финансирование которых реализуется не по государственному (муниципальному) заданию, так же остается достаточно высокой и их доля в сети (более 40%). Результаты региональной статистики по доле казенных учреждений показывают широкий разброс этого показателя по субъектам Российской Федерации (на 2015 год в Республике Татарстан он составил 4%, в то время как в Кабардино-Балкарской Республике – 92%).

Помимо этого, согласно данных Минфина России, в статусе казенных учреждений функционирует ряд школ, учреждений культуры и спорта, которые должны реализовывать образовательные программы на основе государственного (муниципального) задания.

Задача 2. Повышение эффективности предоставления государственных и муниципальных услуг и возрастание роли экономической инициативы и самостоятельности организаций, предоставляющих образовательные услуги.

Решить поставленную задачу планировали путем ухода от «сметной»

модели финансирования (финансирование содержания учреждений) к субсидиарной модели (финансирование заданий учредителя – целевой субсидии).

Таким образом, положения государственной политики в сфере образования нацелены на развитие модернизации образовательного процесса, поэтому необходим последовательный переход к формульному субсидированию. Необходимо отметить, что выделение средств на профильную деятельность образовательных учреждений в 2017 году осуществляется выборочно, по территориальному принципу. Механизм финансирования образовательных учреждений в регионах реализуется установленным образом, в соответствии с нормативами финансового обеспечения, которые постепенно опробуют модель нормативно-подушевого денежного обеспечения.

И, конечно же, постоянный мониторинг результатов реализации направлений реформирования бюджетной политики в сфере образования позволяет искать оптимальные пути снижения расходов государственного бюджета и повышать качество предоставления образовательных услуг.

Библиографический список

1. Конституция Российской Федерации (принята всенародным голосованием 12.12.1993) (с учетом поправок, внесенных Законами РФ о поправках к Конституции РФ от 30.12.2008 N 6-ФКЗ, от 30.12.2008 N 7-ФКЗ, от 05.02.2014 N 2-ФКЗ, от 21.07.2014 N 11-ФКЗ). URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_28399/. (дата обращения 15.12.2017).
2. Бюджетный кодекс Российской Федерации от 31.07.1998 N 145-ФЗ (ред. от 27.11.2017). URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_19702/. (дата обращения 15.12.2017).
3. Образование в цифрах: 2016: краткий статистический сборник / Л. М. Гохберг, И.Ю. Забатурина, Г.Г. Ковалева и др.; Нац. исслед. ун-т «Высшая школа экономики». – М.: НИУ ВШЭ, 2016. – 80 с.
4. Федеральный закон от 08.05.2010 N 83-ФЗ (ред. от 27.11.2017) «О внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации в связи с совершенствованием правового положения государственных (муниципальных) учреждений». URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_100193/. (дата обращения 16.12.2017).
5. Итоги федерального статистического наблюдения в сфере оплаты труда отдельных категорий работников социальной сферы и науки за январь-сентябрь 2017 года. Росстат. URL:

- http://www.gks.ru/free_doc/new_site/population/trud/itog_monitor/itog-monitor3-17.html. (дата обращения 16.12.2017).
6. Бюллетень о сфере образования, июнь 2016 (№8). Аналитический центр при правительстве РФ. URL: <http://ac.gov.ru/publications/>. (дата обращения 17.12.2017).
 7. Петрова О.Н., Ананченкова П.И. Непрерывное профессиональное образование как элемент национальной образовательной системы// Этносоциум и межнациональная культура. 2016. № 1 (91). С. 18-21.
 8. Ананченкова П.И. Факторы конкурентоспособности высших учебных заведений// Путеводитель предпринимателя. 2013. № 17. С. 7-12.
 9. Аксенова Е.И. Проблемы воспроизводства инновационных профессиональных компетенций в национальной образовательной системе// Труд и социальные отношения. 2017. № 2. С. 70-77.
 10. Аксенова Е.И., Новикова Н.М. Развитие университетов разного типа как структурных элементов национальной инновационной образовательной системы// Труд и социальные отношения. 2017. № 5. С. 57-71.

УДК 338.484

Мартирисян О.А. Социально-экономические факторы развития самозанятости граждан

Мартирисян О.А.

аспирант

Новороссийский филиал Белгородского
государственного технологического
университета им.В.Г.Шухова
г.Новороссийск, Россия

Socio-economic factors in the development of self-employment

Martirosyan O.A.

PhD-student

Novorossiysk branch
Belgorod state technological
University.In.G.Shukhov
Novorossiysk, Russia

Аннотация. Совсем недавно на уровне правительства стало ясно, что действовавшее законодательство упускало из виду значительную часть населения – самозанятых граждан, получивших такое название для выделения их из среды индивидуальных предпринимателей. Для четкого выделения и понимания факторов развития самозанятости граждан в Российской Федерации, причин ее преобразования вместе с экономикой страны, которая быстро реагирует на достижения научно-технического прогресса и является открытой по отношению к мировой экономике, а также с целью регулирования самозанятости государственными органами, для решения задач социально-экономического развития России и модернизации ее экономики требуется последовательный анализ и внесение ясности в эту социально-экономическую категорию.

Ключевые слова: самозанятость, правовой статус самозанятых граждан, налоговая нагрузка для самозанятых, причины появления самозанятости, факторы развития самозанятости в России

Abstract. Recently, at the government level, it became clear that the existing legislation had overlooked a significant part of the population – the self-employed, received this name to distinguish you from the environment of individual entrepreneurs. For a clear separation and understanding of the factors in the development of self-employment in the Russian Federation, the reasons for its transformation along with the country's economy, which quickly responds to the achievements of the scientific-technical progress and is open to the global economy, as well as for the regulation of self-employment state bodies for the decision of tasks of socio-economic development of Russia and modernizing its economy requires consistent analysis and clarity in this socio-economic category.

Key words: self-employment, legal status of self-employed people, tax burden for self-employed, reasons for the emergence of self-employment, factors of development of self-employment in Russia

В настоящее время большое внимание со стороны государства оказывается развитию темы о самозанятых гражданах. С 2013 года правительством шло активное формирование понятия «самозанятые граждане» и вносились различные предложения, определяющие для них правовой статус и надлежащую налоговую нагрузку. Так, в течение трех предыдущих лет президентом направлялись правительству шесть обращений, содержащих настоятельные рекомендации по решению этого вопроса. В июле 2017 года был принят законопроект [1], который призван регулировать самозанятость населения. Данный документ определяет правовой статус самозанятых граждан, в том числе и исключает возможность признания их деятельности незаконным предпринимательством.

Самозанятыми гражданами признается экономически активное население, осуществляющее на свой риск предпринимательскую деятельность без регистрации своего статуса и не привлекающее наемных работников. До недавнего времени учет таких граждан не предусматривался и не отслеживался государством в качестве участников трудового сектора, они не платили налогов и страховых взносов.

В статье 2 Закона РФ «О занятости населения в Российской Федерации» [2], среди категорий занятого населения самозанятые граждане не

упомянуты.

До настоящего времени этот термин практически не формализован, государственными органами даются различные определения понятию «самозанятые граждане» (рис. 1).

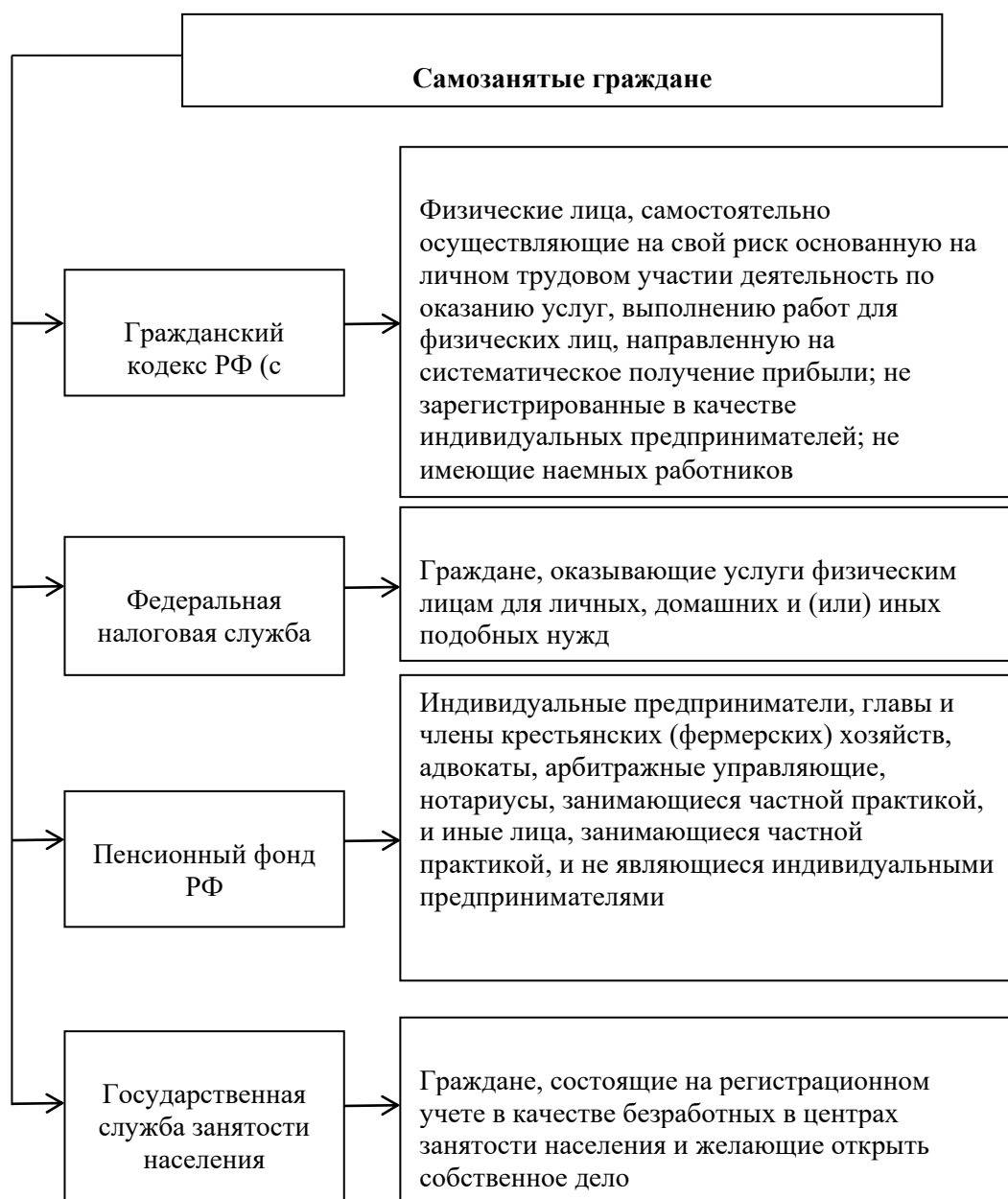


Рис. 1. Определения государственных органов понятия «самозанятые граждане»

Источник: [3, 4, 5].

Так, Федеральная налоговая служба, выделяет самозанятых граждан по следующим критериям:

- 1) ведение деятельности по оказанию услуг, выполнению работ для

физических лиц;

2) осуществление деятельности, направленной на систематическое получение прибыли;

3) граждане, не зарегистрированные в качестве индивидуальных предпринимателей и не имеющие наемных работников.

Согласно этих критериев, ФНС России ведет учет самозанятых граждан, которые обязаны подать соответствующие уведомления по месту жительства (месту пребывания – при отсутствии у места жительства на территории РФ).

ФНС России обращает внимание, что к категории самозанятых граждан не относятся:

1) иностранные граждане, которые осуществляют трудовую деятельность, работая по найму у физических лиц, с целью личных, домашних и иных подобных нужд, не относящихся к предпринимательской деятельности;

2) иностранные граждане, ведущие трудовую деятельность по найму в организациях или у индивидуальных предпринимателей, а также у занимающихся частной практикой нотариусов, адвокатов, учредивших адвокатские кабинеты, и других лиц, которые занимаются частной практикой в соответствии с законодательством РФ.

Хотя в Налоговом кодексе РФ понятие «самозанятые» не упоминается, для них все же устанавливаются виды услуг, которые вправе оказывать самозанятые граждане:

- присмотр и уход за детьми, больными лицами, лицами, достигшими возраста 80 лет, а также иными лицами, нуждающимися в постоянном постороннем уходе по заключению медицинской организации;

- репетиторство;

- уборка жилых помещений, ведение домашнего хозяйства.

Кроме того, субъектам РФ предоставлены полномочия по установлению и других видов услуг для личных, домашних и (или) иных подобных нужд, таких как:

- фотография;

- шитье;
- частный извоз;
- программирование;
- парикмахерские услуги;
- маникюр;
- копирайтерство;
- услуги по переводу текстов;
- строительство;
- торговля на ярмарках и т.д.

Все эти профессии объединены несколькими схожими чертами: при оказании услуг подразумеваются простые в технологическом плане действия, для осуществления которых не требуется получение специальной лицензии. Также спецификой работы предполагается довольно частое изменение рабочего места либо же ведение деятельности в интернете. Все это делает отслеживание доходов лиц, занятых в этой сфере, налоговой инспекцией очень трудоемким процессом. Следует заметить, что приведенный выше перечень профессий является примерным, так как на официальном уровне он утвержден не был. Однако, его можно составить, руководствуясь многочисленными комментариями законодателей.

Принятие 30 ноября 2016 года закона № 401 [6] позволило внести корректировки в Налоговый Кодекс РФ, в частности в статью 217, предусматривающую освобождение самозанятых граждан от уплаты налогов до 2019 года. Пока действуют налоговые каникулы, необходимо определить правовой статус этой категории граждан и создать такие условия для осуществления деятельности, при которых самозанятым гражданам было бы выгодно выйти из неформального сектора.

В настоящее время представителями заинтересованных ведомств ведутся дискуссии по поводу правового статуса и налогообложения самозанятых граждан, однако, они сходятся во мнении, что в качестве оптимального способа легализации доходов самозанятых граждан можно определить разовый

фиксированный платеж. В частности, речь идет о патенте на определенное время и за фиксированную оплату. Наряду с этим придется не только определиться с понятием «самозанятый», но и разработать систему налогообложения доходов этой категории граждан, а также вовлечь в обсуждение проблемы региональные и местные органы власти.

Предполагается за регионами оставить право устанавливать размер патента, порядок его уплаты и способ определения налоговой базы. Планируется самозанятым установить авансовые страховые взносы по пониженной ставке – 5 % МРОТ в месяц, из которых на пенсионное страхование будет отчисляться 3 %, на медицинское – 2 %.

Как считает глава комитета Совфеда по соцполитике В. Рязанский, среднюю годовую стоимость патента следует сформировать в размере 20 000 руб., по его мнению такая сумма, будет необременительной для работающего гражданина [7].

В настоящий момент в ходе обсуждения выдвинуты следующие предложения, которые необходимо определить в качестве правил до 1 января 2019 года:

1. Установить верхний предел стоимости патента и определить порядок уплаты на федеральном уровне. Региональным и местным органам власти оставить право определять конкретную сумму за патент.

2. В стоимость патента должна входить сумма обязательных страховых взносов.

3. Закрепить нижнюю минимальную стоимость патента.

4. Разрешить самозанятым, получающим доход ниже прожиточного минимума не приобретать патент, при этом им все равно необходимо регистрироваться.

5. Выделить самозанятых в зависимости от наличия основной работы, приносящей доход.

6. Регламентировать перечень видов деятельности, которые могут осуществлять граждане в качестве самозанятых.

7. Внести поправки и дополнения в кодекс об административных правонарушениях, предусматривающие ответственность при оказании самозанятыми некачественных услуг.

8. Необходимо предусмотреть привилегии для категории самозанятых.

Необходимо разобраться, с какой целью создается новая форма предпринимательства и сможет ли новая система учета и налогообложения категории самозанятого населения стать самой демократичной из всех, которые когда-либо применялись в России. Для этого рассмотрим, в чем заключаются отличия самозанятости от предпринимательства (табл. 1).

Таблица 4. Характеристики самозанятости и предпринимательства

Показатель	Индивидуальные предприниматели	Самозанятые граждане
Процесс регистрации	Необходимо пройти процедуру регистрации индивидуального предпринимателя в ФНС, оформление заявления, оплату государственной пошлины и заверение у нотариуса при подаче по почте или через представителя	Необходимо приобрести специальный патент, который значительно упростит регистрацию, заполнить уведомление (можно на сайте ФНС)
Стоимость регистрации	Госпошлина 800 рублей	Заявленная стоимость бланка уведомления о регистрации 100 рублей
Налогообложение	Применяют по своему выбору: ОСНО (общую), УСН (упрощенную), ПСН (патент) или ЕНВД (единый налог на вмененный доход)	Вероятно, они смогут приобретать только патент (покупка такого разрешения заменяет собой все налоги)
Налоговая отчетность	Подается в конце отчетного периода в соответствии с выбранным режимом налогообложения	Налоговая отчетность отсутствует
Наемные работники	Имеют право привлекать наемных работников	Не могут нанимать работников, работают только сами

Источник: составлено автором

Исходя из вышеописанного можно сделать вывод о том, что с заявлениями об упрощении процедуры регистрации и отсутствия налоговой отчетности, основным отличием индивидуального предпринимателя от самозанятого гражданина является невозможность брать на работу

сотрудников, деятельность этой категории физических лиц должна осуществляться благодаря их личным усилиям.

