

ЦЕНТР РАЗВИТИЯ НАУЧНОГО СОТРУДНИЧЕСТВА

**СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКИЕ
НАУКИ И ГУМАНИТАРНЫЕ
ИССЛЕДОВАНИЯ**

СБОРНИК МАТЕРИАЛОВ

XIV Международной научно-практической конференции

г. Новосибирск, 24 августа, 30 сентября 2016 г.

Под общей редакцией
кандидата экономических наук С.С. Чернова



НОВОСИБИРСК
2016

ББК 65я431
УДК 330.101.20
С 69

ОРГКОМИТЕТ КОНФЕРЕНЦИИ:

Мингалева Ж.А., профессор кафедры Экономики и управления на предприятии Пермского национального исследовательского политехнического университета (г. Пермь), доктор экономических наук, профессор – *председатель*.

Чернов С.С., заведующий кафедрой Производственного менеджмента и экономики энергетики Новосибирского государственного технического университета (г. Новосибирск), руководитель ЦРНС, кандидат экономических наук, доцент – *зам. председателя*.

Хечоян Т.Б. проректор по международным связям Академии государственного управления Республики Армения (г. Ереван).

Мергалиева Л.И., заведующий кафедрой «Экономическая теория и бизнес» Западно-Казахстанского государственного университета им. М. Утемисова (Республика Казахстан, г. Уральск), доктор экономических наук, профессор.

Баранов В.В., профессор кафедры Бизнеса и делового администрирования Российской академии народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации (г. Москва), доктор экономических наук, профессор.

Янов В.В., заведующий кафедрой «Финансы и кредит» Поволжского государственного университета сервиса (г. Тольятти), доктор экономических наук, доцент.

Минакова И.В., заведующий кафедрой Мировой и национальной экономики Юго-Западного государственного университета (г. Курск), доктор экономических наук, доцент.

Герасимова Л.Н., профессор кафедры «Бухгалтерский учет» Финансового университета при Правительстве Российской Федерации (г. Москва), доктор экономических наук, доцент.

Вайсман Е.Д., профессор кафедры «Экономика и финансы» Южно-Уральского государственного университета (г. Челябинск), кандидат экономических наук, доцент.

Кушбокова Р.Х., заведующий кафедрой Экономической теории и предпринимательства Кабардино-Балкарского государственного университета им. Х.М. Бербекова (г. Нальчик), кандидат экономических наук, доцент.

С 69 **Социально-экономические науки и гуманитарные исследования:**
сборник материалов XIV Международной научно-практической конференции /
Под общ. ред. С.С. Чернова. – Новосибирск: Издательство ЦРНС, 2016. –
156 с.

ISBN 978-5-00068-651-5

В сборник вошли материалы секций: «Мировая экономика и международные экономические отношения», «Управление предприятием в современных условиях: стратегия и тактика», «Маркетинг, маркетинговые исследования и технологии активных продаж», «Управление инновациями и инновационной деятельностью», «Факторы устойчивого развития регионов России», «Бухгалтерский, управленческий учет и аудит», «Финансы и налоговая политика», «Экономика, организация и управление предприятиями, отраслями, комплексами», «Экономическая безопасность», «Правовое регулирование социально-экономических отношений», «Политические институты, национальные и политические процессы и технологии», «Проблемы взаимодействия личности и власти в условиях построения правового государства», «Законодательство в современных условиях», «История и перспективы развития местного самоуправления», «Социальные процессы в современном мире».

Все материалы публикуются в авторской редакции.

Сборник материалов МНПК зарегистрирован в РИИЦ и размещен на сайте Научной электронной библиотеки elibrary.ru по адресу: http://elibrary.ru/title_about.asp?id=52782 (договор на размещение материалов конференции в РИИЦ № 625-10/2014 от 14.10.2014).

ББК 65я431
УДК 330.101.20

ISBN 978-5-00068-651-5

© Коллектив авторов, 2016

СОДЕРЖАНИЕ

Секция 1. Мировая экономика и международные экономические отношения	6
<i>Зайнутдинова К.Р.</i> Казахстано-американское сотрудничество в энергетической сфере в 90-е годы XX века: плацдарм для построения рыночной экономики Казахстана и выгодная сделка для США.....	7
Секция 2. Управление предприятием в современных условиях: стратегия и тактика	13
<i>Шайдаков И.Е.</i> Классификация предприятий сферы услуг по уровню автоматизации	14
Секция 3. Маркетинг, маркетинговые исследования и технологии активных продаж	23
<i>Арушанян А.Л.</i> Брендинг как эффективный инструмент развития территории.....	24
<i>Бортникова А.А.</i> Понятие интернет-рекламы, ее особенности и виды	29
<i>Каледина М.А., Решетило А.В.</i> Исследование целевой аудитории Краснодарской филармонии имени Г.Ф. Пономаренко	36
Секция 4. Управление инновациями и инновационной деятельностью	43
<i>Величко А.Н.</i> Инновационное развитие экономики регионов в рамках перехода на новый технологический уклад.....	44
Секция 5. Факторы устойчивого развития регионов России	50
<i>Барбанов П.В.</i> Методика оценки устойчивого развития региональных систем.....	51
<i>Набокова А.Ш.</i> Особенности применения индикативного планирования на региональном уровне	56
<i>Фролов И.В.</i> Повышение устойчивого развития региональных систем	61
Секция 6. Бухгалтерский, управленческий учет и аудит	67
<i>Панкратова Е.В., Ручинская Ю.С., Муллинова С.А.</i> Трансформация отчета о финансовых результатах в соответствии с МСФО.....	68

Секция 7. Финансы и налоговая политика	75
<i>Чие Е.Э.</i> Анализ проблем потребительского кредитования в России и пути их решения	76
Секция 8. Экономика, организация и управление предприятиями, отраслями, комплексами	81
<i>Мичурина О.Ю., Бемурзиев У.Б.</i> Исследование конкурентной среды на рынке услуг по управлению многоквартирными домами в городе Астрахань	82
Секция 9. Экономическая безопасность	94
<i>Ситникова А.С.</i> Выявление угроз экономической безопасности в сфере предпринимательской деятельности	95
Секция 10. Правовое регулирование социально-экономических отношений	102
<i>Воронцов С.Г.</i> Оценка эффективности правового воздействия: подходы, критерии и нерешенные вопросы теории	103
<i>Лавелина В.С.</i> К вопросу об уголовной ответственности за создание «финансовых пирамид»	109
<i>Седаев П.В.</i> Развитие системы платежей за природопользование в Российской Федерации.....	114
Секция 11. Политические институты, национальные и политические процессы и технологии	120
<i>Сайханова Х.И.</i> Современные политические конфликты: аспекты классификации	121
Секция 12. Проблемы взаимодействия личности и власти в условиях построения правового государства	126
<i>Каряпкина Ю.Д.</i> Характерные особенности политического лидера в современной России на примере Саратовской области.....	127
Секция 13. Законодательство в современных условиях	133
<i>Рыбкина К.В.</i> Исчисление и восстановление процессуальных сроков в гражданском и арбитражном процессе	134
Секция 14. История и перспективы развития местного самоуправления	142
<i>Акчаев Ф.Ш., Турсунов Д.С.</i> Трансформация святыни «Парпи ойм» или Умай-она.....	143

<i>Спиридонов М.П.</i> Роль агрономов в изменении патриархальной земледельческой культуры российского крестьянства в начале XX века.....	146
Секция 15. Социальные процессы в современном мире.....	149
<i>Филькина О.Ю.</i> Социологический подход в изучении миграции населения.....	150

Секция 1

МИРОВАЯ ЭКОНОМИКА И МЕЖДУНАРОДНЫЕ ЭКОНОМИЧЕСКИЕ ОТНОШЕНИЯ

КАЗАХСТАНО-АМЕРИКАНСКОЕ СОТРУДНИЧЕСТВО В ЭНЕРГЕТИЧЕСКОЙ СФЕРЕ В 90-Е ГОДЫ XX ВЕКА: ПЛАЦДАРМ ДЛЯ ПОСТРОЕНИЯ РЫНОЧНОЙ ЭКОНОМИКИ КАЗАХСТАНА И ВЫГОДНАЯ СДЕЛКА ДЛЯ США

© Зайнутдинова К.Р.¹

Санкт-Петербургский государственный университет, г. Санкт-Петербург

В статье представлено детальное рассмотрение хронологии исторического процесса развития казахстано-американских экономических сношений в сфере энергетического сотрудничества, описаны выгоды и мотивы, присущие Республике Казахстан и Соединенным Штатам на данном поприще, а также приведены результаты совместной работы руководств двух стран на протяжении первого десятилетия после получения Казахстаном независимости.