Пенсионный Фонд РФ к самозанятым гражданам относит также и индивидуальных предпринимателей, глав и членов крестьянских (фермерских) хозяйств, адвокатов, арбитражных управляющих, нотариусов, занимающиеся частной практикой, и иных лиц, занимающиеся частной практикой, и не являющихся индивидуальными предпринимателями и обязывает самостоятельно уплачивать налоги и страховые взносы.

По определения службы занятости, самозанятость – это организация безработными гражданами, гражданами, ищущими работу, собственного дела с оформлением государственной регистрации в качестве индивидуального предпринимателя или созданием юридического лица.

Государственная служба занятости населения определяет свои условия отнесения к самозанятым гражданам:

- 1) необходимость состоять на регистрационном учете в качестве безработных в центрах занятости населения;
- 2) желание открыть собственное дело.

В целях содействия самозанятости безработных граждан, региональными службами занятости оказывается единовременная финансовая помощь при регистрации собственного дела, размер которой определяется на региональном уровне, а также единовременная финансовая помощь на подготовку документов для государственной регистрации.

Из-за неясности трактования разными государственными структурами термина «самозанятые», возникает неравенство в части оказания государственной поддержки. Так, получить финансовую помощь от органов государственной службы занятости может только лицо, состоящее на учете в качестве безработного в центрах занятости населения. В то время, как и граждане, имеющие основную работу и желающие в свободное время получать доход от оказания услуг, например, репетиторством, уборкой жилых помещений, ведением домашнего хозяйства или присмотром за лицами,

нуждающимися в постоянном уходе, должны иметь возможность ее получения.

Российская экономика характеризуется рядом накопившихся проблем и противоречий, снижающих ее эффективность и препятствующих социально-экономическому развитию, которые напрямую или косвенно связаны с samozанятостью. Среди главных проблем можно выделить: низкую конкурентоспособность экономики страны и ее субъектов, излишнее регулирование рынков и экономики в целом, множественные трудности и барьеры в сфере торговли и внешнеэкономической деятельности, жесткое регулирование иностранного участия, недостаточно эффективную антимонопольную политику, низкую инновационную активность и эффективность хозяйствующих субъектов.

Основной целью развития и формирования категории samozанятых граждан является легализация трудоспособных граждан России, не работающих по трудовым договорам и не участвующих в легальном предпринимательстве. Понятно, что в условиях рыночной экономики, лица трудоспособного возраста, скорее всего, заняты какой-то деятельностью, приносящей доход. При этом, сами граждане осознают, что нарушают законодательство, но становиться на учет в качестве ИП и платить налоги не торопятся в силу разных причин: неспособность самостоятельно вести бухгалтерский и налоговый учет, который в нашей стране не так уж упрощен; высокие налоговые платежи, в том числе и фиксированные страховые взносы в Пенсионный фонд РФ, которые не ставятся в зависимость от того, велась ли деятельность в календарном году; проверки контролирующих органов, предусматривающие высокие штрафы даже за незначительные нарушения и т.п.

Первые попытки властей вывести из теневого сектора samozанятых граждан пока терпят неудачу. Так, по данным Федеральной налоговой службы, за первые семь месяцев действия нормы Налогового кодекса об уведомительном порядке получения статуса samozанятых, этой возможностью в РФ воспользовалось лишь 295 человек. Более всего обращений зафиксировано в республике Крым (29 уведомлений). В Москве с населением в 12 млн. человек

подано 15 уведомлений (табл. 2).

Таблица 5. Количество самозанятых граждан, вставших на учет в ИФНС по РФ и регионам десятки лидеров за период 01.01.2017 г. - 01.08.2017 г., чел.

Субъект РФ	Количество самозанятых граждан, вставших на учет		
	Всего (начиная с 01.01.2017)	граждане РФ	иностранцы граждане
Всего по РФ	295	227	68
в т.ч.:			
Республика Крым	29	24	5
Московская область	24	15	9
Белгородская область	23	17	6
Ростовская область	20	6	14
Омская область	18	18	0
г. Москва	15	15	0
Республика Алтай	9	3	6
Республика Татарстан	9	8	1
г. Санкт-Петербург	9	8	1
Архангельская область и Ненецкий автономный округ	8	8	0

Источник: [8].

Итоги официальных данных ФНС показывают, что самозанятых граждан всего 295 человек. Как свидетельствуют данные табл. 2, в среднем по РФ подают уведомления о регистрации в качестве самозанятых граждан 42 человека в месяц, иностранные граждане из них составляют 23 %. За прошедший месяц на учет в ФНС встало всего 82 человека (прирост по отношению к июлю), по состоянию на 1 июля самозанятых было всего 213 человек:

Таблица 6. Количество оказываемых услуг самозанятыми гражданами по РФ и регионам десятки лидеров на 01.08.2017 г.

Субъект РФ	Количество оказываемых услуг самозанятыми гражданами			
	по присмотру и уходу за детьми, больными лицами и лицами пожилого возраста	по репетиторству	по уборке жилых помещений, ведению домашнего хозяйства	всего
Всего по РФ	84	146	86	316
в т.ч.:				
Республика Крым	9	18	4	31

Московская область	10	7	8	25
Белгородская область	2	16	6	24
Ростовская область	2	3	15	20
Омская область	12	1	5	18
Республика Татарстан	6	7	4	17
г. Москва	1	11	4	16
г. Санкт-Петербург	3	5	1	9
Вологодская область	2	4	3	9
Республика Алтай	1	1	7	9

Источник: [9].

Рассмотрим, какие виды деятельности пользуются популярностью:

- услуги репетиторов – 146 заявлений;

- деятельность по присмотру и уходу за детьми, больными лицами, лицами, достигшими возраста 80 лет, а также иными лицами, нуждающимися в постоянном постороннем уходе по заключению медицинской организации – 84 заявления;

- работа по уборке жилых помещений, ведению домашнего хозяйства – 86 заявлений.

Отметим, что количество оказываемых услуг самозанятыми гражданами больше, чем вставших на учет, так как в заявлении на постановку на учет можно указывать несколько видов деятельности.

С 2017 года на два года в России введены налоговые каникулы для самозанятых граждан, заявивших о себе в налоговые органы. По окончании каникул в 2019 году они будут вынуждены либо прекратить такую деятельность, либо зарегистрироваться и уплачивать налоги.

По предложению Минфина эта норма была распространена лишь на три категории самозанятых, занимающихся: репетиторством, уборкой жилых помещений, ведением домашнего хозяйства или присмотром за лицами, нуждающимися в постоянном уходе.

Власти дали обещание, что это лишь первые шаги на пути легализации теневого сектора услуг физических лиц, в котором, согласно статистике, сейчас трудятся от 15 до 22 млн. человек. Так, по ориентировочным расчетам, самозанятых около 30 млн. россиян, что составляет около 40 % от всего

экономически активного населения страны.

Однако, расчет на то, что самозанятые граждане будут рады таким послаблениям и зарегистрируются, не оправдался.

По сути, для этой категории граждан ничего хорошего закон не несет, он отвечает лишь интересам государства, которое таким образом планирует получить дополнительный источник пополнения бюджетов всех уровней, но никак не самих самозанятых, которым сейчас в качестве преимущества выхода из тени государство обещает разве что очистку совести. Обеспечить эффективность работы закона можно только при условии введения административной или даже уголовной ответственности за нарушение законодательства, но это очень скользкий путь, поскольку, по сути, приведет он лишь к еще большему уходу в тень пятой части населения страны, уже не говоря об уровне электоральной поддержки.

Так, создание института самозанятых может лишь рассматриваться в качестве альтернативы более сложной патентной системе налогообложения, использовать которую можно, лишь зарегистрировавшись в качестве индивидуального предпринимателя.

Однако, судя по данным, полученным от департамента экономической политики Москвы [10], несмотря на общий рост числа патентов, больших результатов в деле легализации самозанятого населения не произошло. Стоимость патента для индивидуальных предпринимателей, предоставляющих услуги нянь, уборщиц и репетиторов в столице составляет 19,8 тыс. руб. в год, кроме того, предпринимателю положено оплачивать страховые взносы (минимум 27,99 тыс. руб. в 2017 году). В Москве в прошлом году было приобретено лишь 1,3 тыс. патентов на услуги по репетиторству, 211 патентов на услуги нянь и сиделок, 79 патентов на услуги по уборке жилых помещений. Так, по существу, этот список практически безграничен: фрилансом зарабатывают на жизнь художники, фотографы, блогеры, журналисты, мастера по ремонту и многие другие. Именно эти граждане составляют неформальный сектор в экономике, масштабы которого в России очень велики.

Специалисты федеральной налоговой службы не дают пока оценку эффективности законодательной базы о самозанятых. В настоящее время закон в том виде, в котором он был принят, не решает главной задачи – не способствует массовому выходу миллионов самозанятых из тени.

Вопросами налогообложения самозанятых в 2019 году можно будет заниматься только после точного определения их статуса. Между тем, по данным департамента экономической политики и развития г. Москвы, число индивидуальных предпринимателей, работающих по патенту в сфере услуг в столице растет: «По итогам 2016 года на право преподавания приобретено более 1300 патентов, а на проведение индивидуальных тренировок – почти 900. В обоих случаях показатели 2015 года превышены в полтора раза. Наилучшая динамика отмечается в сфере переводческих услуг: переводчиками было приобретено около 400 патентов, что почти в два раза больше, чем в 2015 году. Это больше половины всех предпринимателей страны, оказывающих такие услуги по патенту» [10].

Специалистами департамента экономической политики и развития г. Москвы отмечается, что тенденция к росту по этим видам деятельности сохраняется достаточно длительное время. По их мнению, это во многом объясняется простотой и удобством патентной системы налогообложения.

В вопросах с самозанятыми гражданами регионам дано право устанавливать иные виды услуг, доходы от оказания которых освобождаются от налогов, тем самым сохраняя неопределенность в отношении порядка налогообложения после истечения срока освобождения от уплаты налога на доходы физических лиц и страховых взносов.

Парламентариями уже разработаны поправки в Налоговый кодекс РФ, которые могут вступить в силу с 1 января 2019 года после окончания «налоговых каникул».

В частности, законопроектом предполагается, что налоги и сборы с таких граждан будут взиматься в виде патента, уплачиваемого «авансом» каждый год, при этом отсутствует обязанность регистрироваться в качестве

индивидуальных предпринимателей. Сумма взносов для самозанятых составит 4680 рублей в год (с учетом МРОТ в размере 7,8 тыс. рублей, установленного с 01 июля 2017 года). Так, для сравнения: индивидуальные предприниматели отдают 31,1 % МРОТ в месяц, а за наемных работников ежемесячно отчисляют на страхование более 30 % фонда оплаты труда в месяц (22 % – в Пенсионный фонд РФ, 5,1 % – в Фонд обязательного медицинского страхования, 2,9 % – в Фонд социального страхования) плюс 13 % составляет налог на доходы физических лиц с самих работников.

Правительством уже давно предпринимаются попытки, которые бы способствовали переводу деятельности самозанятых граждан в формальный экономический сектор. Однако в нашей стране пока не налажены доверительные отношения налогоплательщиков с государством, поэтому самозанятых граждан сложно мотивировать к легализации своей деятельности. Многие и дальше предпочтут остаться в тени, и это достаточно большая категория лиц, отследить которую крайне сложно.

На наш взгляд, для решения данной проблемы необходимы стимулирующие, а не запретительные меры, наряду с формированием налоговой дисциплины.

По данным опроса, проведенного компанией ResearchMe [11] в мае-июне текущего года, 39 % самозанятых граждан не считают нужным платить налоги, потому что не ждут от государства никаких благ, 29 % самозанятых считают, что поскольку они самостоятельно заботятся о своем социальном обеспечении, то уплата налогов не столь обязательна, и только 32 % респондентов говорят, что уплата налогов является гражданским долгом каждого.

Тем не менее, какими бы мнения не были на этот счет у россиян, государство серьезно работает над проблемой легализации самозанятых граждан.

Таким образом, пока действуют налоговые каникулы, необходимо определить правовой статус этой категории граждан и создать такие условия для осуществления деятельности, при которых самозанятым гражданам было

бы выгодно выйти из неформального сектора. Эффективными мерами в этом направлении могут стать:

- установление регрессивной шкалы налогообложения, при которой стоимость патента с каждым годом ведения деятельности самозанятым гражданином будет снижаться;

- создание единого портала, на котором самозанятые смогли бы размещать информацию о своих услугах, получать отзывы, следя за качеством оказываемых услуг.

Библиографический список

1. Проект Федерального закона N 87981-7 «О внесении изменений в статьи 2 и 23 части первой Гражданского кодекса Российской Федерации». (окончательная ред., принятая ГД ФС РФ 14.07.2017). URL: <http://www.consultant.ru/cons/cgi/online.cgi?req=doc;base=PRJ;n=161641#0>. (дата обращения 17.09.2017).
2. Закон РФ от 19.04.1991 г. № 1032-1 (ред. от 29.07.2017) «О занятости населения в Российской Федерации». URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_60/. (дата обращения 17.09.2017).
3. ФНС России начала постановку на учет самозанятых граждан. Официальный сайт ФНС. URL: https://www.nalog.ru/rn77/news/activities_fts/6761597/. (дата обращения 17.09.2017 г.).
4. Самозанятому населению. Официальный сайт ПФ РФ. URL: <http://www.pfrf.ru/strahovatelyam/samozaniatloe/>. (дата обращения 17.09.2017).
5. Интерактивный портал службы труда и занятости населения министерства труда и социального развития Краснодарского края. URL: <https://www.kubzan.ru/services/description/0b7b1395-1035-4bb1-ab0d-a94034b61c7a/>. (дата обращения 17.09.2017).
6. Федеральный закон от 30.11.2016 N 401-ФЗ «О внесении изменений в части первую и вторую Налогового кодекса Российской Федерации и отдельные законодательные акты Российской Федерации». URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_207915/. (дата обращения 17.09.2017).
7. На что могут рассчитывать самозанятые. Журнал «Контур». URL: <https://kontur.ru/articles/4818>. (дата обращения 17.09.2017).
8. Статистика по самозанятым гражданам. Официальный сайт ФНС. URL: https://www.nalog.ru/rn77/related_activities/statistics_and_analytics/selfemployed/. (дата обращения 17.09.2017 г.).
9. Статистика по самозанятым гражданам. Официальный сайт ФНС. URL: https://www.nalog.ru/rn77/related_activities/statistics_and_analytics/selfemployed/. (дата обращения 17.09.2017 г.).
10. Экономика: цифры и факты. Официальный сайт Департамента экономической политики Москвы. URL: <http://depr.mos.ru/economics-fact-and-figures/?prot=http>. (дата обращения 17.09.2017 г.).

11. Официальный сайт РБК-исследований. URL: <http://marketing.rbc.ru/>. (дата обращения 17.09.2017 г.).
12. Кузнецов М.Ю. Безработица как социально-экономическая проблема современной России// Ученые записки Российской Академии предпринимательства. 2016. № 47. С. 207-212.
13. Кузнецов М.Ю. Профессиональное обучение безработных в системе службы занятости населения// В сборнике: Психология и педагогика современного образования: теория и практика Материалы II Международной научно-практической конференции. Новороссийский филиал Краснодарского университета МВД России. 2015. С. 104-109.

УДК 338.484

Мореева Е.В. Эффективность рекламы и основные психологические направления для рекламы нового продукта

Мореева Елена Владимировна

к.э.н., доцент
РГУ им А.Н. Косыгина
г.Москва, Россия

The effectiveness of advertising and the basic psychological direction for new product advertisement

Moreeva Elena Vladimirovna

PhD, ass.professor
RSU by A.N.Kosygin
Moscow, Russia

Аннотация. Статья посвящена рекламе как средству продвижения товара и одному из важнейших компонентов маркетинга. В настоящее время рынок рекламы представляет собой развитый сегмент экономики многих стран мира и включает широкую систему экономических, правовых, социокультурных и иных отношений, которые возникают и развиваются между основными субъектами этого рынка — рекламодателями, рекламо-производителями, рекламо-распространителями и потребителями рекламы. Статья содержит анализ основных психологических направлений для рекламы нового продукта.

Ключевые слова: рекламная индустрия, целевая аудитория, конкурентоспособность, стратегии, рыночная экономика

Abstract. The article is devoted to advertising as a means of promotion and one of the most important components of marketing. Currently, the advertising market is a complex segment of the economy of many countries and includes a broad system of economic, legal, social, cultural, and other relations that emerge and develop between the main actors of the market — advertisers, advertising producers, advertising distributors and consumers of advertising. The article contains analysis of the main psychological directions for advertisement of new product.

Key words: advertising industry, target audience, competition, strategies, market economy

В настоящее время рынок рекламы представляет собой развитый сегмент экономики многих стран мира и включает широкую систему экономических, правовых, социокультурных и иных отношений, которые возникают и развиваются между основными субъектами этого рынка — рекламодателями, рекламопроизводителями, рекламораспространителями и потребителями рекламы. Западные специалисты считают ближайшие перспективы развития этой профессии благоприятными, а представители ведущих мировых сетей говорят о грядущем буме и даже «золотом веке» рекламы.

К 2019 году специалисты прогнозируют сохранение на рынке уже существующих тенденций и дальнейшее общее развитие отрасли, выражающееся, в том числе, и в росте доходов рекламной индустрии.

Предприятия всячески стремятся к получению максимальной выгоды и прибыли, и поэтому возникает рыночная конкуренция. С целью увеличения продаж и получения прибыли, фирмы производят товар для определенной группы людей, а затем уже разрабатывают уникальную стратегию побуждения этих групп к приобретению товара.

При разработке этой рыночной стратегии фирмы составляют группы, которые соединяют либо дополняют различными способами и методами по реализации товара. Такие группы, как правило, состоят из некоторых элементов, которые носят название «4 Р»: цена, место, сбыт, стимулирование.

Реклама больше относится к категории стимулирование сбыта вместе с реализацией индивидуальной товара.

Она является стимулом реализации продукции и коммуникатором с общественностью, который используют в средствах стимулировании продаж или заинтересованности населения в продукции или определенной услуги.

Этапы осуществления рекламной кампании находятся в непосредственной взаимозависимости от маркетинговой концепции рекламируемой продукции или услуги и финансовых возможностей фирмы-реklamодателя, и одновременно, они отличаются по интенсивности и объем затрачиваемых ресурсов. Особенно велик размер издержек на первоначальном

этапе (речь идет о продвижении продукта). Ведь именно в этот момент осуществляется четкое сегментирование рынка, а реклама активно используется в ходе попытки обойти конкурирующие фирмы и направлена на привлечение потенциальных покупателей.

На следующем этапе осуществляется выбор целевых сегментов, при этом, в ход идет так называемая утверждающая реклама, в процессе которой происходит определенная оптимизация ресурсов.

На третьем этапе начинается активное позиционирование товара на рынке. Здесь речь идет о напоминающей рекламе, которая активно использует BTL инструменты, особенно это касается рекламы в местах продаж. Экономическая результативность данного этапа во многом зависит от контактов, установленных с потенциальными покупателями на первых двух этапах, от того, как, кем и с каким конечным результатом было воспринято основное сообщение рекламной кампании.

При реализации рекламной кампании необходимо помнить, что эффект от комплекса взаимосвязанных мероприятий выше, чем от отдельных, не связанных между собой общей целью и разобщённых во времени[3].

Сущность эффективности рекламы имеет два основных значения: экономическая и психологическая эффективность.

Тема определения эффективности рекламы возникает в любом кругу рекламистов или рекламодателей. При всем многообразии разговоров вокруг данной темы, специалисты в этой области отмечают то, что существуют частные подходы определения степени эффективности по различным параметрам в конкретных условиях. Большая часть специалистов сходятся в том мнении, что данная проблема относится к разряду «не решаемых гарантированно» [4].

При формировании коммуникационной политики компании необходимо учитывать особенности реакции потребителей на воздействие рекламы, которая в зависимости от социально-психологических особенностей потребителя, может включать несколько стадий. Рассмотрим наиболее простой способ

воздействия коммуникационных средств на поведение потребителя, согласно которому его реакция включает следующие этапы изменения покупательского поведения.

Правильно разработанная реклама не только экономит финансы фирмы, а также создаёт её имидж. Экономическая эффективность рекламы рассчитывается как отношение объёма продаж услуг к затратам на проведение рекламной кампании. Такой расчёт позволяет выяснить соотношение доходов фирмы и её затрат на рекламу, определить рентабельна ли рекламная деятельность предприятия.

Таким образом, одной из самых острых проблем для компании является грамотное планирование рекламной кампании, распределение рекламного бюджета, определение беспроеигрышной схемы сочетания различных рекламных средств. Примечательно, что ситуация на туристском и рекламном рынках меняется столь стремительно, что всякие полученные практические знания постоянно нуждаются в пересмотре, корректировке и дополнениях. И все же существуют рациональные подходы к рекламному планированию, которые можно применять в различных ситуациях.

Новому товару обычно необходима более интенсивная реклама. Расходы по выводу товара или услуги новой марки на рынок с высокой конкуренцией могут полностью лишить производителя прибыли первого года. Формирование узнаваемости марки, включая этап пробных продаж и выстраивания схемы розничного распределения, требует огромных изначальных вливаний в рекламу.

Объектом внимания проведенного исследования в восприятии рекламы и рекламного дизайна стала рекламная кампания туристских предприятий сезона-2017 года. В ходе исследования проанализированы все рекламные публикации туроператоров и агентств г.Москвы, специализирующихся на выездном туризме, размещенные в специальной туристической прессе в период с марта по ноябрь 2017 г. Анализ проводился в несколько этапов. На первом - оценивалась смысловая нагрузка объявлений, формирующая коммуникативный

ряд рекламы. Далее исследовалось образное и цветовое наполнение материалов, порождающих эмоционально-ассоциативный ряд. В заключение была проведена комплексная информационно-эстетическая экспертиза, позволившая установить некий средний уровень комплексного воздействия рекламы европейских стран на аудиторию.

Основная цель исследования - определить ассоциативную выразительность рекламы, а также уровень ее коммерческой и эстетической привлекательности.

Анализ проводился в несколько этапов. На первом — оценивалась смысловая нагрузка объявлений, формирующая коммуникативный ряд рекламы. Далее исследовалось образное и цветовое наполнение материалов, порождающих эмоционально-ассоциативный ряд. В заключение была проведена комплексная информационно-эстетическая экспертиза, позволившая установить некий средний уровень комплексного воздействия рекламы европейских стран на аудиторию.

В материале используется ряд терминов, которые, очевидно, нужно разъяснить в самом начале. Мы оценивали сочетания четырех цветовых категорий.

Цвет-рефлектор — самый яркий и интенсивный цвет объявления, который прежде всего бросается в глаза и оказывает воздействие на подсознание потенциального туриста. Именно он вызывает первую неконтролируемую реакцию (стоп-сигнал) и мгновенные ассоциации.

Цвет-агрессор — им, как правило, выполнены основные смысловые элементы (крупные образы, создающие композицию). Это цвет, вызывающий эмоции.

Цвет-коммуникатор - используется в изображениях логотипов, символов или аспектов привлекательного предложения (названия мест, виды отдыха, ценовые параметры).

Цвет-информатор — используется для подробной детализации и описания объекта предложения, а также для изложения контактной

информации и прочих подробностей.

Фоновый цвет - создает контраст для всех цветовых элементов публикации.

Реклама в прессе. Реклама в прессе, позволяющая продвигать рекламные средства, является наиболее разнообразной. Статьи обзорно-рекламного характера (экспертные статьи, информационные статьи, рубрика «вопрос-ответ») можно использовать для написания: обзора о достопримечательностях городов, статьи в форме интервью с руководителями, статья, излагающая мнение эксперта в данной области. Наиболее эффективно данный текст будет восприниматься с иллюстрациями, фотографиями. Рекламные макеты можно использовать для информирования о цене, особенностях данного автобусного тура, преимуществах обращения в данное турагентство, проводимых рекламных акциях.

Для публикации рекламных макетов и статей можно использовать такие периодические издания как журналы («Отдохни», «Ваш досуг»), специализированные издания («Туризм и отдых), справочно-информационные издания и т.д. Положительного эффекта можно достичь с помощью размещения информации в справочно-информационных службах таких, как «Дубль-гис», Единая справочная <http://msk.ros-spravka.ru> и «Мобильная справка 0806», где потенциальные клиенты могут легко получить информацию об услугах турагентства.

Наружная реклама. Планируется использовать рекламные баннеры в метро. К достоинствам рекламы в метро можно отнести, прежде всего, ее глубокое воздействие на аудиторию, так как этот носитель работает в условиях «информационного голода» людей, вынужденных коротать время во время поездки. Особенно в вагонах метро проявляется длительное время контакта. Люди проводят в электропоездах и на станциях от 1 до 3 часов в день.

Общественный транспорт обеспечивает весьма значительный охват аудитории, так как до 75% жителей Москвы ежедневно пользуются таким транспортом.

Также можно разместить рекламные баннеры на фасадах торговых центрах, которые располагаются около турфирмы.

Все рекламные макеты для наружной рекламы включают рекламное объявление, название компании и логотип.

Использование рекламы в Интернете. Наличие сайта позволит турагентству создать благоприятный имидж, информировать клиентов об оказываемых услугах, о проводимых акциях, о цене на туристские туры. В Интернете большинство людей целенаправленно ищут необходимую им информацию, и размещение информации об услугах клиники в Интернете на справочных сайтах, регистрация в поисковиках, размещение баннеров на крупных порталах г. Москвы позволит привлечь большее количество потенциальных клиентов.

Промоушн-акции. По результатам проведенного анализа стратегий продвижения основных конкурентов-турагентств, был сделан вывод о том, что большинство из них участвуют в специализированных выставках. Поэтому в период разрабатываемой стратегии продвижения запланировано участие в специализированной выставке. Как инструмент продвижения, выставки являются действительно уникальными. Ни один другой метод продвижения не позволяет собрать в одном месте и в одно время всех участников рынка – продавцов, покупателей, партнеров, конкурентов. Цифры статистики показывают, что количество экспонентов и посетителей выставок во всем мире растет год от года.

Участие в специализированных выставках - удачный маркетинговый ход для производителей туристских маршрутов и услуг. Это дает возможность установить прямые контакты с непосредственным потребителем продукции, завязать перспективные партнерские отношения. Профессионально-организованная работа экспозиции на выставке не только полностью окупит затраты, но и, несомненно, принесет прибыль в дальнейшем.

Рассмотрим более подробно ассоциативный ряд, формируемый туристской рекламой. Наиболее часто повторяемые в публикациях образы

создают в общественном сознании портрет страны путешествия, особенно у той части аудитории, которая еще не познакомилась с ней воочию.

Примечательно, что почти такое же количество рекламных модулей (23,53%) вообще не вызывает каких-либо значимых образных ассоциаций. В то же время архитектура страны, которая очень гармонично ложится на традиционные стереотипы восприятия российского туриста по отношению к данной стране, является ключевым образом всего лишь в 11,8% публикаций.

Это подтверждается и последующими результатами экспертного анализа. Так, например, оценка макетов на оригинальность показала, что не оригинальных стандартных макетов в общей массе публикаций -22,6%, а оригинальных и самобытных произведений рекламы, способных привлечь повышенное внимание — всего 11,8%. Пятая часть публикаций, составляющая основной пласт, принадлежит к удовлетворительному, то есть, среднему, уровню. Такие публикации содержат лишь отдельные нестандартные элементы, но не отличаются общим оригинальным композиционным подходом. Из вышесказанного следует отметить, что руководитель любой турфирмы понимает: без рекламы не обойтись. Слишком велик выбор на рынке, слишком сильна конкуренция, да и потенциальные клиенты больше доверяют тем, кто умеет громко заявить о себе.

Библиографический список

1. Банникова А.К. Конспекты по организации рекламной кампании // Рекламист. – 2012. - № 4. - С 15-23.
2. Зыкин В.Г. Психология в рекламе. - М.: Датастрон, 2013. – 64 с.
3. Кочеткова А.В. Медиапланирование. - М.: РИП-холдинг, 2012. – 174 с.
4. Музыкант В.Л. Реклама: функции, цели, каналы распространения: курс лекций. - М.: Изд-во МПЭПУ, 2014. – 108 с.
5. Назаров М.В. Эффективная частота контактов с рекламным сообщением // Рекламные технологии. - 2017. - № 4. - С.15-17.
6. Наймушин А. Основы организации рекламы. - М.: Внешторгиздат, 2012. - 312 с.
7. Юнг К.Г. Психологические типы. - СПб.: Ювента, 2013. – 312 с.

УДК 338.484

Пахневич И.И. Инновационное развитие малого предпринимательства**Пахневич Ирина Ивановна**

магистрант

Институт экономики и права

г.Москва, Россия

Innovative development of small business**Pakhnevich Irina Ivanovna**

MA-student

The Institute of Economics and law

Moscow, Russia

Аннотация. В статье затрагивается тема становления и развитие малого предпринимательства в России, являющихся одним из важнейших направлений экономических реформ, способствующих развитию конкурентной рыночной среды, наполнению потребительского рынка товарами и услугами, созданию новых рабочих мест, формированию широкого круга собственников. Устойчивый экономический рост в России предполагает формирования эффективно функционирующей рыночной системы хозяйствования в целом, что, в свою очередь, не представляется возможным без развитого и динамично растущего малого предпринимательского сектора экономики. К сожалению, малый бизнес в России имеет множество проблем, среди которых основными являются административные барьеры, высокий уровень налогообложения и недоступность финансовых ресурсов.

Ключевые слова: малый бизнес, конкуренция, государственная поддержка, финансирование

Abstract. The article reveals the theme of the formation and development of small entrepreneurship in Russia being one of the most important areas of economic reforms, promoting development of competitive market environment, filling the consumer market with goods and services, creation of new jobs, formation of a wide range of owners. Sustainable economic growth in Russia implies the formation of a functioning market economic system as a whole, which in turn is not possible without a developed and rapidly growing small business sector. Unfortunately, small business in Russia has many problems, among which the main ones are administrative barriers, high level of taxation and lack of access to financial resources.

Key words: small business, competition, government support, financing

Становление и развитие малого предпринимательства в России является одним из важнейших направлений экономических реформ, способствующих развитию конкурентной рыночной среды, наполнению потребительского рынка товарами и услугами, созданию новых рабочих мест, формированию широкого

круга собственников. Устойчивый экономический рост в России предполагает формирования эффективно функционирующей рыночной системы хозяйствования в целом, что, в свою очередь, не представляется возможным без развитого и динамично растущего малого предпринимательского сектора экономики.

К сожалению, малый бизнес в России имеет множество проблем, среди которых основными являются административные барьеры, высокий уровень налогообложения и недоступность финансовых ресурсов.

Малый бизнес – это предпринимательская деятельность, осуществляемая субъектами рыночной экономики при определенных критериях, установленных законодательством.

Понятие «малое предприятие» устанавливает количественную характеристику предпринимательской деятельности по определенным критериям (установленных Федеральным законом № 209-ФЗ «О развитии малого и среднего предпринимательства в РФ»):

численность работников предприятия (≥ 100 чел.);

объем выручки (≥ 800 млн. руб.)

В таблице 1 указана численность работников малого бизнеса.

Довольно распространена точка зрения о том, что малый бизнес – инновационный бизнес, т.к. у него гораздо более гибкая организационная структура. Малые предприятия в борьбе за выживание охотнее идут на применение инновационных технологий и разработок, а существенная часть организаций прямо ориентируется на коммерциализацию и развитие технологий.

Таблица 1. Численность работников малого бизнеса в 2013 г., %.

Вид экономической деятельности	Предприятия				ИП
	крупные и средние	средние	малые (16-100 чел.)	микро-	
ПЕРВИЧНЫЙ СЕКТОР	7,5	20,2	5,3	3,5	0,6
сельское хозяйство, охота и лесное хозяйство	4,5	18,3	4,9	3,3	0,6
добыча полезных ископаемых	3,0	1,9	0,4	0,2	0,0
ВТОРИЧНЫЙ СЕКТОР	28,5	44,3	29,6	23,4	12,0
обрабатывающие производства	18,0	29,2	14,7	10,1	8,8
производство и распределение электроэнергии, газа и воды	6,0	2,6	1,3	0,6	0,1
строительство	4,5	12,5	13,6	12,7	3,2
ТРЕТИЧНЫЙ СЕКТОР	9,9	5,7	5,9	5,9	10,8
Третичный сектор (производственная инфраструктура)	9,9	5,7	5,9	5,9	10,8
транспорт и связь	9,9	5,7	5,9	5,9	10,8
Четвертичный сектор (рыночная инфраструктура)	17,0	25,9	51,1	59,0	71,4
торговля и ремонт	8,0	15,5	30,2	38,8	62,6
операции с недвижимым имуществом	9,0	10,4	20,9	20,2	8,7
Пятеричный сектор (сфера услуг)	37,1	4,0	8,2	8,3	5,7
образование	21,5	0,0	0,1	0,3	0,4
гостиницы и рестораны	0,9	1,5	4,0	3,5	0,0
здравоохранение и предоставление социальных услуг	14,6	1,2	1,6	2,0	0,5
прочие коммунальные, социальные и персональные услуги	0,92	1,49	4,13	3,60	0,00
Итого	100	100	100	100	100

Государственная поддержка малого предпринимательства

Малый инновационный бизнес может эффективно функционировать только в условиях хорошо налаженной инфраструктуры разносторонней государственной поддержки. В соответствии с Федеральным законом от 24.07.2007 N 209-ФЗ (ред. от 29.06.2015 г.) «О развитии малого и среднего

предпринимательства в Российской Федерации» поддержка субъектов малого и среднего предпринимательства включает в себя финансовую, имущественную, информационную, консультационную поддержку таких субъектов и организаций, поддержку в области переподготовки и повышения квалификации их работников, поддержку в области инноваций и промышленного производства, поддержку субъектов малого и среднего предпринимательства, осуществляющих внешнеэкономическую деятельность и сельскохозяйственную деятельность (Рис.1.).