Ключевые слова: экономическое сотрудничество, мировой рынок, энергетика, Республика Казахстан, США, энергетическая безопасность.

Встав на путь независимости в 1991 году, руководство новоиспеченной Республики Казахстан четко отдавало себе отчет в том, что просто назваться суверенным государством мало для дальнейшего развития и успешного вхождения в мировое сообщество. Безальтернативный путь к процветающему национальному государству лежал через преобразование общества, его политических и экономических отношений, развитие демократии, реформирование форм собственности и движение к полноценному рынку. Первым шагом к дальнейшему прогрессу стала трезвая оценка сложившейся ситуации: после распада Советского союза, Казахстан, до того являвшийся сырьевой базой огромной централизованной системы страны, оказался в глубоко экономическом кризисе. С учетом имевшихся в изобилии природных ресурсов, было решено выходить из кризиса путем производства и продажи углеводородного сырья за границу. Экспорт нефти и газа должен был стать для Казахстана ключом к экономическому развитию и вхождению в мировое хозяйство, а диверсификация данных углеводородных потоков – способом к обеспечению экономической и, в частности, энергетической

¹ Студент кафедры Международных отношений на постсоветском пространстве. Научный руководитель: Мещеряков К.Е., заместитель заведующего кафедрой, доктор исторических наук, доцент.

безопасности. Тем не менее, даже широкий спектр полезных ископаемых не мог гарантировать качественный экономический рост, ввиду структурного и научно-технологического отставания добывающей отрасли страны. По этой причине политику экономического развития с последующим вхождением в мировое экономическое сообщество необходимо было усилить помощью извне, в частности, строить планы развития с учетом возможностей партнёрства с одним из главных центров рыночной системы – Соединёнными Штатами Америки, к сотрудничеству с которыми призывал президент Республики Н.А. Назарбаев в своей стратегии создания эффективной рыночной экономики [1, с. 148].

Заинтересованность молодой республики в формировании устойчивых экономических контактов с сильной державой была очевидна, тогда как мотивы американского руководства стоит пояснить. Фактор энергетической безопасности сыграл большую роль при определении американской позиции касательно нового независимого государства, так как зависимые на тот момент от внешнего экспорта нефти на 52 % Соединённые Штаты всеми силами пытались ослабить свою энергетическую зависимость от внешнего воздействия стран Персидского залива, что также предполагало использование принципа диверсификации экспортных углеводородных потоков [8]. Повышенный интерес США к странам-экспортерам каспийского бассейна объясняется в том числе и тем, что суммарные прогнозные резервы углеводородного сырья только в Казахстане с учетом потенциала каспийского шельфа составляли от 13 млрд. тонн нефти и конденсата и 7,1 трлн. куб. м природного газа. Принимая во внимание тот факт, что помимо нефти, разведанные и потенциальные запасы газа в Каспийском регионе составляют $\frac{2}{3}$ от общих запасов газа в мире, и что происходит переход в перспективе к газовому потреблению, становится объяснимым неподдельный интерес США к Казахстану и региону.

На период конца 2000 года в Казахстане были представлены практически все крупные американские нефтяные компании, участвующие в реализации практически всех крупнейших проектов в нефтегазовом секторе Казахстана. Серьезность планов американских компаний подтверждалась также и тем, что их деятельность не ограничивалась нефтедобычей, а включала в себя проекты комплексной переработки сырья, создания локальной инфраструктуры, решения экологических и социальных вопросов. В ходе последующего десятилетия двусторонние связи Казахстана и США укреплялись, в том числе и в энергетической сфере, о чем свидетельствует создание и успешное регулярное функционирование Совместной казахстанско-американ-

ской комиссии по энергетическому партнерству. Фундамент взаимовыгодного сотрудничества закладывался лидерами и уполномоченными представителями двух стран на протяжении целого десятилетия, хронология событий которого в полной мере доказывает важность каждого договора и контракта как неотъемлемой вехи на пути становления экономического взаимодействия двух стран в энергетической сфере.

Так, в ходе первой встречи Президентов США и Казахстана 19 мая 1992 года в Вашингтоне Н. Назарбаев подписал договор о создании совместного с компанией Шеврон предприятия «Тенгизшевройл» и 6 апреля 1993-го года в г. Алма-Ате состоялось подписание 20-миллиардного контракта на разработку одного из крупнейших в мире месторождений Тенгиз. Соглашение подписали Президент РК Нурсултан Назарбаев и глава американской нефтяной корпорации «Шеврон» Кеннет Дерр [3]. Позднее в состав совместного предприятия, 45-процентная доля которого принадлежала американской стороне, вошла еще одна нефтяная компания – «Мобил». Начав освоение Тенгизского месторождения в 1993 году, «Шеврон» уже к концу 1997 года обеспечил прибыль в размере 80 млн. долларов, что стало беспрецедентным успехом для компании, которая ни в одной из стран, где вела разработки углеводородного сырья, не достигала таких высот. Уже в 1998 году «Тенгизшевройл» добыл 8,5 млн. тонн нефти, что составляло 30 процентов всей добытой в стране нефти.

Еще одним этапом в сфере энергетического сотрудничества двух стран стало подписание соглашения в 1997 году о разделе продукции между Казахстаном и консорциумом компаний по разработке Карачаганакского газоконденсатного месторождения: американской компанией «Тексако», британской «Бритиш Газ» и итальянской «Аджип». Проектная мощность рассчитанного на сорокалетний срок производства называлась в пределах 12 млн. тонн нефти и 25 млрд. куб. м. газа в год с подрядчиком в лице американской инжиниринговой компании «Бектел». Более того, 3 декабря 1993 года Правительство РК подписало международное соглашение с вышеперечисленными зарубежными компаниями и американскими компаниями «Мобил» и «Филлипс Петролеум» о создании международного консорциума ОКИОК, а в 1997 году было подписано Соглашение о разделе продукции (СРП), и в 1999 году было начато поисковое бурение. По результатам чего, в июле 2000 года Консорциум объявил об открытии нефти на Восточном Кашагане, на что в последствии правительства РК и США налагали большие надежды, а Соединённые штаты объявили результаты бурения на шельфе Каспия самой важной находкой в мире за последние тридцать лет [2].

Говоря о компаниях, принявших активное участие в развитие энергетического сотрудничества между Республикой Казахстан и Соединенными Штатами, стоит отдать должное американским сервисным компаниям «Бектел», «Флюор Даниел», «Амерада Хесс» и «Тесако», которая также несколько лет успешно работала на крупном месторождении Северные Бузачи в Мангистауской области. Не стоит забывать и о поставке американскими компаниями бурового оборудования, что может считаться частью сотрудничества в сфере энергетики. Так, в 1997 году из США было импортировано оборудования для добычи нефти и газа на сумму до 12,8 млн. долларов, а в 1998 – на 23 млн. долларов, что лишни раз доказывает существенность американского вклада в развитие экономики Казахстана.

Сотрудничество в энергетической сфере неизменно сопровождалось встречами и переговорами на высшем уровне представителей администраций двух стран. Так, 3-6 апреля 1994 года в Алматы находилась делегация США во главе с заместителем министра энергетики Уильямом С.Уайтом, преследовавшая цель продолжения обсуждения вопросов в области энергетики, в частности проблем экспортной транспортировки углеводородного сырья из Казахстана на мировые рынки и рассмотрение альтернативных вариантов строительства трубопроводов.

Делегация под тем же предводительством находилась в Казахстане и 15-17 апреля 1995 года, когда в присутствии Премьер-министра А.М. Кажгельдина и руководителей энергетических и инвестиционных ведомств состоялось первое заседание подкомитета по нефти и газу в рамках казахстанско-американского Комитета делового развития. По результатам визита были подписаны Соглашение между правительством и СП «Тулпар – Мунай лтд.» [4], предусматривающее разведку и добычу углеводородов в Западно-Казахстанской и Актюбинской областях, а также Заявление о намерении относительно сотрудничества между РК и США в области энергетической политики, которое предусматривало создание межведомственных рабочих групп с целью обсуждения, обмена информацией и мнениями по вопросам энергетики.

Предметное обсуждение вопросов освоения нефтегазовых ресурсов и их транспортировки, совершенствования казахстанских законов о нефти и нефтепользовании, подготовки нового закона о страховании нефтегазовой отрасли состоялось во время визита межведомственной делегации США во главе с Советником Министерства торговли Я. Калицки 26-27 сентября 1996 года. Важное место в переговорах заняло рассмотрение проблемы статуса Каспия и транспортировки углеводородов, подписание контракта по КТК и обеспечение многовариантности путей транспортировки нефти из региона.

В масштабном проекте по строительству Каспийского трубопроводного консорциума для создания экспортного трубопровода с месторождения Тенгиз до черноморского порта Новороссийск принимали участие американские компании «Шеврон», «Арко», «Мобил» и «Орикс Энерджи». Планируемая мощность проекта составляла 28 млн. тонн нефти в год, протяженность 1,5 тысячи километров, а главным подрядчиком стала фирма «Флюор Дэниел». Проект, однако, не был беспрепятственно осуществлен, ввиду претензий к нему с американской стороны, выраженных во время визита Министра иностранных дел К. Токаева в Вашингтон в январе 1995 [5, с. 192]. Осложнение ситуации тогда было вызвано действиями руководителя «Оман ойл компани» Джона Дойса, который выразил небеспричинные притязания к проекту, а в частности, он заявил о том, что «в таком виде проект не финансируем». Поэтому, строительство трубопровода Тенгиз-Новороссийск началось лишь в 12 мая 1999 года, после того, как его проект был реструктурирован с учетом интересов американских компаний [7, р. 1181].

Конец рассматриваемого периода в энергетических отношениях двух стран ознаменовался подписанием соглашения компании «Казахойл» с Агентством США по торговле и развитию о предоставлении гранта для финансирования технико-экономического обоснования проекта создания национальной базы данных нефтегазовых исследований и производства, а также создания нефтяной информационной службы. ТЭО разрабатывался американскими компаниями «Мэстэк Интернэшнл» и Центром «Сакейз Энерджи».

Таким образом, энергетическая политика США в Казахстане в период президентства Б. Клинтона характеризовалась охотным сотрудничеством с казахстанскими предприятиями, активной помощью в разработке новых месторождений, неподдельной заинтересованности в диверсификации маршрутов экспорта углеводородного сырья. Хотя в период с получения Казахстаном независимости и до исполнения им своих обязательств по Договору СНВ-1, экономическая помощь Соединенных Штатов энергетическому сектору Казахстана могла рассматриваться как попытка поощрить молодое государство к скорейшему и беспрепятственному исполнению своих обязательств в сфере безопасности [6], то после 1995 года сотрудничество с Казахстаном стало для США частью стратегии обеспечения энергетической безопасности с вытекающей из этого целью бесперебойного снабжения каспийской нефти на мировой рынок на основе взаимозаменяемости экспортных маршрутов транспортировки. Для Казахстана же в свою очередь данное сотрудничество стало отправной точкой и мощным фундаментом всего по-

следующего экономического развития не только в пределах наращивания производственных мощностей, но и в контексте развития экспорта и последовательного укрепления своих позиций на мировом рынке.

Список литературы:

1. Назарбаев Н.А. Стратегия создания эффективной рыночной экономики // История суверенного Казахстана: 20 лет Независимости: Историко-документальное исследование / Под ред. Б.Г. Аягана. – Алматы: Раритет, 2011. – С. 137-153.
2. Нефть независимого Казахстана [Электронный ресурс] // Former Geographer. – 2008. – Режим доступа: <http://www.formergeographer.ru/forahs-945-1.html> (дата обращения: 12.09.2016).
3. О деятельности совместного предприятия «Тенгизшевройл». Указ Президента Республики Казахстан от 6 апреля 1993 года N 1168 [Электронный ресурс] // Әділет. Информационно-правовая система нормативных правовых актов Республики Казахстан. – Режим доступа: http://adilet.zan.kz/rus/docs/U930001168_ (дата обращения: 12.09.2016).
4. О совместном предприятии «Тулпар Мунай ЛТД». Указ Президента Республики Казахстан от 17 апреля 1995 г. N 2206 [Электронный ресурс] // Әділет. Информационно-правовая система нормативных правовых актов Республики Казахстан. – Режим доступа: http://adilet.zan.kz/rus/docs/U95000-2206_ (дата обращения: 17.04.2016).
5. Токаев Т.К. Казахстан и Запад в условиях глобализации. – М., 2009. – 198 с.
6. Lakatos A. The New Game for Energy: Geopolitics of Central Asia [Электронный ресурс] // George Baritiu Institute for History, Romanian Academy of Sciences, Cluj Branch. – Romania, 2008. – P. 143 – Режим доступа: http://cejsh.icm.edu.pl/cejsh/element/bwmeta1.element.desklight-017d0414-3a69-4480-b0e2-099658e65b21/c/artur_lakatos_140-154.pdf (дата обращения: 15.09.2016).
7. Pinar İpek. The Role of Oil and Gas in Kazakhstan's Foreign Policy: Looking East or West? // Europe-Asia Studies. – 2007. – No. 7. Nov. – 1179-1199 p.
8. Text of President Bush's 2003 State of the Union Address [Электронный ресурс] // The Washington Post. – Jan. 28., 2003. – Режим доступа: www.washingtonpost.com/wp-srv/onpolitics/transcripts/bushtext_012803.html (дата обращения: 13.09.2016).

Секция 2

УПРАВЛЕНИЕ ПРЕДПРИЯТИЕМ В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ: СТРАТЕГИЯ И ТАКТИКА

КЛАССИФИКАЦИЯ ПРЕДПРИЯТИЙ СФЕРЫ УСЛУГ ПО УРОВНЮ АВТОМАТИЗАЦИИ

© Шайдаков И.Е.¹

Санкт-Петербургский институт внешнеэкономических связей,
экономики и права, г. Санкт-Петербург

В статье описаны факторы, способствующие применению автоматизации в деятельности предприятий сферы услуг. Показано, что использование автоматизации в сфере сервиса может сталкиваться с сопротивлением потребителей. Построена классификация сервисных предприятий по критерию степени использования средств автоматизации.

Ключевые слова: сфера услуг, автоматизация, самообслуживание, сервисный персонал.

Потребность в разработке инструментария внедрения технологий автоматизированного и/или дистанционного обслуживания требует решения задачи выявления различных способов применения этих технологий [2]. На основе классификации этих способов можно будет предложить оптимальный механизм применения ИКТ для предприятий различных подсекторов сферы услуг и различных масштабов (поскольку, очевидно, их потребности в ИКТ различаются).

В данной статье нами будет выполнен анализ различных способов применения ИКТ в деятельности предприятий сферы сервиса, а также будут сформулированы рекомендации по выбору того или иного способа.

Прежде всего, необходимо отметить, что на сегодняшний день уже существуют различные рекомендации по применению ИКТ в хозяйственной деятельности в сфере услуг. К числу наиболее важных из них можно отнести разработанную И.Д. Котляровым классификацию предприятий по степени использования в их деятельности инструментов электронной коммерции ([8, 12]; к сожалению, автор не конкретизировал, что именно он подразумевал под инструментарием электронной коммерции, однако по общему содержанию статей можно предположить, что речь шла о сочетании дистанционного обслуживания и автоматизации обработки информационных потоков, которыми обмениваются магазин и клиент), а также классификации предприятий электронной коммерции по степени автоматизации обра-

¹ Аспирант кафедры Экономики и менеджмента.