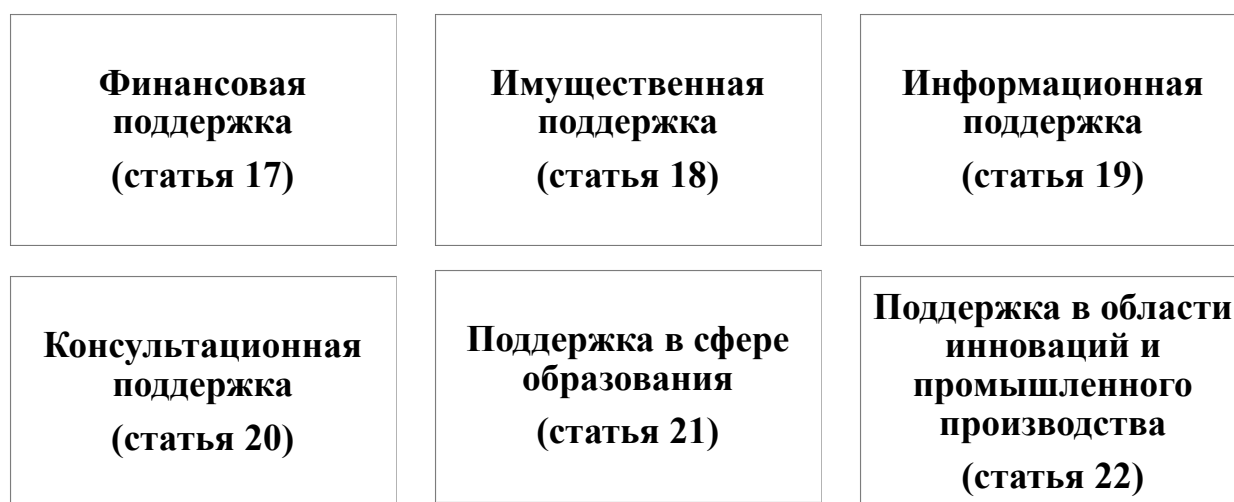


Рисунок 1. Виды господдержки

Наиболее действенное влияние на стимулирование инновационной активности малых предприятий оказывают решения по совершенствованию налогового законодательства. По состоянию на 2015 год для российских индивидуальных предпринимателей и организаций предусмотрено 5 режимов налогообложения: *1 общий* (ОСН – Общая система налогообложения) и *4 специальных* (УСН – Упрощенная система налогообложения, ЕНВД – Единый налог на вмененный доход, ЕСХН – Единый сельскохозяйственный налог, ПСН – Патентная система налогообложения) (Рис. 2.).



Рисунок 2. Режимы налогообложения

Важные изменения в законодательстве для малого бизнеса в 2015 г.:

Для **УСН**: предоставление права субъектам РФ снижать ставки налога для налогоплательщиков, с объектом налогообложения «доходы», **с 6% до 1%**.

Для **ЕНВД**: предоставление права субъектам РФ снижать ставки налога **с 15% до 7,5%**.

Изменениями предусмотрено предоставление субъектам РФ права устанавливать для ИП двухлетние «**налоговые каникулы**» в виде налоговой ставки по УСН в размере **0%**.

Все это должно позволить предприятиям использовать прибыль, остающуюся в их распоряжении, на развитие инновационной деятельности и осуществление НИОКР.

Финансовый менеджмент

В целях наиболее эффективного использования капитала и получения максимальной прибыли в первую очередь необходимо совершенствовать управление финансами на предприятии.

Необходимость эффективного управления оборотным капиталом диктуется затруднённой доступностью на рынках капиталов для малых

предприятий: раз средств мало, то их надо использовать так, чтобы каждый рубль приносил максимум экономического эффекта.

Высокая степень риска проекта приводит к необходимости поиска путей ее искусственного снижения.

В практике управления проектами выделяют три способа снижения риска:

диверсификация;

страхование;

хеджирование.

Таким образом, совершенствование управления финансами на малых предприятиях является важным фактором повышения эффективности их деятельности [1].

Текущее состояние и динамика малого бизнеса в РФ и в Москве. Основным показателем в данном разделе является Индекс RSBI (Russian small business index) – индикатор, оценивающий деловую активность в сегменте МСБ. Методика расчета RSBI и его компонентов – диффузионная: значение выше 50,0 пунктов указывает на рост деловой активности, а ниже 50,0 пунктов – на снижение.

Значение RSBI за 4 квартал 2014 г. отразило ускорение падения деловой активности предпринимателей в МСБ. Это происходит на фоне снижения ВВП РФ и негативных экономических ожиданий. Значение индикатора в Москве выше, чем в среднем по РФ. В то же время динамика показателей и его уровень свидетельствует о замедлении деловой активности в городе.

Библиографический список

1. Гриднев А.А., Ананченкова П.И. Кадровый консалтинг для малого бизнеса: основные услуги и виды деятельности// Путеводитель предпринимателя. 2013. № 20. С. 70-76.
2. Тонконог В.В. Кадровое обеспечение малого и среднего предпринимательства: основные виды и формы образовательных услуг// Труд и социальные отношения. 2014. № 6. С. 134-141.
3. Сер Л.М., Тонконог В.В., Ананченкова П.И. Повышение квалификации персонала и бизнес-образование как потребность современного эффективного предпринимательства// Путеводитель предпринимателя. 2013. № 20. С. 269-277.

УДК 338.484

**Пашко Т.Ю. Возрастная дискриминация на рынке труда:
специфика эйджизма в России****Пашко Татьяна Юрьевна**

к.э.н., доцент

Академия труда и социальных отношений
г.Москва, Россия**Age discrimination in the labour market: the specificity of ageism in
Russia****Pushko Tatyana Yurievna**

PhD, ass.professor

Academy of labour and social relations
Moscow, Russia

Аннотация. Демографические процессы меняют структуру трудоспособного населения, занятого в мировой экономике. Дискриминация на рынке труда проявляется, как в отношении работников разного пола, так и в отношении работников разных возрастных категорий. Россия не является исключением из этой тенденции. Более того, по мнению экспертов, возрастная дискриминация на российском рынке труда проявляется сильнее, чем в странах с развитой экономикой. Возрастная дискриминация в заработной плате у мужчин проявляется раньше, чем у российских женщин в силу наличия у последних более высокого уровня образования.

Ключевые слова: дискриминация в заработной плате, возрастная дискриминация, эйджизм, гендерные аспекты дискриминации, занятость пожилых, новая культура старения

Abstract. Demographic processes are changing the structure of the working population is employed in the global economy. Discrimination in the labor market is manifested in terms of workers of different sexes, and in respect of the employees of different age categories. Russia is no exception to this trend. Moreover, according to experts, the age discrimination in Russian labor market is stronger than in advanced economies. Age discrimination in wages of men appears before Russian women because of the latter's higher level of education.

Key words: wage discrimination, age discrimination, ageism, gender discrimination, employment of the elderly, new culture of aging

Используемый в современной научной литературе термин «эйджизм» обозначает дискриминацию по возрастному признаку без указания на сам возраст. Это выражение обычно используется в отношении людей старшего поколения, но молодежь не менее часто подвергается возрастной дискриминации – при приеме на работу или при участии в общественной и

политической жизни страны. Эйджизм представляет собой широко распространенную негативную установку по отношению к старости, стереотипное восприятие зрелых людей как немощных, бесполезных, неспособных учиться.

По мнению психолога, профессора Йельской школы общественного здоровья Бекки Леви три фактора формируют эйджизм в современном обществе:

1. Предвзятое отношение к процессу старения;
2. Дискриминация пожилых людей;
3. Трансляция стереотипов о пожилых людях.

Так неприятности и мелкие недоразумения, происходящие с 50-летним человеком, будь то потеря ключей или забывчивость, оцениваются окружающими, как свидетельства приближающейся старости.

Пожилые люди частенько становятся героями юмористических программ на развлекательных каналах. Детективные сериалы, как правило, содержат сцены с участием глуповатых старушек на лавочке.

Многие молодые люди полагают, что быть успешным, красивым, умным и «продвинутым» в пожилые годы невозможно.

Результаты исследований Йельской школы общественного здоровья показали, что люди, имеющие негативное представление о преклонном возрасте, формирующееся под влиянием существующих в обществе стереотипов, больше подвержены риску развития болезни Альцгеймера.

В обществе существует и активно поддерживается средствами массовой информации образ успешного человека – политика или бизнесмена средних лет, жизнерадостного, физически развитого, обладающего харизмой, интеллект и профессиональные качества которого играют существенно меньшую роль.

С точки зрения геополитики такая позиция вполне понятна: в современных социально-экономических и политических условиях страны могут обеспечить себе геополитическое влияние за счет демографических ресурсов, определяемых качественными параметрами здоровья, образованности и

продолжительности жизни.

Реклама постоянно предлагает услуги по уничтожению возрастных изменений, молодые девушки, превозносимые рекламой как эталоны современности, смотрят на нас с экранов телевизоров и глянцевого журналов. Только очень сильная и самодостаточная женщина может выдержать такое психологическое давление. С этой точки зрения естественная убыль и депопуляция населения России не позволяют делать положительные прогнозы на национальные геополитические перспективы.

Примеры классиков – князя Андрей Болконского у Толстого, размышляющего о том, что жизнь не кончена в 31 год или 45-летняя беззубая старуха из Тургеневского «Дворянского гнезда», безусловно, перестали быть актуальными. Средняя продолжительность жизни в мире постоянно растет. Научно-технический прогресс и достижения современной медицины обеспечивают более комфортные условия труда и уровень жизни. Непрерывное образование в течение всей жизни становится все более доступным для многих людей и, как следствие, все перечисленные факторы отодвигают наступление старости. Женщины, получив в начале XX века права наравне с мужчинами, в начале XXI века наращивают совокупный экономический, образовательный, и психологический потенциал, превосходящий в целом потенциал мужского сообщества. Проблема заключается в том, что ни общественное, ни индивидуальное сознание не успевают осознавать реалии современной жизни. К примеру, общество предлагает заслуженный отдых и роль бабушки российской женщине после завершения трудовой деятельности по достижении пенсионного возраста.

В силу того, что в западных странах пенсионный возраст наступает позже, чем в России (см. табл.1), там формируется новое отношение к людям старшего возраста и новая культура старения. Возраст выхода на пенсию обычно считается границей между зрелостью и старостью.

Таблица 1. Пенсионный возраст работников в странах мира

Страна	Пенсионный возраст, лет		Средняя продолжительность жизни, лет
	мужчины	женщины	
Япония	70	70	82,1
Дания	67	67	78,3
Норвегия	67	67	79,9
США	65	65	78,1
Германия	67	67	79,3
Канада	65	65	81,2
Испания	65	65	80,1
Швеция	65	65	80,9
Швейцария	65	64	80,9
Армения	65	63	72,7
Бельгия	65	62	79,2
Великобритания	68	60	79,0
Италия	67	65	80,2
Польша	65	60	75,6
Грузия	67	60	76,7
Франция	65	65	81
Казахстан	63	58	67,9
Литва	62,5	58,5	74,9
Венгрия	62	62	73,4
Чехия	62	62	76,7
Азербайджан	62	57	66,7
Молдова	62	57	70,8
Россия	60	55	66,0
Украина	60	55	68,6
Беларусь	60	55	70,6
Узбекистан	60	55	72

Источник: [7]

Новая культура старения обусловлена вхождением в пенсионный возраст поколения, рожденного после Второй мировой войны, заработавшего хорошие пенсии и владеющего недвижимостью. Оно материально независимо и может позволить себе жить полной жизнью: путешествовать, поддерживать физическую форму, совершенствовать необходимые навыки и получать новое образование, пользоваться всеми благами цивилизации (см. табл.2).

Таблица 2. Сумма пенсий в странах мира

Страна	Сумма пенсий (\$/ в месяц)
Дания	2800
Норвегия	1542
Испания	1190
Швейцария	874
Швеция	833
Канада	667
Италия	583
Венгрия	400
Польша	380
Литва	298

Источник: [6]

Поколение советских людей, родившееся после Второй мировой войны, в возрасте сорока лет застало период распада Советского Союза и начало рыночной экономики. Не сумев встроиться в новую рыночную систему, многие получают пенсию в размере прожиточного минимума. К тому же государство, все меньше средств выделяя на социальную политику, заинтересовано в существовании института бабушек.

Эйджизм находит свое отражение в дискриминации при приеме на работу 40 и 50 –летних мужчин и женщин, когда работодатели, формально не указывая требования к возрасту соискателей вакансий, предпочитают брать на работу более молодых, но менее профессиональных работников.

Модели старения различны. Одни люди всю жизнь активно трудятся, не помышляя о пенсии, а другие с нетерпением ждут пенсионного возраста и, выйдя на заслуженный отдых, быстро дряхлеют. И те, и другие показывают пример своим детям, обе модели находят в обществе своих приверженцев. Те и другие резко отличаются друг от друга внешне, едва достигнув возраста чуть за 50 лет, а с годами разрыв становится еще заметнее.

Хронологические границы пожилого возраста и старости определить трудно. Специалисты различают биологическое, социальное и психологическое старение. Ведущую роль играет именно психологический фактор – смирение со старением и снижение интеллектуальной активности. Если продолжать учиться даже у тех, кто моложе, можно отодвинуть старение. Активно работающий

человек даже в 75-80 лет не становится старым, а остается в возрасте зрелости.

Специалисты, исследующие проблемы пенсионного обеспечения полагают, что нынешним поколениям трудоспособного возраста придется работать до конца жизни. В связи с этим следует задуматься о понятии усталости от работы человека пенсионного возраста. Не может быть это понятие искусственно созданной конструкцией? В отсутствии возможности завершить трудовую деятельность будет ли человек чувствовать себя уставшим от работы или сможет гибко приспособиться к новым обстоятельствам, приложит усилия, чтобы как можно дольше оставаться работоспособным? Ответ на этот вопрос может быть получен только в будущем...

Психологические причины дискриминации пожилых, по мнению специалистов, заключаются в страхе: люди боятся смерти, боли, страданий, немощи и старости. Эйджизм представляет собой страх молодых людей оказаться в группе пожилых людей.

Эйджизм на работе проявляется чаще по отношению к людям, не высоко поднявшимся по карьерной лестнице. Очевидно, не все хотят стать руководителями, и далеко не всем это нужно ни в социальном, ни в финансовом плане. Но коллектив может подсознательно давать понять, что годы у вас прошли зря.

Индустрия красоты и молодости, простирающаяся от БАДов и омолаживающей косметики до фитнес-программ и хирургических операций уверенно твердит нам, что если применять всевозможные процедуры по омоложению, специальное белье, корректирующее изменения фигуры, одежду, питание и программы питания, то старость не придет ни когда.

В обществе существует противоречие. Считается хорошим тоном избегать стереотипов, и в то же время стереотипы насаждаются этим обществом и противостоять этому трудно. Создать более позитивную для жизни социальную атмосферу поможет борьба со стереотипами и изменение общественного мнения.

Ввиду всего вышесказанного с целью недопущения развития эйджизма

необходимо делать следующее:

1. Во-первых — знать об эйджизме и говорить о нем, зная, каким образом эйджизм проявляется на практике.

2. В-вторых, необходимо оказывать сопротивление проявлениям эйджизма. Психологи рекомендуют заготовить несколько остроумных ответов и своевременно ставить на место отпускающих шутки и насмешки на тему старости.

3. В-третьих, воздерживаться от негативной оценки своего возраста. В свое время именно такое мнение стало основой для скрытой дискриминации. Запретить себе произносить фразу «мы уже не такие, как раньше».

В человеке постоянно происходят перемены и не только возрастные, которые оставляют следы в наших сердцах и на лицах. Необходимо акцентировать наше внимание на значимых событиях в нашей жизни, которые делали и делают нас счастливыми. В свое время в интернете разместили пост итальянского учителя Чезаре Ката, который дал задание на лето своим ученикам: создать себе возможность иногда уходить рано утром на берег, в одиночестве смотреть на водяные блики и думать о том, что делает человека счастливым. Об этом стоит задуматься каждому человеку, и обязательно найти свое место, где он будет счастлив.

Библиографический список

1. Баскакова М.Е., Экономическая эффективность инвестиций в высшее образование: гендерный аспект. – М.: Гелиос АРВ, 2002. – 288 с.
2. Динамика численности и демографической структуры мирового населения [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://ecsocman.hse.ru/data/201/682/1219/4x2c2.pdf> (дата обращения: 03.12.2017);
3. Здоровье и здравоохранение в гендерном измерении/ под общ. ред. Н.М. Римашевской; редколлегия: Е.А. Баллаева (председатель), Л.Г. Лунякова, Н.М. Римашевская, Т.В. Чубарова. – М.: Агентство «Социальный проект», 2007.-240 с.
4. Концепция демографической политики Российской Федерации на период до 2025 года [Электронный ресурс] – Режим доступа: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_71673/7a46cb13de731db3333fcd77a4f7887e468287e3/ (дата обращения: 03.12.2017);
5. Мальцева И.О., Рощин С.Ю. Гендерная сегрегация и трудовая мобильность на российском рынке труда. – М.: Издательский дом ГУ ВШЭ, 2006.- 295 с.