ботки информации потоков (различные варианты таких классификаций даны в работах [4, 5, 9]). Однако, к сожалению, эти классификации были построены для целей их использования для такого частного случая сферы услуг, как электронная коммерция. Применение этих рекомендаций для сферы услуг в целом вряд ли оправданно, поскольку в них не учитывается специфика разнообразных подотраслей сферы услуг. Это обуславливает потребность в создании рекомендаций более общего характера.

Как уже было показано в предыдущих разделах диссертационного исследования, сервисные процессы могут выполняться одним из трех способов:

- Посредством сервисного персонала (этот подход является традиционным для сферы услуг). Наглядным примером может быть работа официанта в ресторане;
- Самим клиентом (самообслуживание);
- Автоматом (который либо замещает сервисный персонал, либо упрощает клиенту выполнение сервисных процессов при самообслуживании).

Таким образом, цель сервисного предприятия состоит в нахождении оптимального (минимального) значения целевой функции

$$F(P, C, A) \rightarrow \min,$$

где P – затраты труда сервисного персонала;

C – затраты труда клиентов;

A – затраты на использование автоматизации.

В качестве ограничения выступает условие

$$Q \geq Q_{\min},$$

где Q – качество оказываемой услуги;

Q_{\min} – минимальный (в соответствии с требованиями государственного стандарта, нормативно установленными правилами обслуживания потребителей, маркетинговой стратегией предприятия, в частности, тем сегментом, на котором оно работает, и т.д.) уровень качества оказания услуги.

Фактически речь идет о том, что сервисному предприятию необходимо найти оптимальное сочетание живого и автоматизированного труда (а в составе живого труда выработать оптимальное сочетание труда сервисного персонала и труда клиентов). Необходимость разработки такого сочетания связана с тем, что производительность при разных способах выполнения сервисных процессов различна. Отличается и комфорт потребителя при получении услуги.

Это означает, что в настоящее время нельзя говорить о четком и однозначном разделении услуг на оказываемые сервисным персоналом, основанные на применении самообслуживания и автоматизированные – речь идет о существовании континуума услуг, о большом количестве переходных форм между перечисленными выше моделями оказания услуг (которые представляют своего рода полюсы трехмерного континуума). Здесь можно провести определенную аналогию со знаменитым континуумом Шостак, в соответствии с которым большинство предлагаемых на рынке продуктов не могут быть строго отнесены к материальному товару или к услуге, а включают в себя товарную и сервисную составляющие [10, 15].

В табл. 1. представлены условия, которые делают целесообразными использование живого труда персонала, самообслуживания и автоматизации.

Таблица 1

Факторы, обуславливающие целесообразность применения живого труда персонала, самообслуживания и автоматизации

Живой труд персонала	Самообслуживание	Автоматизация
<ul style="list-style-type: none"> – Сложность и неформализуемость запросов потребителей, что обуславливает индивидуальный подход; – Потребность в специальных навыках при оказании услуги (которые отсутствуют у большинства людей); – Объективные физические ограничения на выполнение услуги самим клиентом; – Отсутствие для клиента экономической целесообразности и/или психологического комфорта при самообслуживании; – Необходимость дополнительной проверки клиента; – Опасения клиента, что автоматизация предоставления услуги приведет к манипулированию его поведением 	<ul style="list-style-type: none"> – Наличие у клиента навыков, необходимых для самостоятельного выполнения сервисных процессов; – Психологическая и/или экономическая готовность клиента к самостоятельному выполнению сервисных процессов; – Нежелание клиента общаться с сотрудниками сервисного оператора 	<ul style="list-style-type: none"> – Рутинность, стандартность запросов клиентов; – Наличие у клиента навыков использования средств автоматизации

Прокомментируем табл. 1.

Отсутствие экономической целесообразности или психологического комфорта также выступает в качестве сильного ограничителя на отказ от использования живого труда персонала и замещения его самообслуживанием или автоматизацией. В этом случае необходимость самостоятельного получения услуги (или взаимодействие с автоматом вместо живого сотрудника) устраняет для человека полезность услуги – либо с экономической, либо с психологической стороны. Например, человек может не желать (допустим,

в силу возрастного консерватизма) переучиваться на использование банкомата для оплаты коммунальных услуг или снятия пенсии, ему проще по-прежнему обращаться к операционистке. Принудительный переход к применению банкоматов будет связан для этого человека с достаточно сильным психологическим дискомфортом. Как справедливо сказано в работе [13], клиента в этом случае надо не столько обучить новой модели получения услуги, сколько приучить (т.е. преодолеть его психологическое сопротивление) к ее использованию.

Здесь можно провести интересную параллель с организационными инновациями. Хорошо известно, что они вызывают сопротивление персонала, и предприятию необходимо затрачивать ресурсы на его преодоление [14]. Однако такое же сопротивление вызывает внедрение инноваций у клиентов – и это сопротивление также необходимо мягко преодолевать, показывая тем преимущества, ту дополнительную ценность, которую клиенты получают благодаря новой модели получения услуги.

Необходимость дополнительной проверки клиента с использованием навыков и/или физических, психических и интеллектуальных способностей сервисного персонала исключает как автоматизацию, так и самообслуживание. Речь идет о тех услугах, условия предоставления которых делает их доступными только для строго ограниченного числа лиц. Примерами может быть предоставление кредита (которое традиционно предполагает проведение в той или иной форме собеседования потенциального заемщика с представителем банка, а также сверку информации о заемщике, представленной в его документах, с самим заемщиком – стандартная проверка по фото).

Отметим, впрочем, что с развитием технологий такие ограничения будут постепенно сниматься. В частности, этому будет способствовать распространение средств биометрической идентификации, за счет которых проверка личности клиента будет происходить в автоматическом режиме, без необходимости привлечения к ней сервисного персонала.

Большое значение имеет такой фактор, как страх клиентов перед избыточной автоматизацией. Человек должен быть уверен, что он полностью контролирует свои решения, тогда как современные технологии маркетинга (в частности, инструментарий Big Data) позволяет операторам магазинов и сервисных точек достаточно эффективно управлять поведением потребителей [3, 6, 7, 11]. И если в сегменте массовых услуг такой подход вполне допустим, то при работе в более высоких сегментах его желательно избегать, в противном случае сервисный оператор может столкнуться с недовольством потребителей.

Что касается самообслуживания, то отдельно хотелось бы подчеркнуть такой фактор, как возможное нежелание клиента общаться с сервисным персоналом. По мнению специалистов, современный потребитель более склонен к взаимодействию с гаджетами, нежели с живыми людьми [1], и возможность самостоятельного выполнения (при помощи средств автоматизации) определенных сервисных процессов создает необходимый для клиента комфорт при получении услуги.

Сказанное выше позволяет построить классификацию услуг по критерию степени использования средств автоматизации (табл. 2).

Таблица 2

Классификация услуг по степени использования средств автоматизации

Уровень автоматизации	Содержание	Трансакционная составляющая	Сервисная составляющая
Нулевой	Полный отказ от автоматизации	Полностью выполняется сотрудником	Полностью выполняется сотрудником (или посредством самообслуживания)
Первый уровень	Частичное использование автоматизации при выполнении трансакционной составляющей	Частичная автоматизация	Полностью выполняется сотрудником (или посредством самообслуживания)
Второй уровень	Полная автоматизация трансакционной составляющей	Полная автоматизация	Полностью выполняется сотрудником (или посредством самообслуживания)
Третий уровень	Частичная автоматизация сервисной составляющей	Полная автоматизация	Частичная автоматизация
Четвертый уровень	Полная автоматизация сервисной составляющей	Полная автоматизация	Полная автоматизация

Табл. 2 показывает, в соответствии с мнением, высказанным в работе, с которым мы согласны, что первоначально автоматизация находит применение для трансакционной составляющей. Автоматизация выполнения сервисной составляющей усложняется из-за ограничений на возможности оборудования, тем не менее, в настоящее время уже существуют услуги, в которых достигнут четвертый уровень автоматизации. Их примером могут быть автоматические массажные кресла (эта услуга достаточно широко представлена в торговых центрах российских мегаполисов).

Несмотря на широкое распространение средств автоматизации, нулевой уровень ее внедрения тоже пока находит применение в сфере сервиса. Помимо причин, представленных в табл. 1, воздержаться от использования средств автоматизации предприятие может из-за того, что их внедрение не

принесет экономического эффекта из-за малого масштаба деятельности. Примером могут быть небольшие магазины или сервисные точки (в том числе и небольшие интернет-магазины – например, реализованные в виде страницы в социальных сетях), для которых закупка и установка соответствующих средств автоматизации неоправданна с экономической точки зрения.

Первый уровень автоматизации имеет место в том случае, когда клиент при помощи средств автоматизации предварительно согласовывает содержание своей заявки или заказа (например, записывается на прием в салон красоты на определенное время и выбирает некоторый перечень услуг – допустим, стрижку и окрашивание волос), тогда как детальное согласование параметров заказа (в нашем случае – выбор конкретной длины волос при стрижке и цвета, в который будет происходить окрашивание) будет осуществляться уже непосредственно в салоне красоты при разговоре с парикмахером (разумеется, тогда же клиент сможет заказать дополнительные услуги, если почувствует потребность в них). Первый уровень автоматизации упрощает сервисному предприятию взаимодействие с клиентами и позволяет планировать свою загрузку. Легко убедиться в том, что при использовании первого уровня автоматизации транзакционная составляющая услуги расщепляется на стандартную, рутинную (выбор времени записи и выбор конкретной услуги из ограниченного набора) и индивидуализированную (выбор цвета и длины волос). Рутинный элемент автоматизируется (например, путем использования соответствующей формы на веб-сайте сервисного предприятия), тогда как индивидуализированная составляющая выполняется при помощи сервисного персонала.

Полная автоматизация транзакционной составляющей реализуется в ситуации, когда согласование заказа в полном объеме происходит без участия сервисного персонала. Если запросы клиентов стандартны, то достаточно предложить им возможность выбора из ограниченного варианта заказов, если же возможны сравнительно уникальные запросы, то целесообразно применять роботов для чатов, подключенные к базе знаний компании (и способные находить в ней нужный для клиента ответ). Примерами такой модели могут быть стойки для самостоятельного размещения заказа, представленные в ресторанах быстрого питания сети McDonald's. При помощи этих стоек клиент может на сенсорном экране выбрать необходимый ему набор продуктов и оплатить его при помощи пластиковой карты, а также получить чек и номер заказа. Когда заказ будет приготовлен, его номер будет высвечен на электронном табло, и клиент сможет подойти и забрать его. Данный пример показывает, что выполнение транзакционной составляющей

щей полностью автоматизировано, тогда как сервисная составляющая (доставка заказа к месту потребления, т.е. к тому столику, за которым разместился клиент) осуществляется покупателем самостоятельно, на основе самообслуживания.

Третий уровень автоматизации предполагает частичное распространение автоматизации на сервисную составляющую. Это означает, что часть услуги выполняется в автоматическом режиме, а часть – на основе самообслуживания или при помощи живого труда персонала. Как ни парадоксально, примеры такого уровня автоматизации привести довольно сложно – дело в том, что она экономически неэффективна (услугу логичнее автоматизировать либо целиком, либо вообще отказаться от автоматизации). Тем не менее, наличие третьего уровня автоматизации в нашей схеме оправданно с методологической точки зрения – хорошо известно, что теоретические схемы (а предложенная нами классификация моделей оказания услуг является теоретической) могут включать в себя элементы, не встречающиеся в реальной практике бизнеса, однако теоретически возможные. Третий уровень автоматизации, представленный в табл. 2, придает ей необходимую полноту. Условным примером третьего уровня автоматизации может быть услуга аренды автомобиля с автопилотом (который частично замещает водителя).

Как уже было сказано выше, четвертый уровень автоматизации, благодаря развитию технологий, уже представлен на практике, и можно прогнозировать дальнейшее расширение его применения. В качестве возможных будущих вариантов его использования можно назвать, например, автоматическое такси, работы по созданию которого активно ведутся в наше время.

Подводя итог, мы можем сформулировать следующие выводы:

- В настоящее время значительная часть услуг оказывается по смешанной модели, включающей в себя использование живого труда сервисного персонала, самообслуживания и средств автоматизации;
- Задача сервисного предприятия заключается в том, чтобы выбрать оптимальное (с точки зрения совокупных затрат) сочетание различных моделей предоставления услуги, при этом обеспечивая требуемый уровень ее качества;
- В качестве факторов, ограничивающих применение средств автоматизации, выступают высокие затраты на их приобретение, внедрение и эксплуатацию, сложность и неформализуемость запросов клиентов, потребность в специальных навыках сервисного персонала, физические ограничения на самостоятельное выполнение сервисных процессов клиентами, экономическая нецелесообразность и/или

психологический дискомфорт, возникающий у клиентов при отказе от сервисного персонала, а также необходимость проверки клиентов сервисным персоналом;

- Внедрение средств автоматизации в процессы оказания услуги может столкнуться с сопротивлением клиентов, на преодоление которого могут потребоваться дополнительные ресурсы;
- Глубина внедрения средств автоматизации различна для различных сервисных продуктов. Она также может различаться для разных рынков (разных клиентских аудиторий).

Список литературы:

1. Авагян Ю.Г., Диянова С.Н., Авагян Э.Ю. Применение новой техники и технологий в торговле // Вестник ИМСИТ. – 2016. – № 1. – С. 45-49.

2. Агафонова А.Н. Актуальные аспекты информатизации современной коммерции // Вестник Самарского государственного экономического университета. – 2013. – № 3. – С. 5-9.

3. Бабурин В.А., Яненко М.Е. Технологии Big Data в сервисе: новые рынки, возможности и проблемы // Техничко-технологические проблемы сервиса. – 2014. – № 1. – С. 100-105.

4. Бугорский В. Н. Автоматизация обслуживания клиентов Интернет-магазина: выбор оптимальной модели // Интернет-маркетинг. – 2012. – № 4. – С. 246-250.

5. Бугорский В.Н., Сельмашонок Е.В., Алексеева М.Б. Классификация электронных магазинов по степени автоматизации обслуживания клиентов // Вестник ИНЖЭКОНа. Серия: Экономика. – 2012. – № 5. – С. 95-99.

6. Быковский Г. Формирование системы «продавец-клиент» в интернет-торговле // Проблемы теории и практики управления. – 2016. – № 7. – С. 117-122.

7. Захарченко А. С. Управление отношениями с потребителями на основе технологий нейромаркетинга и «больших данных» // Маркетинговые коммуникации. – 2016. – № 2. – С. 88-94.

8. Котляров И. Д. Формы ведения предпринимательской деятельности в виртуальном пространстве: попытка классификации // Экономическая наука современной России. – 2011. – № 2. – С. 89-100.

9. Котляров И. Д. Классификация веб-представительств по степени автоматизации обработки информационных потоков // Информационные ресурсы России. – 2012. – № 5. – С. 18-21.

10. Котляров И.Д. Сочетание характеристик товара и услуги в продукте: попытка анализа // Вестник НГУЭУ. – 2012. – Т. 2, № 4. – С. 144-153.

11. Котляров И.Д. Услуга или манипулирование: взаимодействие интернет-магазинов с потребителями // Интернет-маркетинг. – 2013. – № 6. – С. 358-364.

12. Котляров И.Д. Классификация интернет-предприятий // Современная наука: актуальные проблемы теории и практики. Серия: Экономика и право. – 2014b. – № 12. – С. 48-50.

13. Котляров И. Д. Автоматизация и самообслуживание в сфере услуг: попытка анализа // Современная наука: актуальные проблемы теории и практики. Серия: Экономика и право. – 2016. – № 4.

14. Курбанов А.Х., Крон Л.А. Сопротивление персонала организации внедрению управленческих инноваций: причины, проблемы и пути решения // Проблемы экономики и управления нефтегазовым комплексом. – 2013. – № 8. – С. 22-25.