6. Пенсионное обеспечение в разных странах мира. [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://pensia-expert.ru/materialy/pensionnoe-obespechenie-v-raznykh-stranakh-mira/> (дата обращения: 09.11.2017).
7. Пенсионный возраст в разных странах мира (таблица). Пенсия в разных странах: сравнение. [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://fb.ru/article/266495/pensionnyi-vozrast-v-raznyih-stranah-mira-tablitsa-pensiya-v-raznyih-stranah-sravnenie#image1410099> (дата обращения: 09.11.2017).
8. Родители и дети, мужчины и женщины в семье и обществе/ Под науч. ред. С.В. Захарова, Т.М. Малевой, О.В. Синявской; Независимый институт социальной политики. – М.: НИСП, 2009. – 336 с.
9. Российский рынок труда: тенденции, институты, структурные изменения. Доклад ЦеТИ и ЛИРТ НИУ ВШЭ для ЦСР. – М.: НИУ ВШЭ, 2017.[Электронный ресурс] – Режим доступа: https://lirt.hse.ru/data/2017/03/21/1170068107/Doklad_trud.pdf (дата обращения: 09.11.2017).
10. Численность и состав населения [Электронный ресурс] – Режим доступа: http://www.gks.ru/wps/wcm/connect/rosstat_main/rosstat/ru/statistics/population/demography (дата обращения: 09.11.2017).

УДК 338.484

Савченко И.В. Опыт Японии в развитии малого предпринимательства

Савченко Илья Викторович
магистрант
Институт экономики и права
г.Москва, Россия

The experience of Japan in the development of small business

Savchenko Ilya Viktorovich
MA-student
The Institute of Economics and law
Moscow, Russia

Аннотация. В течение последних 70 лет Япония показывает миру чрезвычайно успешную и сбалансированную политику, направленную на поддержку позиций малого и среднего бизнеса. Этот бесценный опыт, безусловно, требует всестороннего изучения и развития в других странах. Японский опыт развития малого и среднего бизнеса может оказаться полезным для России, которая в этом отношении пока является «догоняющей» страной. Наличие большого количества предприятий МСП позволяет не так остро реагировать на изменения в глобальной экономике, развивать собственные мощности в новых областях экономики, развивать собственную инновационную продукцию.

Ключевые слова: малый бизнес, развитие, японский опыт

Abstract. Over the past 70 years, Japan shows the world the extremely successful and balanced policy aimed at supporting the position of small and medium business. This invaluable experience, of course, requires a comprehensive study and development in other countries. The Japanese experience of development of small and medium-sized businesses may be useful for Russia, which in this respect is the "catch-up" country. The large number of SMEs allows us not to overreact to changes in the global economy, to develop its own capacities in new areas of the economy, to develop our own innovative products.

Key words: small business development, the Japanese experience

В условиях мирового финансового кризиса особое значение для каждой страны принимает внутренний экономический потенциал, заключающийся, в том числе, в развитии малого и среднего предпринимательства (бизнеса). Банкротство крупных предприятий вызывает потребность в новых рабочих местах и новых областях развития, рынок требует инновационной продукции – более экономичной и удобной для использования – эти вопросы традиционно могут быть решены за счет малого и среднего предпринимательства (МСП). Однако, несмотря на гибкость МСП, его развитие требует государственной поддержки. В свете отсутствия в России четкой политики поддержки мелкого и среднего бизнеса, а также сравнительно низкого уровня предпринимательской активности, зарубежный опыт является востребованным и актуальным.

На долю малого и среднего предпринимательства Японии приходится более 99% от общей численности предприятий, 70% от числа занятых в экономике и более половины промышленного производства.

В течение последних 70 лет Япония показывает миру чрезвычайно успешную и сбалансированную политику, направленную на поддержку позиций малого и среднего бизнеса. Этот бесценный опыт, безусловно, требует всестороннего изучения и развития в других странах.

Для начала предлагаю разобраться с критериями определения МСП в России и Японии.

Несмотря на отсутствие единого определения, принятого во всем мире, малый и средний бизнес играет ключевую роль в развитии национальных экономик и решает важные социально-

экономические задачи, а, следовательно, и важный элемент рыночной экономики. По данным Всемирного банка наиболее часто используемые критерии определения МСП в мировой практике – это численность работников, выручка и/или объем кредитования. При этом наиболее распространенный критерий – численность работников.

В Российской Федерации в основе определения границ малого и среднего бизнеса лежит Федеральный закон от РФ от 24.07.2007 г. № 209-ФЗ «О развитии малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации» (в ред. ФЗ от 29.06.2015 156-ФЗ). Закон устанавливает приведенные ниже в таблице 1 критерии отнесения коммерческих организаций, потребительских кооперативов, крестьянских (фермерских) хозяйств и физических лиц, являющихся индивидуальными предпринимателями, к указанным категориям бизнеса.

Таблица 1. Критерии определения МСП в России

Критерий (по данным за предшествующий календарный год)	Крупные предприятия	Средние предприятия	Малые предприятия	Микро- предприятия
Средняя численность работников	от 250 чел.	101–250 чел.	16 до 100 чел.	до 15 чел.
Выручка от реализации товаров (работ, услуг) без учета НДС или балансовая стоимость активов (остаточная стоимость основных средств и нематериальных активов)	от 2 млрд. руб.	2 млрд. руб.	800 млн. руб.	120 млн. руб.
Суммарная доля участия субъектов, не относящихся к субъектам малого и среднего предпринимательства, в их уставном капитале	более 25%	до 25%	до 25%	до 25%

В отличие от микро-, малых- и средних предприятий крупные предприятия характеризуются тем, что производят «значительную, существенную долю общего объема продукции отрасли либо характеризующаяся

как крупная по объемным показателям: количество занятых, объем продаж, размер активов. Таким образом, в машиностроении главными характеристиками, позволяющими отнести предприятие к крупным, является объем выпускаемой продукции, численность занятых в производстве и стоимость основных средств. Тогда как в сельскохозяйственном комплексе основным критерием является обрабатываемая площадь угодий.

В Японии основанием для отнесения компании к МСП является «Закон о малых и средних предприятиях». В соответствии с данным законом градация предприятий осуществляется по отраслям деятельности на основании суммы капитала и количества работников (см. таблицу 2).

Таблица 2. Критерии определения МСП в Японии

Отрасль деятельности	Малые и средние предприятия (одно или несколько условий)		Микро-предприятия
	Размер капитала	Количество работников	Количество работников
Добывающая, обрабатывающая промышленность, транспорт, и др. отрасли	до 300 млн. иен	до 300 человек	до 20 человек
Оптовая торговля	до 100 млн иен	до 100 человек	до 5 человек
Сфера услуг	до 50 млн иен	до 100 человек	до 5 человек
Розничная торговля	до 50 млн иен	до 50 человек	до 5 человек

Малые и средние предприятия Японии, представляют собой чрезвычайно неоднородную массу фирм, занятых в различных отраслях и секторах экономики страны.

По данным Агентства по Малым и Средним предприятиям Министерства Экономики Японии на 2015 год мелкие предприятия Японии насчитывают около 3,343198 млн единиц (86,5%), а средние предприятия – 0,510 млн (13,2%), что в совокупности составляет 99,7% от общего числа компаний в Японии, и во многом являются основой экономики страны. На МСП Японии приходится 69% от общего числа занятых, что составляет порядка 32,17 млн человек [4]. И, несмотря на лидерство Японии в ряде важнейших направлений

научно-технического прогресса, за последние 40 с лишним лет позиции МСП в этой стране почти не изменилась.

МСП играют важнейшую роль в экономике страны, и составляют львиную долю предприятий во всех секторах экономики. Если рассмотреть распределение по секторам экономики, то большинство МСП сосредоточены в розничной торговле, сфере услуг и гостиничном и ресторанном бизнесе. Большая часть малых средних предприятий, занятых в промышленности, являются важными субподрядчиками крупных японских экспортеров.

Малый и средний бизнес поддерживает в Японии промышленность, благодаря активному введению инноваций и умелому менеджменту. Также МСП играют важную роль в развитии международной торговли, поддержании регионов и деловой активности, инновационной деятельности. Доля мелких и средних предприятий в экспорте и импорте Японии составляет порядка 15 и 25% соответственно. Большое число малых и средних предприятий Японии имеют дочернюю компанию или зарубежный филиал.

Так же, как пишет Лебедева И.П.: «...помимо производства значительной доли товаров и услуг малый бизнес выполняет ряд функций, чрезвычайно важных для поддержания динамизма японской экономики. Во-первых, именно здесь «ежедневно и ежечасно рождается капитализм», т.е. происходит приток свежих сил в предпринимательскую среду. Во-вторых, здесь сохраняется высоко конкурентная рыночная среда – основа жизнеспособности экономики, которая противостоит тенденции к монополизации, свойственной крупным компаниям. В-третьих, в силу своей гибкости и подвижности малые предприятия способны быстрее, чем крупные перестраивать свою деятельность в соответствии с новыми потребностями экономики и общества...».

Таким образом, отличительная черта МСП гибкость и разнообразие видов деятельности. Они лучше адаптируются к изменяющейся конъюнктуре, чем крупные фирмы. Зачастую именно МСП первыми выходят на новые рынки, и некоторые затем становятся крупными или даже транснациональными компаниями. Так более 50% производителей электроники, работавших на

рынке в марте 1979 года, за послевоенный период превратились из малых в крупные предприятия, не говоря уже о таких корпорациях, как Sony, Toyota, Honda, начинавших с маленьких полулегальных заводов.

Роль малого и среднего бизнеса так же, как и крупного бизнеса, невозможно рассматривать вне системы межфирменных связей. Безусловно, едва ли не все малые и средние предприятия Японии вовлечены в крупные торгово-производственные и финансовые системы. Отношения между крупными и средним компаниями в рамках данных систем не сводятся лишь к зависимому или подчиненному положению малого бизнеса. Нередки случаи партнерских отношений. Крупные компании часто заинтересованы в развитии малых и средних предприятий, их инновационном и творческом потенциале. Обо всем многообразии видов связей можно судить, лишь при более подробном анализе торгово-производственных и финансовых систем, традиционно существующих в экономике Японии.

Взаимодействие МСП с крупными формами бизнеса выгодно для всех участников данного процесса:

- сокращаются транзакционные издержки;
- производство зачастую осуществляется на субподрядных фирмах (что позволяет снизить издержки за счет более низких заработных плат и социального пакета, по сравнению с головной фирмой);
- возможность использовать субподрядные предприятия для увеличения или снижения объемов производств в зависимости от состояния конъюнктуры;
- осуществляется обмен технологиями;
- поддержка и взаимовыручка внутри группы;
- возможность льготного кредитования для малых фирм.

Субподрядные связи постоянно эволюционируют и являются основной, исторически сложившейся, формой взаимодействия крупного бизнеса с МСП. Нередки случаи, когда субподрядчики активно вовлечены в процесс проектирования и доработки проектов. В некоторых случаях головная фирма

заказывает проведение исследований на фирмах, по количественным и качественным характеристикам относящимся к МСП.

Таким образом, малый и средний бизнес Японии не противостоит крупным компаниям, напротив, они тесно взаимодействуют в рамках крупных торгово-производственных и финансовых систем, участвуют в активном внедрении инноваций и взаимно увеличивают эффективность бизнеса и экономики в целом.

Благодаря МСП возрождаются народные промыслы; рационально используются даже скромные источники сырья, продвигается идея бережного отношения к природе. Также развитие малого и среднего бизнеса способствует вытеснению нерентабельных или убыточных предприятий и формированию высоко конкурентной среды.

Итак, в современном мире малый и средний бизнес – неотъемлемая составляющая экономического процветания страны, и Япония яркий тому пример. Страна восходящего солнца обогнала по некоторым экономическим параметрам США – эталон эффективного капитализма, и стала третьей по величине экономикой мира после США и Китая. В кратчайшие сроки она совершила то, что весь мир назвал «Японским экономическим чудом». Чудо в стране, где не было собственных природных ресурсов, а экономика была разрушена войной. На сегодняшний день Япония одна из наиболее высокоразвитых стран мира с колоссальным объёмом ВВП.

Япония добилась высоких экономических показателей, создавая и развивая наиболее наукоемкие отрасли, ориентированные в будущее. И сделать она это смогла буквально за пятьдесят лет.

На сегодняшний день правительство Японии прилагает максимум усилий по поддержке и стимулированию развития мелких и средних предприятий, которые являются основой экономического роста всей страны. Правовая база поддержки МСП включает более 40 законов, регулирующих ключевые аспекты деятельности МСП Японии, а том числе: закон о кредитовании и страховании МПС (Small and Medium Enterprise Credit Insurance Law), Закон об Ассоциации

гарантирования кредитов (Credit Guarantee Association Law), Закон о поддержке инноваций малых и средних предприятий (Law on Supporting Business Innovation of Small and Medium Enterprises), Закон о предоставлении финансовой и иной помощи МСП (Law on Financial and Other Assistance for Small Business Modernization), Закон о предоставлении специальной финансовой поддержки для преодоления последствий стихийных бедствий (Law concerning Special Fiscal Aid for Coping with Disasters) и многие другие. Также существует порядка десяти законов, регулирующих вопросы представления льгот МСП и положений в налоговом, внешнеторговом и отраслевом законодательствах. Существуют и специальные законы как, например, закон, регулирующий субподрядные отношения (Law on the Promotion of Subcontracting Small and Medium Enterprises), цель которого повысить эффективность субподрядных предприятий. Для этой цели была создана Ассоциация содействия развитию субконтрактинга малых и средних предприятий.

Поддержка МСП в Японии осуществляется по четырем ключевым направлениям:

- поддержка инновационного бизнеса и венчурных фирм, экспортно-ориентированных предприятий, начинающих и молодых предпринимателей;
- поддержка и развитие эффективного управления и сотрудничества, содействия инновационному развитию, помощь в получении новых технологий и оборудования предприятиями, а также поощрение взаимодействия научных центров, крупного и малого бизнеса; усовершенствование трудового законодательства и др.;
- оказание экстренной помощи в условиях экономической нестабильности и стихийных бедствий: стабилизация управления на МСП, помощь в реструктуризации долгов, развитие и усовершенствование правовой системы и др.;
- поддержка в области финансирования и налогообложения: применяются такие методы как оптимизация налогового бремени, облегчение

доступа субъектов малого и среднего предпринимательства к финансированию, в том числе и под государственные гарантии и др.

Подводя итог, следует отметить, что со времен второй мировой войны экономика развитых стран во многом развивалась, благодаря МСП. Малый и средний бизнес более инновационен и имеет более высокие темпы роста по сравнению с крупным. Также он обладает большей эффективностью при создании рабочих мест, что является залогом социальной стабильности и благосостояния населения. Сектор МСП повышает гибкость экономики и сглаживает негативное воздействие неблагоприятной конъюнктуры.

Японский опыт развития малого и среднего бизнеса может оказаться полезным для России, которая в этом отношении пока является «догоняющей» страной. Наличие большого количества предприятий МСП позволяет не так остро реагировать на изменения в глобальной экономике, развивать собственные мощности в новых областях экономики, развивать собственную инновационную продукцию.

Для поддержания успешного функционирования и развития малого и среднего бизнеса решающую роль играет поддержка со стороны государства. Она должна быть основана на понимании значения предприятий МСП в мировой экономике в целом и экономике отдельных государств. Правительство может добиться развития МСП только с помощью создания эффективных механизмов налоговой, организационной и прямой финансовой поддержки предприятий МСП, для чего необходимо использовать прогрессивный и успешный опыт, в том числе японский.

Библиографический список

1. Small and Medium Enterprises A Cross-Country Analysis with a New Data Set //The World Bank, 2011.
2. Райзберг Б.А. Лозовский Л.Ш. Стародубцева Е.Б. Современный экономический словарь. – 2-е изд., испр. М.: ИНФРА-М, 1999.
3. Закон о малых и средних предприятиях (No. 154 от 1963г. с правками от 03.12.1999).
4. White paper on SME in Japan, 2015.

5. Официальный сайт Организации поддержки МСП и инновационного развития регионов Японии –http://www.smrj.go.jp/english/business_conditions/093197.html
6. Лебедева И.П. интервью «Малый бизнес в Японии» (парламентский общественно-политический еженедельник «Кворум», вып. № 10 (207), 2007.
7. Официальный сайт ЦРУ – <https://www.cia.gov/library/publications/resources/the-world-factbook/geos/ja.html>
8. Гриднев А.А., Ананченкова П.И. Кадровый консалтинг для малого бизнеса: основные услуги и виды деятельности// Путеводитель предпринимателя. 2013. № 20. С. 70-76.
9. Тонконог В.В. Актуальные вопросы развития системы бизнес-образования для малого и среднего бизнеса// Труд и социальные отношения. - №7, 2014. С.137.
10. Ананченкова П.И. Сущность и содержание внутрифирменного обучения// Труд и социальные отношения. 2013. № 8. С. 125-130.
11. Сер Л.М., Тонконог В.В., Ананченкова П.И. Повышение квалификации персонала и бизнес-образование как потребность современного эффективного предпринимательства// Путеводитель предпринимателя. 2013. № 20. С. 269-277.