15. Shostack G. Lynn. Breaking Free from Product Marketing // Journal of Marketing. – 1977. – 41 (April). – P. 73-80.

Секция 3

***МАРКЕТИНГ,
МАРКЕТИНГОВЫЕ
ИССЛЕДОВАНИЯ
И ТЕХНОЛОГИИ
АКТИВНЫХ ПРОДАЖ***

БРЕНДИНГ КАК ЭФФЕКТИВНЫЙ ИНСТРУМЕНТ РАЗВИТИЯ ТЕРРИТОРИИ

© Арушанян А.Л.¹

Филиал Российского экономического университета
им. Г.В. Плеханова, г. Пятигорск

В статье рассматриваются современные подходы к пониманию и формированию бренда территории, модели брендинга территории, анализируется практика разработки и продвижения брендов российских городов и регионов.

Ключевые слова: бренд территории, брендинг территории, маркетинг территории, маркетинговая стратегия территории.

Современные тенденции глобализационных процессов, повышение мобильности людей и компаний, развитие индустрии туризма и ряд других факторов способствовали развитию маркетинга территории. Актуальность создания сильного бренда территории, способного повлиять на решение социально-экономических задач, не вызывает сомнения.

Брендинг территории – это разработка и осуществление комплекса мероприятий, способствующих идентификации территории, выделение ее из ряда других, созданию позитивного впечатления и предпочтения к ней. Продвижение бренда территории в информационном пространстве осуществляется в результате дизайна бренда (логотип, слоганы, городская символика, музыка), коммуникаций с целевыми аудиториями, интернет-маркетинга, рекламы и PR территории [4]. Без позитивного образа невозможно привлечение инвестиций, мигрантов, туристов, возвращение студентов после окончания курса обучения, сохранение лояльности местных жителей.

В России активный интерес к практике брендинга территорий пришёл на начало XXI века. Это было обусловлено повышением самостоятельности и ответственности региональных властей за социально-экономическое развитие российских регионов, что, в свою очередь, означало усиление конкуренции между ними на внутреннем и внешнем рынках.

В основе бренда территории, как правило, лежит некоторая общепризнанная уникальность территории. Поэтому можно говорить о различных видах брендов территорий:

¹ Студент Экономического факультета.

- бренд географического места (Тибет, озеро Байкал, Альпы);
- бренд места исторического события (Куликово поле, Колизей, Парфенон);
- бренд государства и входящих в него административных единиц («мировой финансовый центр» (Нью-Йорк, Лондон), «культурная столица России» (Санкт-Петербург), «город невест» (Иваново));
- бренд производителя или территории происхождения («японская техника», «швейцарские часы», «уральские самоцветы», «вологодские кружева», «хохломова роспись»).

Бренд территории взаимодействует с разнообразными целевыми аудиториями (туристы, инвесторы, покупатели, жители). Таким образом, бренд территории является комплексным продуктом функционирования как самой территории, так и ее окружения [1].

Такое комплексное представление территориального бренда позволяет сформировать ряд требований, которым он должен соответствовать:

- гарантировать целевой аудитории (жителям, инвесторам, деловым посетителям, туристам) предоставление соответствующего набора услуг; наличие определенного (ожидаемого) уровня инфраструктуры;
- создавать факторы, необходимые для привлечения потоков посетителей территории и необходимых ресурсов;
- транслировать во внешнюю среду информацию о предоставляемых преимуществах и выгодах для целевых групп потребителей.

По мнению большинства ученых, основным фундаментом для развития теории о брендинге территории послужила концепция корпоративного брендинга. Проникновение культа бренда в сферу территориального маркетинга произошло по двум бизнес-каналам: въездной туризм и экспорт местных товаров и услуг. Туристический маркетинг находился ближе других к корпоративной среде, поскольку туризм – это бизнес. Туристические компании первыми стали употреблять выражение «бренд города».

В научной литературе представлены разные модели брендинга территорий. Наибольшее практическое воплощение получили модель создания бренда «Колесо бренда» и модель конкурентной идентичности С. Анхольта.

Модель «Колесо бренда» разработана британской компанией Bates Worldwide. Бренд представляет собой набор из пяти «оболочек», вложенных одна в другую: суть бренда, индивидуальность, ценности, выгоды / преимущества, атрибуты. Следует отметить, что эта концепция хорошо разработана и применяется для компаний и их продуктов, однако не всегда с легкостью адаптируется для брендов территорий. Тем не менее, есть российские при-

меры удачного формирования бренда территории (города), которые хорошо описываются данной концепцией. Таков, например, бренд города Перми – один из первых образцов идентичности, основанных не на исторических или фольклорных образах, а ориентированный на современность.

Модель бренда С. Анхольта основана на конкурентной идентичности, которая представлена в виде шестиугольника, включающий шесть элементов современного бренда территории: туризм, экспортные бренды, политику, инвестиции и иммиграцию, культуру и наследие, людей. В идеальной ситуации бренд должен охватывать все шесть составляющих, формируя целостный образ территории.

В целом научные исследования брендинга территорий условно можно разделить на несколько направлений:

- 1) выявление сущностных характеристик бренда территории, нахождение сходства и отличий его от бизнес-бренда, и соответственно – обоснование возможности и границ заимствования технологий и инструментария у бизнес-брендинга;
- 2) теоретические работы по поиску и обоснованию методологических принципов и концепций позиционирования стран, регионов, городов и районов;
- 3) анализ и выработка технологических алгоритмов создания, продвижения и управления брендом территории;
- 4) оценочные исследования: выявление оптимальных моделей и методов оценки потенциала и ценности бренда.

В 2005 году С. Анхольтом был разработан и запущен Проект «Национальный индекс брендов». Индекс основан на опросах жителей развитых и развивающихся стран относительно их отношения к зарубежным государствам в шести аспектах: экспорт (имидж продуктов и технологий из данной страны), качество управления (честность и компетентность власти), культурное наследие, люди (образование, открытость, дружелюбие), привлекательность для туристов, иммиграция / инвестиции (привлекательность страны для жизни, работы или учебы).

В соответствии с этим рейтингом Россия пока занимает весьма скромные позиции на международном рынке национальных брендов. В 2015 году по сравнению с 2014 годом поднялась на три позиции в рейтинге проекта и занимает теперь 22 строчку, опередив Китай, Сингапур и Аргентину. Лидерские позиции в этом году вернули себе США, «поменявшиеся» местами с Германией.

В нашей стране первой попыткой оценить город как своеобразный «товар» или «услугу», которую потребляет каждый его житель, можно назвать «Интегральный рейтинг ста крупнейших городов России», проводимый институтом территориального планирования «Урбаника» (Тор-100). Цель рейтинга – определить наиболее благоприятный по соотношению показателей «стоимости» и «качества» жизни крупный город для проживания в стране. Кроме того, рейтинг позволяет сравнительно оценить результативность городской политики по повышению привлекательности города для жизни своих горожан. Рейтинг не оперирует экспертными мнениями, использует только общедоступные статистические показатели [3].

Российские города и регионы стараются не отставать от зарубежных конкурентов и запускают свои программы брендинга. Стоит отметить интересные проекты Перми, Калужской области, Ненецкого автономного округа, Сочи и Сколково. Важно, что бренды этих городов и регионов базируются на стратегии развития и доносят четкие сравнительные конкурентные преимущества, будь то природные ресурсы на севере Европы (Ненецкий АО) или наука и инновации (Сколково). Сегодня можно привести в пример российские города, для которых маркетинг становится главной идеологией развития – Великий Устюг, Мышкин, Казань, Томск и др. В России есть столетиями возвращенные города-бренды – Москва, Санкт-Петербург, Ярославль, Владимир, Новгород, Тверь и др.

Маркетинговая стратегия – это выращивание бренда в городской среде. В последние годы многие города разработали маркетинговые стратегии, которые являются частью стратегии города (Казань, Краснодар, Сочи, Новосибирск, Волгоград, Пермь).

Первая маркетинговая стратегия развития города в России была разработана для города Лермонтова Ставропольского края администрацией города Лермонтова совместно с Фондом «Институт экономики города». Девиз Стратегии развития города Лермонтова – «Город высоких стандартов». Особенности города: не столичный город в своем регионе; не известный стране и с плохим имиджем в своем регионе, связанным прежде всего с экологическим неблагополучием. Задачи, которые поставлены при разработке маркетинговой стратегии: поиск идентичности города; организация маркетинга города; создание городского бренда; продвижение интересов города через продвижение бренда в целевых аудиториях; примерные целевые ориентиры: улучшение имиджа города в регионе, привлечение инвестиций, туристов, потенциальных жителей.

Вместе с тем, как показывает практика, большинство проектов по маркетингу территории, реализуемых в нашей стране, не увенчались успехом. Это объясняется тем, что в отличие от многих управленческих технологий концепция маркетинга территории возникла на основе быстро растущего числа разрозненных практик конкретных территорий, использующих в управлении маркетинговые инструменты. К сожалению, некоторые регионы действуют по веянию моды, не разобравшись в проблематике, что приводит их усилия к сомнительным с точки зрения эффективности результатам. Корень проблем – в ошибочном понимании бренда территории как некой «красивой картинки» для привлечения туристов. Однако туристы – это далеко не единственная, а зачастую и не самая важная аудитория брендинга. Успешные города часто фокусируют свое внимание на воодушевлении местных жителей, консолидации локальных сообществ или на привлечении инвесторов и бизнесменов.

Интерес к инструментам брендинга на практике вызвала разработанная Минэкономразвитием РФ «Концепция продвижения национального и региональных брендов товаров и услуг отечественного производства на 2007-2008 годы». Однако в концепции, прежде всего, подразумевается раскрутка региональных товаров и услуг, что свидетельствует о некоторой недооценке правительством потенциала территорий. Между тем, имеющийся опыт показывает, что сами российские города, а не их товары, уверенно могут выступать в качестве брендов страны.

Важно подчеркнуть, что брендинг территории в первую очередь необходим территориям, для которых ключевая цель развития заключается в повышении качества жизни местных жителей. Отсюда, главной целевой группой в процессе реализации программ по территориальному брендингу является местное население.

Таким образом, огромное разнообразие нашей страны, ее богатейшая история и культура, традиции, особенности развития экономики предполагают широчайшее поле для формирования брендов территорий. Брендинг территорий – эффективный инструмент, который позволяет удерживать и привлекать жителей, посетителей и инвесторов.

Список литературы:

1. Баженова Е.Ю. Бренд территории: содержание, модели формирования, практика конструирования в российских регионах // TERRA ECONOMICUS. Экономический вестник Ростовского государственного университета. – 2013. – Т. 11, № 3, Часть 2. – С. 120-124.

2. Визгалов Д.В. Брендинг города. – М.: Фонд «Институт экономики города», 2011. – 158 с.

3. Институт территориального планирования «Урбаника» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://urbanica.spb.ru/> (дата обращения: 14.09.2016).

4. Петрова Е.М. Маркетинговые инструменты в управлении социально-экономическим развитием // TERRA ECONOMICUS. Экономический вестник Ростовского государственного университета. – 2010. – Т. 8, № 4-3. – С. 69-72.

5. Петрова Е.М. Маркетинг территории как новая философия и инструмент управления развитием территории // Актуальные проблемы современной науки: материалы IV Междунар. науч.-практ. конф. – Алушта, 2015. – С. 359-361.

ПОНЯТИЕ ИНТЕРНЕТ-РЕКЛАМЫ, ЕЕ ОСОБЕННОСТИ И ВИДЫ

© Бортникова А.А.¹

Ульяновский государственный университет, г. Ульяновск

В данной статье приведены и проанализированы точки зрения различных авторов на определение такого понятия, как Интернет-реклама. На основе этого сформулировано авторское определение, которое отражает основные особенности рекламы в сети Интернет. Также в процессе исследования были рассмотрены такие виды Интернет-рекламы, как баннерная, контекстная, поисковая, геоконтекстная, вирусная, таргетированная реклама в социальных сетях, продакт-плейсмент в онлайн-играх, реклама в блогах.

Ключевые слова: реклама в сети Интернет, Интернет-реклама, понятие Интернет-рекламы, особенности Интернет-рекламы, виды Интернет-рекламы, баннерная реклама, контекстная реклама, поисковая реклама, таргетинг.

Одним из инструментов маркетинговых коммуникаций является реклама. Сегодня реклама прочно вошла в нашу жизнь, и сопровождает человека постоянно. Стоит только посмотреть по сторонам и со страниц газет, журналов, с телеэкрана телевизора, с билборда, стоящего напротив нашего ок-

¹ Магистрант.

на, на нас выльется море рекламной информации. Каждый из производителей, таким образом, хочет достучаться до своего потребителя и убедить его купить именно свой товар. Создание не так давно виртуального пространства открыло для них еще одну площадку для борьбы за потребителей. И теперь Интернет-мир заполнен всякого рода рекламой, Интернет-рекламой.

Размышляя на тему «Интернет-рекламы», невольно задаешься вопросом: «А только лишь потому, что Интернет-реклама имеет отличный от других видов канал распространения, она получила свое название? Или же ей присущи особенности, выделяющие ее?». Чтобы получить ответ на данный вопрос прежде стоит обратиться к понятию рекламы и Интернет-рекламы.

С определением понятия «Реклама» проблем у нас не возникнет, так как в России принят и действует ныне Федеральный закон «О рекламе». Согласно статье 3 данного закона «реклама – информация, распространенная любым способом, в любой форме и с использованием любых средств, адресованная неопределенному кругу лиц и направленная на привлечение внимания к объекту рекламирования, формирование или поддержание интереса к нему и его продвижение на рынке» [1]. Последняя фраза про направленность, цель рекламы, отражает сущность самой рекламы, то, для чего собственно она необходима. Эта часть определения будет оставаться неизменной для любого вида рекламы, в том числе и для Интернет-рекламы, а остальное отразит специфику. Так, в качестве способа распространения Интернет-рекламы будет соответственно глобальная сеть Интернет. На этом, конечно же, особенности данного вида рекламы не заканчиваются. Рассмотрим их более подробно для дальнейшего формирования определения.

Конечно же, в качестве первой особенности рекламы в Интернете стоит назвать ее относительно низкую стоимость, что наделяет ее огромным преимуществом. Если раньше прибегать к использованию любого рода рекламы могли только достаточно обеспеченные компании, то теперь завоевывать рынки можно и со сравнительно небольшим капиталом.

Известно и на практике замечено каждым, что Интернет сокращает расстояния, увеличивает время и создает постоянный поток информации. Эти свойства нашли отражение и в Интернет-рекламе. Так если для изменения содержания рекламного сообщения в газете или журнале, заказчику (фирме) прежде необходимо связаться с редактором этой газеты (журнала), согласовать все нюансы и только потом в свет выйдет новая реклама, то с Интернет-рекламой все намного проще и осуществляется, как говорится, в режиме реального времени. Отсюда и вторая особенность: во-первых, рекламодатель имеет возможность контролировать ответную реакцию пользова-

телей сети и их действия, во-вторых, на основании отслеживания действий пользователей рекламодатель может гибко видоизменять свою действующую рекламную стратегию и тактику [2, с. 18]. Хамзин Р.А. называет эту особенность как «возможность оперативной коррекции» [13, с. 49], т.е. возможность постоянно отслеживать результативность рекламных объявлений и впоследствии увеличивать количество показов объявлений, отличающихся высокой эффективностью. Развивая указанное направление мысли, необходимо указать и на такую особенность Интернет-рекламы, как возможность расширить границы своего присутствия без значительных затрат. Все это осуществляется за счет показа рекламного сообщения новому сегменту рынка, выделенному по территориальному признаку.