УДК 338.484

Таурбеков Азиз Оценка конкурентоспособности ООО «Скания-Русь»

Таурбеков Азиз

магистрант

Институт экономики и права

г.Москва, Россия

Competitiveness assessment of LLC "Scania-Rus"

Taurbekov Aziz

MA-student

The Institute of Economics and law

Moscow, Russia

Аннотация. В данной статье рассматривается тема оценки конкурентоспособности на примере компании ООО «Скания-Русь». Обосновывается идея о том, что ООО «Скания-Русь» приходится подстраиваться под рыночную ситуацию, но основное направление развития остается неизменным.

Ключевые слова: конкурентоспособность, конкурентная позиция, ресурсы, оценка, потенциал

Abstract. This article discusses the topic of assessment of competitiveness on the example of LLC "Scania-Rus". It substantiates the idea that LLC "Scania-Rus" has to adapt to the market situation, but the main direction of development is unchanged.

Key words: competitiveness, competitive position, resources, assessment, potential

Scania является одной из ведущих автомобильных компаний на мировом рынке и входит в тройку крупнейших производителей тяжелого грузового транспорта и автобусов. Деятельность компании осуществляется более чем в 100 странах мира. Помимо головного офиса, расположенного в Седертелье (Швеция), Scania имеет свои заводы в других странах Европы и Латинской Америки. 18 июня 2002 года состоялось официальное открытие завода ООО «Скания-Питер» в Санкт-Петербурге. В России Scania работает с 1993 года.

История деятельности компании Scania в России началась еще до революции 1917 года. Первые образцы противопожарного оборудования и морские двигатели марки Scania появились в России еще перед первой мировой войной. В 1910 году Scania продала свой первый грузовой автомобиль в Россию в Санкт-Петербург. Однако Первая мировая война, а также последующая за ней революция прервали деятельность компании на российском рынке более чем на 70 лет, и только в 1990 году Scania снова вернулась в Россию. В мае 1993 г. в Москве состоялось открытие Представительства Scania CV AB в России, а с 1998 г. Scania представлена эксклюзивным импортером и дистрибьютором техники Scania — компанией «Скания-Русь», которая является динамично развивающейся компанией и поставляет на российский рынок высококачественную технику мирового концерна Scania [1].

ООО «Скания-Русь» создано в соответствии с законодательством Российской Федерации путем преобразования закрытого акционерного общества «Скания-Россия» и является его единственным правопреемником. Это предприятие со 100% шведским капиталом входит во всемирную сеть компании Scania. В России Scania последние три года оставалась лидером рынка среди европейских импортеров.

Общество создано без ограничения срока деятельности для осуществления следующих видов деятельности:

- импорт и продажа на территории РФ грузовиков, автобусов, шасси и двигателей, других номерных агрегатов и запасных частей, а также оказание

сервисных услуг, связанных с реализацией данной продукции на территории Российской Федерации;

- оказание услуг в сфере таможенных операций, включая услуги по хранению на таможенных складах;
- транспортировка грузов, в том числе по международным перевозкам;
- осуществление рекламной деятельности;
- оказание представительских услуг;
- организация складского хозяйства.

Уставный капитал общества составляет 1 357 580 780,00 (Один миллиард триста пятьдесят семь миллионов пятьсот восемьдесят тысяч семьсот восемьдесят) рублей.

Организационная структура управления на предприятии строится по функциональному принципу, предполагает выделение и структурное обособление специализированных групп работников для выполнения функций управления или их составных частей.

Система управления ООО «Скания-Русь», организованная по функциональному принципу, имеет преимущества подчинения непосредственному руководителю, а также предусматривает создание профессиональных консультационных подразделений при руководителе. Такая форма управления обеспечивает оперативность управления, повышает степень ответственности руководителей, снижает риск некачественного выполнения работ. В настоящее время компания находится в низшей точке экономического цикла.

Давайте рассмотрим рынок тяжеловозных грузовиков в России и проследим за его развитием с течением времени. С марта 2015 года изменений в направлении роста не произошло. Скользящие данные за 12 месяцев показывают, что общий объем рынка на сегодняшний день находится приблизительно на уровне 30% от максимальной величины в 2011 году и примерно на уровне 67% от величины прошлого года. Доля рынка семи крупнейших европейских производителей сейчас находится на уровне около

23% от максимальной величины и на уровне менее 50% от величины прошлого года. При этом наибольший упадок наблюдался среди азиатских производителей, показатели которых находятся на уровне 6% от максимальных величин и около 20% от показателей прошлого года.

Факт падения количества регистраций говорит не только о падении продаж грузовых автомобилей, а также и о падении спроса на них. Это, в свою очередь, означает падение спроса на транспортировку продукции и падение объема перевозимой продукции.

Другими словами:

- у покупателей стало меньше денег, которые они могут потратить на приобретение продукции;

- у транспортных компаний нет достаточных объемов для перевозки, чтобы в полной мере использовать существующий парк грузовых автомобилей.

Обычно говорят, что транспортный сектор экономики является хорошим показателем экономической активности в обществе. При падении объемов транспортировки происходит экономический спад, при увеличении – экономический рост. Реакция рынка транспортных средств происходит с небольшой задержкой, поскольку сначала он воспринимает недостаточное или чрезмерное использование парка грузовых автомобилей и только потом меняет направление.

Сектор транспортных перевозок продолжает расти при месячном сравнении с аналогичным периодом прошлого года, в то время как сектор автостроительной техники продолжает падать по сравнению с предыдущим годом.

Средний пробег, который совершают грузовые автомобили покупатели техники Scania, показывает положительное изменение в секторе транспортных перевозок уже во второй половине 2015 года. Это является хорошим признаком. Данное изменение четко прослеживается в летние месяцы, в феврале оно практически исчезло, но в этом году его вновь определенно видно.

Если же рассмотреть сектор автостроительной техники, в нем отмечается явная тенденция снижения активности.

Scania заняла первое место среди производителей грузовиков в семи европейских странах в 2015 году.

Изучив показатели общего объема рынка, мы видим очень сильное падение продаж европейских грузовиков в России в 2015 году. Данному негативному влиянию подвержены производители всех марок, но если взглянуть на семерку крупнейших европейских производителей, можно увидеть, что Scania лидирует по объемам продаж уже в течение трех лет подряд. Тем не менее, текущие показатели ниже показателей 2013 и 2014 годов примерно на 60%.

Стратегия «Scania – бренд премиум-класса» доказала свою успешность, и я хотела бы отметить ее главные элементы.

Эффективное управление продажами по всей цепочке поставок (продажи-производство-дилерские центры), концентрация на том, чтобы предлагаемые услуги максимально удовлетворяли потребности покупателей и тесно согласовывались с компанией «Скания Лизинг».

Четкое позиционирование при продаже продукции (грузовиков) и индивидуальных транспортных решений, связанных с транспортными средствами, услугами, программным обеспечением, финансированием, страхованием, обменом техники с пробегом.

Стратегия, сосредоточенная на обслуживании транспортных средств, доказала свою успешность, и она позволяет компании Scania постоянно укреплять свои позиции на рынке.

Хорошо видно, что Scania на протяжении нескольких лет занимает лидирующие позиции, тем не менее, компания осуществляет огромные инвестиции в сервисные центры Scania во многих частях России, включая как независимую сеть сервисных центров, так и сервисные центры, образованные с помощью кэптивных компаний.

Говоря о конкурентоспособности необходимо упомянуть, что Scania в России это:

- более 900 квалифицированных механиков в 60 дилерских центрах;
- 95,4% ассортимента запасных частей на центральном складе в Москве;
- доставка срочных заказов запасных частей от 1 до 2-х дней в по стране.

Основные цели компании ООО «Скания-Русь» остаются неизменными:

- сохранение лидирующей позиции на рынке;
- обеспечение устойчивого доминирования в основных сегментах обеспечивающих объём и прибыльность: магистральный и строительный сегмент, карьерная и коммунальная техника;
- сохранение сильной дилерской сети с квалифицированным составом продавцов и механиков.

Стратегия ООО «Скания-Русь» адаптирована к новым рыночным условиям:

- оптимизация стандартного модельного ряда с акцентом на более эффективное управление складом (сохранение ассортимента и увеличение оборачиваемости);
- развитие новых сегментов (Агро, Нефте-Газ, Карьерная техника, Газовые двигатели);
- усиление сотрудничества с местными производителями: компания Дизель, группа ГАЗ;
- наращивание комплексных продаж (Скания Драйв) и продаж техники с сервисным контрактом (далее СК).

В 2014 году 26% новой техники продавались с СК, в 2015 доля достигла 58%. В последующем ООО «Скания-Русь» может рассчитывать практически на 100% покрытие контрактами новых ТС, предлагая:

- продленную гарантию на силовую линию до 4-х лет = планирование расходов на технику;
- своевременный ремонт только у официальных дилеров Scania, оригинальные запасные части, ремонт по регламенту производителя = высокая остаточная стоимость ТС;
- минимум администрирования = 1 контракт и далее 1 счет

в 1 месяц.

У компании Scania имеется долгосрочная стратегия. Факт того, что компания имеет 125-летнюю историю, уже говорит сам за себя, при этом, развитие компании всегда происходит за счет собственных сил. Что касается российского рынка, компания продолжает свое развитие, в основном, как и было запланировано. По прогнозам, рынок тяжеловозных грузовиков преодолеет кризис уже в этом году. Экономические спады дают возможность компании консолидировать свои ресурсы и совершенствовать технологические процессы. Безусловно, ООО «Скания-Русь» приходится подстраиваться под рыночную ситуацию, но основное направление развития остается неизменным.

Библиографический список

1. Официальный сайт компании ООО «Скания-Русь» [Электронный ресурс] – www.scania.ru
2. Первичная информация по базам данных «Регистрации/Импорт/Экспорт/Производство» предоставлена российским статистическим агентством ООО «ЭВИТОС ИНФОРМ».
3. Каждый третий грузовик европейского производства с полной массой свыше 16 тонн в России продается под маркой Scania [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://newsroom.scania.com/ru/2016/03/16/kazhdyiy-tretyiy-gruzovik-evropeyskogo-proizvodstva/>

УДК 338.484

Таурбеков А. Развитие национального центра инноваций «Сколково»

Таурбеков Азиз

магистрант

Институт экономики и права

г. Москва, Россия

The development of the national innovation center "Skolkovo"

Taurbekov Aziz

MA-student

The Institute of Economics and law

Moscow, Russia

Аннотация. В данной статье рассматривается проблема современных наукоградов на примере научного центра «Сколково», миссией которого является создание специальной экосистемы и мобилизации ресурсов России в области

современных прикладных исследований, создание благоприятной среды для осуществления научных разработок.

Ключевые слова: инновации, проект, центр инноваций, развитие, технопарк

Abstract. This article discusses the problem of modern scientific towns on the example of the research center "SKOLKOVO", whose mission is to create a special ecosystem and mobilize Russia's resources in modern applied research, creation of favorable environment for scientific research.

Key words: innovation, project, center of innovation, development, Technopark

Без науки нет прогресса. Это понимают все развитые страны мира. Что касается нашей страны, то это понимали и в Советском Союзе, с той лишь оговоркой, что наука скорее была направлена на военно-промышленный комплекс, а не на гражданскую сферу. Тем не менее, в СССР строились наукограды, идея которых была в том, чтобы ученые работали недалеко от жилья. Была создана целая серия наукоградов. Это, прежде всего, Саров (Арзамас-16), Академгородок около Новосибирска, Пущино-на-Оке, Жуковский, Королев, Черноголовка, Обнинск, Протвино, Дубна, Пушкин, Троицк и многие другие [1].

Следует отметить, что такие наукограды встречаются и за рубежом: в Европе наукограды развиваются, как правило, на базе университетов, в Японии таких городов – 30, в Соединенных Штатах Америки – 40.

В современной России наукограды уже не имеют той значимости и потенциала. Приглашенные туда ученые состарились, а их дети и внуки не вернулись в науку. Новые жилые места не строятся, инвестиции не привлекаются, поэтому возродить большинство наукоградов сейчас представляется достаточно тяжелой задачей.

Совершенно по иному пути развития пошла так называемая Силиконовая или Кремниевая долина в США.

Вначале был небольшой исследовательский центр Стэнфордского университета, созданный в 1946 году несколькими бизнесменами совместно с университетом. Это был Центр инноваций Западного побережья, созданный с целью развития экономики региона.

На сегодняшний день в Силиконовой долине расположены штаб-

квартиры многих технологических компаний, входивших в разное время в список Fortune 1000, в том числе:

- Adobe
- Apple
- Cisco
- eBay
- Facebook
- Google
- Yahoo!
- и другие.

Долина объединяет несколько университетов (Университет Сан-Хосе, Университет Санта-Клары, Стэнфордский Университет, Калифорнийский университет) и городов (Кэмпбелл, Белмонт, Купертино, Фримонт, Лос-Алтос, Лос-Гатос, Менло-Парк, Пало-Альто и другие).

28 сентября 2010 года президентом Российской Федерации Д.А. Медведевым был подписан Федеральный закон Российской Федерации N 244-ФЗ «Об инновационном центре „Сколково“». [3]

Можно ли назвать «Сколково» национальным центром инноваций?

Миссия фонда – создание специальной экосистемы и мобилизации ресурсов России в области современных прикладных исследований, создание благоприятной среды для осуществления научных разработок. Ученые, конструкторы, инженеры, бизнесмены и участники образовательных проектов в рамках этой системы работают над созданием конкурентоспособных наукоемких разработок мирового уровня.

Государственное финансирование – изначально планировалось инвестировать в технополис Сколково порядка 121,6 млрд руб. в течение 10 лет [4].

Главные направления – кластеры технополиса Сколково:

1. Энергоэффективность и энергосбережение.
2. Ядерные технологии.

3. Космические технологии и телекоммуникации.

4. Биомедицинские технологии.

5. Стратегические компьютерные технологии.

6. Программное обеспечение.

К проекту Сколково уже сейчас подключились многие зарубежные компании Alstom (машиностроение Франция), Siemens (Германия), Mikrosoft (США), Cisco (США), Boeing (США),

а вот отечественная промышленность в рамках данного проекта к инновационным преференциям фактически не допускается.

В 2011г. резидентами Сколково стало 111 компаний, чему, во многом способствовало следующее:

- участникам «Сколково» были предоставлены льготы – освобождение от уплаты налога на прибыль (с оборота менее 1 млрд. руб.), налога на имущество, таможенных пошлин на ввоз высокотехнологического оборудования и уменьшение страховых взносов с 30 до 14% для работников компании;
- отсутствие серьезного отбора и отсева заявок на статус резидента.

2012 г. В Сколково было 793 участников и в стадии рассмотрения находилось еще 2 432 заявок на участие в проекте, было одобрено выделение 120 грантов на общую сумму – 3,393 млрд руб., из которых было перечислено 2,935 млрд. руб. Суммарный объем заключенных договоров составил – 21,4 млрд. руб., включая уже оплаченные на сумму – 15,1 млрд руб. Общая сумма привлеченных корпоративных инвестиций составила около 2 млрд. руб.

Выручка фонда составила 4,8 млн руб., чистая прибыль – 337,5 млн руб. На 31 декабря 2012г. активы фонда составляли 36,6 млрд руб. [5]

2013 г. В работе Сколково участвовало 1 010 участников, сумма одобренных грантов составила – 793 млн руб., перечислено было 1,516 млрд руб. [5]

Осенью 2013 г. финансирование фонда Сколково было переведено под полный контроль Минфина РФ.

Чтобы более подробно оценить потенциал научного центра, необходимо изучить мнения российских ученых, экономистов и экспертов.

Сергей Кара Мурза – политолог, философ, публицист: «Какой страны, и какие инновации? Что российский бизнес затребует отечественные инновации, если легче и проще получить их из за рубежа, тем более, что почти вся промышленность находится в собственности иностранных инвесторов.

Если мы хотим иметь в стране инновационную систему, науку, мы должны возрождать страну в целом, начиная с детского сада, школы, вуза, промышленности, сельского хозяйства, потому что это не может вырасти в стране, которая находится в состоянии полной безнадеги и маразма, когда каждый думает, как урвать, из того последнего, что осталось. Эти понятия не совместимы – состояние России сейчас, это антипод понятия инновации» [4].

М.Хазин – президент компании экспертного консультирования «Неокон»: «В лучшем случае это будет инструментом перекачки мозгов и инноваций на Запад.

Рассчитывать на то, что у нас может быть сделано какое-то производство – смешно, поскольку существующая налоговая и финансовая система в нашей стране фактически запрещает любое производство, потому что слишком высокие налоги, коррупционные и прочие издержки.

И самое главное – если вопреки всему перечисленному, что-то начинает получаться, немедленно приходит кто то, и говорит – это мое.

Я думаю, что до уровня Бангалора мы не дойдем, я думаю, что это будет чисто пиарный проект, куда будут иногда привозить людей, где будет распилено колоссальное количество бюджетных денег, но ничего реального там не будет» [4].

Какие существуют перспективы развития? В общей сложности на проект уже истрачено более 75 млрд руб., в том числе 25 млрд в 2014 г. в рамках продолжения развития проекта под финансовым контролем Минфина РФ. Если не рассматривать мелкие проекты, многие из которых могли бы развиваться и без Сколково, то серьезных перспективных, и уж тем более прорывных

проектов, пока не видно [4].

Проект пытаются вытягивать. В настоящее время в Сколково более 1 100 резидентов, в рамках их работы создано более 13 500 рабочих мест, строится Сколтех, Технопарк, коттеджи для постоянных обитателей и другие объекты.

В Сколково продолжают работать IBM, Intel, Cisco, крупнейшие российские компании: КАМАЗ, Татнефть, Трансмаш-холдинг, Трубная металлургическая компания и другие.

Тем не менее, в проект привлечено больше американских компаний, которые используют Сколково в своих интересах – на нашей российской базе с использованием нашего интеллекта и за наши деньги они смогут получать значительные результаты и внедрять их в своем производстве уже в Соединенных штатах Америки.

Подводя итог, можно отметить, что Сколково на нынешнем этапе развития не оправдывает ожиданий инвесторов, экспертов, ученых и народа в целом. Несмотря на громкие заявления, как показал анализ статей по данному вопросу, реальных результатов проект пока не показывает. Инновации определенно есть, но в рамках целой страны, их количество не оправдывает средств, вложенных в проект. Для того чтобы сделать идею создания подобных наукоградов по-настоящему перспективной и национальной, необходимо развивать научные центры по всей стране, привлекать инвестиции туда, где в них нуждаются, возрождать города науки, которые были созданы во времена СССР, повышать престижность науки в стране, продвигать в предпринимательской сфере российские инновации. Это может занять не год и не два, а десятки лет, но это цель, к которой необходимо стремиться нашей стране, чтобы достижения отечественной науки стали по-настоящему национальными и конкурентоспособными.

Библиографический список

1. Технопарки или наукограды? С. Миронин. Режим доступа: [<http://marsiada.ru/357/723/765/2061/>].
2. Краткая история силиконовой долины. Режим доступа: [<http://www.sakha.gov.ru/node/79011>].
3. ФЗ от 28.09.2010 № 244-ФЗ «Об инновационном центре "Сколково"».

4. Сколково – промежуточные итоги и перспективы. Режим доступа: [<http://utmagazine.ru/posts/10900-skolkovo-promezhutochnye-itogi-i-perspektivy>].
5. Фонд Сколково. Режим доступа: [i.rbc.ru/organization/item/fond_skolkovo]
6. Постановление Правительства Российской Федерации от 26 июля 2010 г. N 565 г. Москва «О предоставлении в 2010 году субсидии из федерального бюджета некоммерческой организации „Фонд развития Центра разработки и коммерциализации новых технологий“ в целях финансового обеспечения основных мероприятий, связанных с созданием и обеспечением функционирования инновационного центра «Сколково»».
7. Ананченкова П.И., Тонконог В.В. Направления государственной политики в создании и развитии региональной инновационной образовательной системы// Ученые записки Российской Академии Предпринимательства. - №49, 2016.
8. Фонд «Сколково»: состояние, проблемы, перспективы. Режим доступа: [<http://www.fin-izdat.ru/journal/national/detail.php?ID=47159>]
9. «Проблемы у «Сколково» есть, но это нормально для любого растущего организма». Режим доступа: [<http://www.mn.ru/business/83025>]

УДК 338.484

Тимофеева О.С. Мировая экономика XXI века: как меняет мир четвертая промышленная революция

Тимофеева Ольга Сергеевна
магистрант
Институт экономики и права
г.Москва, Россия

World economy of the XXI century: the changing world of the fourth industrial revolution

Timofeeva Olga Sergeevna
MA-student
The Institute of Economics and law
Moscow, Russia

Аннотация. В статье рассматривается тема мировой экономики на протяжении долгого времени и проблемы глобальной задолженности, которую решить становится все труднее. Анализируются внешние долги США, объединенной Европы, Китая.

Ключевые слова: четвертая промышленная революция, экономика, трансформация

Abstract. The article discusses the theme of the world economy for a long time and the problem of global debt difficulties of its solution. It analyzes the external debt of the United States, United Europe and China.

Key words: fourth industrial revolution, economy, transformation

Мировая экономика на протяжении долгого времени сталкивается с проблемой глобальной задолженности, решить которую становится все труднее. Уже сейчас долги США и объединенной Европы превышают критические значения в 110 и 90% к ВВП соответственно. За последние пять лет внешний долг Китая вырос в пять раз и составляет \$28 трлн, что является одной из главных причин нескольких обвалов на основных фондовых площадках страны за последние полгода.

В свою очередь, в США ужесточение кредитно-денежной политики в декабре 2015 года и намерения ФРС провести еще несколько раундов повышения ставок в 2016 году приводят к удорожанию доллара по отношению ко всем остальным мировым валютам, что, соответственно, еще больше усложняет проблему обслуживания долгов развивающимися странами, особенно с учетом ставшего уже перманентным оттока капитала из них. При этом сами по себе развивающиеся страны страдают от замедления темпов роста. Основной причиной тому является падение мировых цен на их экспорт, который во многом формируется за счет торговли природными ресурсами. При этом, как в очередной раз показали последние события, низкие цены на углеводороды отнюдь не являются абсолютным благом для развития.

Проблемы, с которыми в данный момент сталкивается мировая экономика, являются производными друг от друга, и решить их невозможно в одиночку даже самым сильным экономикам планеты.

Глобальный долг, хрупкий мировой спрос, замедление темпов роста в Китае и низкие темпы роста в Европе действительно создают угрозу для устойчивого мирового экономического развития. Годы количественного смягчения в США и продолжающееся стимулирование экономики за счет мягкой кредитно-денежной политики в Европейском союзе и Японии привели к тому, что на балансах соответствующих ЦБ накопилось большое количество активов, что в свою очередь создает риски дисбалансов в экономике для каждого обозначенного региона. Именно поэтому, учитывая все эти негативные факторы, многие эксперты говорят о будущих низких темпах роста мировой

экономики и большом количестве рисков, а Международный валютный фонд в третий раз за год пересматривает свой прогноз по мировому ВВП в сторону понижения с 3,6 до 3,4% в 2016 году.

Промышленная революция. Мир страдает как от многолетних, ставших уже структурными проблем, так и сталкивается с абсолютно новыми вызовами.

Мировая экономика в данный момент переживает период необратимой трансформации. Связано это с тем, что мир сейчас стоит на пороге очередной промышленной революции, которая сотрет привычные технологические границы, реформирует устоявшиеся технологические и производственные цепочки. Новая промышленная революция будет характеризоваться слиянием технологий и стиранием границ между цифровой, производственной и биологической сферами. Все больше будет набирать обороты цифровизация различных сфер жизнедеятельности, что найдет свое отражение в появлении «умных» городов, снижении роли посредников в экономике, возрастании конкуренции между цифровыми платформами и классическим банкингом и т. д. Возникнет абсолютно новый тип промышленного производства, который будет основываться на так называемых больших данных и соответствующей аналитике, полной автоматизации производства, технологиях дополненной реальности, интернете вещей и многом другом.

Уже сейчас есть множество ярких примеров, которые показывают, какими будут реалии экономики в эпоху четвертой промышленной революции. Например, появление финансово-технологических платформ вроде криптовалюты Bitcoin, технологии Blockchain и пр. полностью переформирует мир финансов, снижая транзакционные издержки между заимодателем и заемщиком. Привлекательность бизнес-моделей финансово-технологических стартапов приводит к тому, что их оценочная стоимость зачастую оказывается выше капитализации традиционных инвестиционно-банковских групп. К примеру, капитализация PayPal, торгующейся на NASDAQ, составляет свыше \$44 млрд, в то время как традиционный лидер мирового инвестиционного банкинга Дойче Банк стоит около \$21 млрд.

Альтернативная энергетика. Неизбежным следствием четвертой промышленной революции становится мощное развитие альтернативной энергетики. Время дорогой нефти было временем выгодных инвестиций в «зеленую» энергетику, в новые технологии выработки, сохранения и передачи энергии. В результате альтернативная энергетика получила мощный импульс к развитию и сейчас гармонично вписывается в ландшафт новых реалий.

С другой стороны, развитие альтернативной энергетики происходит на фоне полномасштабного кризиса нефтедобывающих компаний по всему миру. Из-за драматического падения цен на нефть нефтегазовые компании вынуждены сокращать персонал и расходы на освоение новых месторождений. Это, в свою очередь, зачастую приводит к структурным изменениям на уровне экономик целых стран, например Саудовская Аравия обсуждает идею приватизации части нефтяного гиганта Saudi Aramco.

Четвертая промышленная революция открывает перед мировой экономикой широчайшие возможности роста, но и одновременно ставит абсолютно новые вызовы. Развитие технологий и новых производственных схем ломает существующие экономические структуры, компании вынуждены подстраиваться под изменяющиеся запросы потребителя, но при этом возникает парадокс, когда экономика может расти, а безработица при этом увеличиваться за счет новых интеллектуальных систем, заменяющих трудоспособное население. Так, по оценкам аналитиков, автоматизация производства в одной лишь Германии может привести к сокращению до 610 тыс. рабочих мест в среднесрочной перспективе. Экономика, основанная на новых реалиях, нуждается все больше в высококвалифицированных специалистах, создающих новые технологии, и все меньше в низкоквалифицированных рабочих. Подобная тенденция усиливается со временем, распространяя свое влияние не только на отрасли хозяйства тех или иных стран, но и на целые макрорегионы.

Конкуренция жесткая и глобальная. Одним из следствий «промышленной революции 4.0» и структурных проблем в мировой экономике становится

обострение конкуренции на геэкономическом уровне. Косвенно это подтверждает тезис, что в современных реалиях «бизнес руководит политикой».

Конкуренция в мире способствует появлению новых, альтернативных друг другу интеграционных и инфраструктурных проектов, каждый из которых отличается большим размахом и амбициозностью. Речь идет о Транстихоокеанском партнерстве, Экономическом поясе Нового шелкового пути (one belt – one road) и возможном Трансатлантическом партнерстве. Так, в случае успеха китайской стратегии Нового шелкового пути страны, участвующие в реализации данного проекта совместно с Китаем, смогут получить дополнительные экономические преимущества в виде привлечения финансирования в инфраструктуру на своих территориях, что положительно скажется на их торговых балансах. Вопрос здесь в том, смогут ли эти проекты успешно гармонизировать друг с другом, и в какой степени они будут взаимодействовать с ЕАЭС.

Старые и новые очаги геополитической напряженности будут способствовать интенсификации миграционных процессов, что уже видно на примере стран Европейского союза. Это, в свою очередь, наложит дополнительные обязательства на экономику Европы, которая и без того находится в сложном положении. Причем последствия подобных миграционных цунами действительно могут приобрести самый негативный оттенок, свидетельством чему являются, например, заявления руководства Австрии о том, что эта страна сталкивается с самым серьезным кризисом со времен окончания Второй мировой войны. Предполагаемый референдум по выходу из ЕС Британии, дискуссии в отношении приостановки действия Шенгенского соглашения и восстановления некоторыми странами пограничного контроля и многое другое – все это в том числе следствия миграционного кризиса, с которым столкнулась Европа.

Странам с развивающимися экономиками необходимо прилагать колоссальные усилия, чтобы не остаться на обочине нового динамичного мира,

а встроиться в глобальные цепочки стоимости.

Ресурсоориентированным странам необходимо взять курс на переход к экономике знаний и инноваций. В противном случае весьма вероятен сценарий отката к фундаментализму, что станет глобальной проблемой уже новой системы мировой экономики.

Место России в системе новых экономических реалий.

В этих сложных условиях, которые объективно затрагивают абсолютно все страны мира, Россия вынуждена выдерживать дополнительную нагрузку в виде экономических санкций, введенных рядом стран. Несмотря на все сложности, с которыми столкнулась наша экономика, мы видим, что у России есть все необходимое для того, чтобы занять достойное положение в системе новых реалий. Это и развитый человеческий капитал, и обилие природных ресурсов, и выгодное географическое положение, и транзитный потенциал и многое другое. В конечном итоге это позволит стать России одним из главных драйверов мирового экономического роста.

Экономика страны постепенно трансформируется и начинает соответствовать новым мировым реалиям. Растут российский несырьевой экспорт и оказание различного рода услуг, что видно по росту портфеля зарубежных проектов таких российских компаний, как «Росатом», «Интер РАО» и пр. Появляются все новые компании, оценочная стоимость которых растет очень быстрыми темпами благодаря привлекательности бизнес-моделей, – «Юлмарт», QIWI и многие другие. Помимо всего прочего, у нашей страны по-прежнему остается возможность приобретать активы во многих технологических компаниях за счет использования средств, размещенных в казначейских облигациях США.

Наша страна не стремится развивать сотрудничество только на одном направлении. Напротив, несмотря ни на что, она стремится выстраивать многовекторную систему взаимоотношений как со странами Востока, так и с европейскими, латиноамериканскими и американскими партнерами. Понимая это, представители бизнес-сообщества и официальные лица разных стран все

чаще поднимают вопрос о необходимости отмены взаимных санкций и, более того, готовятся к этому, так как это сулит большие выгоды обеим сторонам.

Глобальные вызовы становятся все более определенными, и поиск ответов на них требует совместных усилий мирового сообщества. Пришло время, когда новые задачи и новые вызовы требуют абсолютно новых, нестандартных решений.

Библиографический список

1. Аксенова Е.И. Управление социально-экономической эффективностью инновационной образовательной системы профессиональной подготовки квалифицированных кадров// Креативная экономика. 2013. № 3 (75). С. 42-46.
2. Ананченкова П.И., Тонконог В.В. Направления государственной политики в создании и развитии региональной инновационной образовательной системы// Ученые записки Российской Академии Предпринимательства. - №49, 2016.

УДК 338.484

Чернышов М.В. Экономическая нестабильность и развитие малого бизнеса

Чернышов Максим Викторович
магистрант
Институт экономики и права
г.Москва, Россия

Economic instability and development of small business

Chernyshov Maksim Viktorovich
MA-student
The Institute of Economics and law
Moscow, Russia

Аннотация. В статье рассматриваются такие события, как резкая девальвация курса рубля, повышение уровня инфляции в стране, снижение стоимости нефти на мировом рынке, влияющих на экономику некоторых стран. Анализируется программа стимулирования кредитования субъектов МСП, реализующих проекты в приоритетных отраслях.

Ключевые слова: малый бизнес, предпринимательство, поддержка, критерии

Abstract. The article discusses events such as the sharp devaluation of the ruble, increasing inflation in the country, reducing the cost of oil on the world market, affecting the economy of some countries. It analyzes the program to stimulate lending to SMEs, implementing projects in priority sectors.

Key words: small business, entrepreneurship, support, criteria

За последние два года в мире произошло множество важных, в некоторых случаях исторических для определенных стран, событий: Евромайдан в Киеве; спустя год – присоединение к России Республики Крым и города Севастополь; ввод санкций ЕС и США по отношению к России; продовольственное эмбарго, введенное Россией в ответ санкциям ЕС; война в Сирии и множество других. И Россия, в частности, оказалась тесно втянутой в эти события. Все это не могло не повлиять на экономику страны (резкая девальвация курса рубля, повышение уровня инфляции в стране, снижение стоимости нефти на мировом рынке и т.д.), и, прежде всего, на экономические субъекты.

На фоне данных факторов Россия установила ускоренный курс на импортозамещение во всех отраслях экономики страны. Разработаны и разрабатываются различные государственные программы поддержки инвестиционных и инновационных проектов, создаются соответствующие фонды финансирования инвестиционных проектов, поддержки малого и среднего бизнеса.

Совместно с Минэкономразвития России и Банком России Федеральная корпорация по развитию малого и среднего предпринимательства разработала «Программу стимулирования кредитования субъектов МСП, реализующих проекты в приоритетных отраслях». В соответствии с Программой субъекты МСП могут получить кредит по фиксированной ставке от уполномоченных банков. Для малых предприятий ставка утверждена на уровне 11% годовых, для средних предприятий – 10% годовых.

Цель кредитования: приобретение основных средств, модернизация и реконструкция производства, запуск новых проектов, а также для пополнения оборотных средств по следующим приоритетным отраслям:

- сельское хозяйство и (или) предоставление услуг в этой области;
- обрабатывающее производство, в том числе производство пищевых продуктов;
- первичная и последующая (промышленная) переработка сельскохозяйственных продуктов;

- производство и распределение электроэнергии, газа и воды;
- строительство;
- транспорт;
- связь.

В программе в качестве основных кредиторов участвуют крупнейшие российские и зарубежные банки, такие, как ОАО «Сбербанк России»; ОАО Банк ВТБ; АО «Райффайзенбанк» и др.

Как отмечается в программных документах Федеральной корпорации по развитию малого и среднего предпринимательства основными требованиями к заемщикам и условиями предоставления заемных средств являются:

1. Целевое использование кредитов. Инвестиционные цели – финансирование мероприятий по приобретению основных средств, модернизации и реконструкции производства, запуску новых проектов/производств. Допускается финансирование текущих расходов, связанных с реализацией инвестиционного проекта (не более 30% от совокупной величины инвестиционных кредитов).

2. Размер кредита: не менее 50 млн. рублей и не более 1 млрд рублей. Общий размер кредитных средств, привлеченных одним конечным заемщиком в рамках Программы от различных Уполномоченных банков, не может превышать 4 млрд рублей.

3. Форма кредитования:

- кредит;
- невозновляемая кредитная линия;
- возобновляемая кредитная линия.

4. Сроки кредитования: на усмотрение Уполномоченного банка (кредит может быть предоставлен на срок более 3 лет, при этом срок льготного фондирования по Программе не должен превышать 3 года).

5. Доля финансирования инвестиционного проекта за счет заемных средств: не более 80% – для инвестиционных кредитов в размере более 500 млн. рублей и инвестиционных кредитов независимо от размера кредита,

погашение основного долга по которым предусматривается за счет денежного потока, производимого за счет реализации цели кредитования без учета доходов от текущей деятельности конечного заемщика. Без ограничений – для прочих инвестиционных проектов.

6. Требования к инвестиционным проектам. Для инвестиционных кредитов в размере более 500 млн. рублей и инвестиционных кредитов независимо от размера кредита, погашение основного долга по которым предусматривается за счет денежного потока, производимого за счет реализации цели кредитования без учета доходов от текущей деятельности конечного заемщика: – чистая приведенная стоимость инвестиционного проекта является положительной; – внутренняя норма рентабельности превышает выбранную ставку дисконтирования.

7. Процентные ставки по кредитам: не выше уровня процентной ставки, установленной Банком России по кредитам Банка России, обеспеченным поручительствами Корпорации, предоставляемым уполномоченным банкам, увеличенной на размер комиссионного вознаграждения Корпорации при предоставлении поручительства Корпорации за уполномоченные банки перед Банком России, плюс 3,0 процента годовых (при условии, что конечным заемщиком является субъект среднего предпринимательства) или 4,0 процента годовых (при условии, что конечным заемщиком является субъект малого предпринимательства)» [1].

Задача функционирования «Фонда развития промышленности», созданного в 2014 году путём преобразования Российского фонда технологического развития, - на основе поддержки организации новых производств содействовать импортозамещению, росту и модернизации отечественной промышленности. Фонд.

Фонд предлагает льготные условия софинансирования проектов, направленных на разработку новой высокотехнологичной продукции, техническое перевооружение и создание конкурентоспособных производств на базе наилучших доступных технологий.

Для реализации промышленно-технологических проектов Фонд на конкурсной основе предоставляет целевые займы по ставке 5% годовых сроком до 7 лет в объеме от 50 до 700 млн рублей, стимулируя приток прямых инвестиций в реальный сектор экономики».

В 2015 году бюджет ФПР составлял 20 млрд руб., когда как число заявок на финансирование инвестиционных проектов составило 1282 на общую сумму 449 млрд руб. На 2016 год из бюджета было запрошено дополнительные 20 млрд руб.



Рисунок 1. Финансирование проектов, 2015 г.

На рисунке 1 видно, что сумма одобренных займов уже превысила бюджет ФРП, но при этом Экспертный совет продолжает рассматривать поступающие заявки. Это объясняется тем, что компании-инициатору инвестиционного проекта в целях получения займа необходимо выполнить ряд отлагательных условий, а данный процесс занимает различное время. И для того, чтобы деньги, так сказать, «попусту не валялись под подушкой», Экспертная комиссия продолжает рассматривать заявки и денежные средства получает та компания, которая раньше всех выполнит все отлагательные условия.

На рисунке 2 представлены отрасли, инвестирование в которые ФРП одобрил. Большая часть инвестиций приходится на машиностроительную отрасль, которая составила 30% от общей доли инвестиций, или 7,93 млрд руб. Второе место занимает медицинская, биологическая и фармацевтическая промышленность (медбиофарма). Ее доля составила 19%, или 4,57 млрд руб.

Поддержанные проекты дадут экономический эффект:

- 50 млрд руб. налогов;
- 153 млрд руб. инвестиций в проекты помимо займов ФРП, т.е. в 6 раз больше суммы займов;
- 599 млрд руб. суммарная выручка по проектам к 2020 году;
- 10,5 тысяч рабочих мест будет создано.

Фонд развития промышленности предоставляет на конкурсной основе займы на реализацию проектов, направленных на внедрение передовых технологий, создание новых продуктов или организацию импортозамещающих производств.

Займы выдаются после тщательной экспертизы на предмет соответствия проекта установленным критериям. Существуют отраслевые ограничения для софинансируемых ФРП проектов.

Существует поэтапный процесс получения займа ФРП на финансирование инвестиционного проекта, начиная с момента подачи заявки на получения займа до возвращения займа:

Подача резюме проекта и экспресс-оценка:

- необходимо зарегистрироваться в личном кабинете заёмщика Фонда;
- резюме проекта состоит из двух частей: описание и бюджет;
- Фондом оценивается резюме проекта заемщика;
- если выявляются какие-либо ошибки, то заявителю необходимо их исправить и повторно подать заявку;
- после данной проверки Фондом выносится решение о присвоении статуса «Подготовка к комплексной экспертизе».

Комплексная экспертиза:

- подготавливается полный пакет необходимых документов в электронном формате;
- заявителю назначается персональный менеджер;
- проводится глубокий анализ научно-технического, производственно-технологического, правового и финансово-экономического аспектов;

данный анализ проводится не более 60 дней;

в случае если инвестиционный проект получает положительную оценку, то он направляется на рассмотрение Экспертного совета.

Рассмотрение заявки экспертным советом Фонда:

Экспертный совет либо принимает решение об утверждении займа, либо направляет проект на доработку, либо отклоняет проект;

если финансирование проекта составляет более 368 млн руб., то данный проект должен быть одобрен Наблюдательным советом Фонда.

Структурирование сделки и финансирование проекта:

компания-инициатор инвестиционного проекта открывает отдельный банковский счёт для обособленного учета средств займа и проведения платежей с указанного счета;

стороны подписывают договор;

выплата средств на отдельный банковский счет заявителя, мониторинг целевого использования займа и финансового состояния заявителя в ходе реализации проекта.

Завершение проекта: возвращение займа, отчетные документы.



Рисунок 2. Отрасли реализации проектов

Заемные средства можно потратить на следующие цели:

- разработка нового продукта/технологии;

- разработка технико-экономического обоснования;
- инжиниринговые услуги;
- приобретение прав на результаты интеллектуальной деятельности;
- приобретение и создание оборудования.

Библиографический список

1. Финансовая поддержка субъектов МСП// URL: http://www.ntc-power.ru/procurement/procurement_management/Приложение1_Презентация_Фин_поддержка_КМСП.pdf (дата обращения - 1.12.2017 г.)
2. Никонова И. А. Проектный анализ и проектное финансирование. – Изд. Альпина Паблишер, 2012. – 154 с.
3. Проскурин В.К. Анализ, оценка и финансирование инновационных проектов. Учебное пособие. – Изд. Вузовский учебник, 2016. – 136 с.
4. Гриднев А.А., Ананченкова П.И. Кадровый консалтинг для малого бизнеса: основные услуги и виды деятельности// Путеводитель предпринимателя. 2013. № 20. С. 70-76.
5. Тонконог В.В. Актуальные вопросы развития системы бизнес-образования для малого и среднего бизнеса// Труд и социальные отношения. - №7, 2014. С.137.
6. Ананченкова П.И. Сущность и содержание внутрифирменного обучения// Труд и социальные отношения. 2013. № 8. С. 125-130.

УДК 338.484

Шестун Ю. Базовые основы государственной информационно-коммуникационной политики

Шестун Юлия

аспирант

Академия труда и социальных отношений

г. Москва, Россия

The basic framework of state information and communication policy

Shestun Julia

PhD-student

Academy of labour and social relations

Moscow, Russia

Аннотация. На современном этапе развития информационного пространства России еще не сложилась единая точка зрения на содержание государственной коммуникационной политики и на ее значимость в роли важной комплексной задачи публичного управления. Сформировать открытое коммуникационное общество в России можно только на основе построения коммуникационного пространства страны, как пространства целостного федеративного государства с его интеграцией в мировое коммуникационное пространство, учитывая национальные особенности и

интересы, и при одновременном обеспечении безопасности в информационной сфере как на государственном, так и на международном уровнях.

Ключевые слова: коммуникации, государственная власть, коммуникационная политика, информационная открытость

Abstract. At the present stage of development of information space of Russia still has not developed a unified point of view on the content of the public communications policy and its importance in the role of important complex problems of public administration. To create an open communication society in Russia is possible only on the basis of building a communication space, as a space integral of a Federal state with its integration into the global communication space, taking into account national peculiarities and interests, while ensuring security in the information sphere, both at the state and international levels.

Key words: communication, government, communication policy, transparency

Коммуникационная политика заключается в выборе перспективного курса действий системы управления, направленного на планирование и взаимодействие системы со всеми субъектами на основе рациональной стратегии использования комплекса коммуникативных средств, позволяющих обеспечить стабильное и эффективное формирование спроса и продвижения предложений в обществе с целью удовлетворения потребностей граждан.

На современном этапе развития информационного пространства России еще не сложилась единая точка зрения на содержание государственной коммуникационной политики и на ее значимость в роли важной комплексной задачи публичного управления. Обособленностью и слабой координацией государственной политики в таких сферах, как массовая информация, информатизация, телекоммуникация и связь, информационная безопасность и международный информационный обмен, обусловлено отсутствие в настоящее время единых стратегических целей и методологических основ управления коммуникационной сферой. Однако, в последнее время обозначилась тенденция комплексного, системного подхода к разработке концепции государственной коммуникационной политики.

Государственная коммуникационная политика рассматривается в виде совокупности следующих элементов:

- цели, отражающие национальные интересы в информационной сфере;
- стратегия и тактика управленческих решений и методы их реализации,

разрабатываемые и реализуемые государственной властью для регулирования и совершенствования наряду с процессами информационного взаимодействия во всех сферах деятельности общества и государства, процессов технологического обеспечения такого взаимодействия.

Долгосрочная стратегическая цель государственной коммуникационной политики России заключается в формировании открытого информационного общества, что в условиях глобальных направлений развития мирового сообщества выступает необходимым условием для ее социально-экономического, культурного и политического становления и удержания статуса мировой державы.

Сформировать открытое коммуникационное общество в России можно только на основе построения коммуникационного пространства страны, как пространства целостного федеративного государства с его интеграцией в мировое коммуникационное пространство, учитывая национальные особенности и интересы, и при одновременном обеспечении безопасности в информационной сфере как на государственном, так и на международном уровнях.

Целостность коммуникационного пространства России наряду с демократическим построением ее государственности, базирующимся на конституционных принципах федеративного устройства, соблюдении равноправия субъектов федерации, разграничении полномочий между органами государственной власти РФ и ее субъектов, единства и самоопределения народов России, выделении законодательной, исполнительной и судебной власти, разнообразии форм государственной власти на региональном уровне, разделении полномочий местного самоуправления и государственной власти выступает одним из ключевых условий в процессе обеспечения государственной и территориальной сплоченности России и ее государственности.

Коммуникационное пространство государства, в котором протекают коммуникационные процессы информационного взаимодействия, представляет

собой совокупность пересекающихся областей: информационной сферы гражданского общества, государственной власти и органов местного самоуправления.

В соответствии с приведенными объектами регулирования коммуникационной политики в качестве главных функциональных задач государственной политики можно выделить следующие (рис. 1):



Рисунок 1. Задачи коммуникационной политики

Выявить обобщенные информационные потоки и определить их функциональное назначение с точки зрения исполнения решений задач коммуникационной политики можно при помощи кибернетического подхода теории принятия решений, для чего следует рассмотреть схематичную модель государства, как системы регулирования с обратной связью, в которой общество выступает сложным объектом регулирования, а система органов публичной власти централизованно-децентрализованным управляющим устройством с иерархической структурой, которое осуществляет разработку управленческих решений по развитию и удовлетворению потребностей общества, и контролирует их исполнение.

Рассматриваемая кибернетическая модель государства характеризуется широким использованием в исследованиях различных аспектов и проблем государственного управления. Идеология подобной модели базируется на отождествлении государства с определенной формой человеческого общежития, которая выступает в виде некоторой тотальности, целостности взаимоотношений между властно-правовыми структурами и обществом, системы взаимодействий индивидов и их ассоциаций, из которой нельзя отделить никакую часть, как самодовлеющую и независимую [1].

В таком контуре используются управленческие решения, в виде законодательных и иных инициатив и выступают механизмом воздействия публичной власти на общество и зависят от информационного потока, поступающего по каналу обратной связи в систему органов власти.

Прямое регулирующее воздействие сферы публичного управления на общество реализуется в форме законодательных и нормативных правовых актов, которые представляют собой определенным образом документированную информацию, т.е., являются информационно-правовым воздействием [2]. Следовательно, каналом передачи такого рода регулирующих воздействий выступает информационный поток, направленный от органов власти к обществу, который содержит документированную нормативно-правовую информацию.

Развитие общества и государства, с исключением социальных взрывов и потрясений, возможно при адекватной реакции общества на прямые регулирующие воздействия власти и спокойной адаптации к условиям и принципам развития, обусловленным этими воздействиями.

Для установления благоприятного морально-психологического, нравственного и эмоционального климата общества, вся система публичного управления должна осуществлять коммуникационное взаимодействие с обществом, в процессе которого публично разъясняются управленческие решения и действия. Одновременно, обществом, его институциональными структурами и отдельными гражданами должна осуществляться обратная связь

с возможностью открытого выражения органам власти своего коллективного и личного отношения к ее решениям и действиям. Такого рода адаптация в рассматриваемой модели государства, должна обеспечиваться дополнительным контуром регулирования, так называемым, контуром адаптации.

Контур адаптации состоит из обобщенного канала передачи дополнительных регулирующих воздействий сферы публичного управления на общество, являясь специально подготовленной и публично распространяемой властными структурами, информации, которая разъясняет цели и задачи, проясняет вопросы стратегии и тактики их деятельности, комментирует отношение к текущим внутриполитическим и внешнеполитическим событиям. С другой стороны, контур адаптации является также и обобщенным каналом реагирования (обратной связи) общества на решения и действия органов управления, осуществляя передачу потока информации, отражающего отношение общества, его групп и граждан к происходящим событиям, которое публично выражается через средства массовой информации, общественное мнение, а также коллективные и частные заявления и обращения граждан.

Сущность государственных задач формированию коммуникационной политики заключается в регулировании и, в широком понимании, в технологическом обеспечении процессов развития и распространения рассмотренных обобщенных информационных потоков. Определение функционального характера и информационных объемов конкретной задачи, как правило, идет не по одному, а по совокупности функционально взаимосвязанных информационных потоков. В этом смысле существенная значимость определяется обобщенным информационным потоком законодательных и нормативных правовых актов.

Прежде всего, этими актами оказываются регулирующие воздействия и, в частности, определяются правовые аспекты исполнения всех функциональных задач коммуникационной политики. Наряду с этим, информационный поток законодательных и нормативных правовых актов включается во все совокупности информационных потоков, которые определяют характер и

объемы отдельных функциональных задач коммуникационной политики.

Кроме информационного потока законодательных и нормативных правовых актов функциональным характером и информационным объемом обладают задачи по коммуникационному обеспечению населения и институциональных структур гражданского общества информационными потоками массового информационного обмена и коммуникаций и адаптирующих информационных воздействий, которые формируют властные структуры.

С целью эффективного использования открывающегося коммуникационного пространства и во избежание порождаемых информационными возможностями, угроз, необходимо проведение упреждающей социально-образовательной адаптации к этим возможностям граждан и общества в совокупности, и политика, направленная на обеспечение информационно-психологической устойчивости человека к процессам информатизации.

В целом, благодаря системному подходу к государственной коммуникационной политике, как к многофункциональной комплексной задаче публичного управления, определяются основополагающие системообразующие факторы ее формирования, развития и реализации в формате единой общегосударственной структуры:

- 1) система информационной законодательной базы;
- 2) система информационных ресурсов;
- 3) инфраструктура информационно-коммуникационного пространства;
- 4) организационное и технологическое обеспечение информационной работы;
- 5) рынок информационно-коммуникационных продуктов и услуг;
- 6) система обучения, подготовки и переподготовки профессиональных кадров для информационно-коммуникационного обеспечения сферы публичного управления.

Таким образом, при описанных условиях можно обеспечить единство и

целостность коммуникационного пространства сферы публичного управления, его интеграцию в мировое пространство коммуникаций, а также обеспечить информационную безопасность общества и государства.

Библиографический список

1. Безгодова О.В. Функции «паблик рилейшнз» в политическом управлении// Политическое управление: теория и практика. – М.: Издательство РАГС, 1997.
2. Проблемы теории государства и права. / Под ред. С.С. Алексеева. - М., 1987.

Научное издание

Социально-экономические проблемы в современной науке

Сборник научных трудов по материалам
II Международной научно-практической конференции

14-15 декабря 2017г.

По вопросам и замечаниям к изданию, а также предложениям к
сотрудничеству обращаться по электронной почте mail@scipress.ru

Подготовлено с авторских оригиналов

ISBN: 978-5-00-008512-4

Формат 60x84/16. Тираж 500 экз.
Научно-издательский центр «Открытое знание»
www.scipress.ru