В ряду особенностей Интернет-рекламы также стоит мгновенная обратная связь от потенциальных клиентов к компании [4, с. 17], или как принято сейчас говорить интерактивность. Это означает то, что потребитель не только пассивно воспринимает информацию, доносимую рекламой, но и взаимодействует с ней. Все это происходит очень просто: потребитель, видя рекламу, представляющую для него потенциальный интерес, «кликает» по ней и переходит к более подробной информации, как правило, находящейся на сайте той или иной организации. Кроме этого, сейчас большинство веб-сайтов устроены таким образом, что потребитель может сразу же задать интересующие его вопросы консультанту. Таким образом, продавец (производитель) мгновенно получает обратную связь от потребителя и на основе этого может делать выводы о действенности рекламы и предпринимать соответствующие меры. Здесь можно говорить о переходе ключевой роли от производителей к потребителям [9, с. 249]. Это значит, что потребители могут теперь мгновенно получать любую информацию о продукции, услугах, их производителях и осуществлять на ее основе поистине свободный выбор.

Последняя особенность, которая будет рассмотрена нами – это таргетинг. Он появился благодаря специальным механизмам Интернета, которые «позволяет выделить из всей имеющейся интернет-аудитории только ту часть, которая удовлетворяет заданным критериям, и показать рекламу именно ей» [5]. Каждый пользователь сети Интернет имел возможность наблюдать работу такого механизма, когда осуществлял поиск необходимого товара, услуг. Например, если потребитель ищет, где можно купить холодильники в Ульяновске, то потом некоторое время на глаза ему будут попадаться рекламные сообщения, предлагая тот или иной магазин. Такая особенность Интернет-рекламы дает ей большие преимущества по сравнению с другими видами, так как есть возможность выделить из «неопределенного

круга лиц» именно ту аудиторию, для которой объявление будет представлять интерес. В данном случае конечно нельзя говорить о ювелирной точности выделения целевой группы, но, тем не менее, хоть какое-то отсеивание лиц незаинтересованных повышает эффективность рекламы.

Итак, что же представляет собой реклама в Интернете? Шахов Д.А. считает, что «Интернет-реклама – это целенаправленная коммуникативная деятельность, основанная на всестороннем взаимодействии в интернет-среде, с целью активизации интереса и действий к объекту рекламы, с одной стороны, и получения прибыли или благ – с другой» [15, с. 275-276]. Данное определение, на наш взгляд, отражает лишь одну отличительную особенность Интернет-рекламы – это способ ее распространения. Тоже самое и в другом определении: «интернет-реклама представляет собой особый вид деятельности, имеющий целью информировать или расширить знания потребителя о существовании предмета рекламы, сформировать к нему положительное отношение и закрепить образ в его памяти посредством Интернета и компьютерных технологий» [3, с. 78]. Конечно, для общего представления о рекламе в Интернете этого будет достаточно, но для понимания ее сущности – нет. Мы считаем, что в определении необходимо отразить ее основные особенности, то, что выделяет ее на фоне других видов рекламы – таргетинг, интерактивность и возможность оперативной коррекции. Кроме этого, общей чертой этих двух определений является обозначение рекламы как деятельности. С этим мы также вынуждены не согласиться, так как реклама, по-нашему мнению, это результат рекламной деятельности, как и, например, стихотворение результат творческой деятельности, но никак не сама деятельность. Нельзя обозначать одним понятием и результат и процесс, должно быть разделение.

Романов А.А., определяя интернет-рекламу как основной компонент компьютеризированной рекламы, включающей в себя помимо Интернет-рекламы компьютерные базы данных, использование компьютерной техники для производства рекламных обращений, презентаций и т.д. [10, с. 117], проводит грань между деятельностью по созданию рекламы, используемых в ней средств, и самой рекламой. Хотя так до конца и не расшифровывая, что же из себя представляет реклама в Интернете.

Резюмируя все вышеизложенное, мы предлагаем свое определение: Интернет-реклама – это информация, распространяемая посредством сети Интернет с целью привлечения внимания и активизации интереса к объекту рекламирования и его продвижения на рынке за счет таких механизмов, как таргетинг, интерактивность и оперативная коррекция.

Благодаря быстрому развитию информационных технологий, на сегодняшний день сформировалось множество форм интернет-рекламы. Авторы А.Н. Матафанова и А.В. Марченкова приводят в своей статье следующий список видов рекламы в Интернете:

- баннерная реклама;
- контекстная реклама;
- поисковая реклама;
- геоконтекстная реклама;
- вирусная реклама;
- таргетированная реклама в социальных сетях;
- продакт-плейсмент в онлайн-играх;
- реклама в блогах [8, с. 1417].

Рассмотрим их немного подробнее. Итак, баннерная реклама, или как ее еще называют в других источниках медийная, представляет собой прототип рекламного объявления в СМИ, только в данном случае могут быть использованы не только статичные картинки, но и небольшие видеоролики. Как правило, такие рекламные материалы содержат ссылку на веб-сайт, где можно получить более подробную информацию. Основным отличием баннерной рекламы от контекстной является ее цель: медийная реклама используется для решения задач повышения узнаваемости бренда компании-рекламодателя и задач информирования пользователей при выводе на рынок нового товара [14, с. 376]. Таким образом, здесь рекламодатель апеллирует к бессознательному личности, когда человек не осознавая того запоминает ту или иную информацию.

Контекстная реклама обладает большой популярностью среди других инструментов продвижения, так как она обращается только к тем пользователям, которые действительно проявили интерес к тому или иному товару или услуге [7, с. 127]. Это обуславливается механизмом работы поисковых систем: благодаря подборке ключевых слов контекстная реклама появляется на сайтах по содержанию (контексту) аналогичных рекламному объявлению.

Поисковая реклама и геоконтекстная являются разновидностью контекстной рекламы. Они отличаются от нее лишь тем, что первая располагается на поисковых страницах и соответствует запросу пользователя. А геоконтекстная реклама использует дополнительный фильтр – местоположение пользователя, то есть целевая аудитория здесь определяется не только по содержанию запроса, но и по его расположению.

Социальная сеть – это платформа, онлайн сервис или веб-сайт, предназначенные для построения, отражения и организации социальных взаимоотно-

ношений, визуализацией которых являются социальные графы [12, с. 264]. Она представляет собой полигон возможностей для маркетологов, так как можно получить большой объем нужной для анализа информации, а также проводить рекламные кампании, ведь большинство пользователей отражают на своих страничках информацию о возрасте, образовании, семейном положении и т.д. Как плюс стоит также отметить тот факт, что социальные сети развиваются и совершенствуются год от года, предоставляя все больше и больше возможностей для продвижения товара или услуги.

Продакт-плейсмент в онлайн играх представляет собой интеграцию рекламируемого продукта, бренда непосредственно в сам игровой процесс [3, с. 78]. В качестве примера можно привести большинство гоночных игр, в которых пользователь выбирает виртуальные машины реальных брендов.

Следующий по списку вид Интернет-рекламы, как и «реклама в группах новостей и реклама в системе электронной торговли» [11, с. 109], можно отнести к одной группе – реклама на тематических сайтах. Очевидно, что преимуществом данной рекламы является наличие выбранной темы, в соответствии с которой, можно размещать рекламную публикацию.

Вирусный маркетинг некоторые авторы относят к группе «нестандартной рекламы» [6, с. 9]. Это связано, прежде всего, с тем, что данный вид рекламы распространяется самими пользователями Интернета, отсюда и название – вирусная реклама. Все бы хорошо, если не возможность провала таких мероприятий из-за того, что текстово-графический рекламный материал просто не привлек внимания среди аудитории. И спрогнозировать подобный результат практически невозможно.

Это, конечно, не полный список видов рекламы в сети Интернет и составить его будет достаточно сложно, так как виртуальное пространство предоставляет множество возможностей его пользователям и развивается быстрыми темпами. Но, тем не менее, основные и наиболее распространенные на сегодняшний день виды были здесь рассмотрены.

Список литературы:

1. Федеральный закон от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (ред. от 08.03.2015 № 50-ФЗ) [Электронный ресурс] // Российская газета. – 2006. – № 51. – Режим доступа: <http://www.pravo.gov.ru>. – 09.03.2015.
2. Брежнева В.М. Рынок интернет-рекламы // Деловая полиграфия. Материалы Всероссийской конференции. Курский институт кооперации (филиал) БУКЭП. – 2015. – С. 18-20.

3. Дубинина Э.В. Интернет-реклама как доминирующий инструмент на рынке рекламы / Э.В. Дубинина, Л.В. Карслян, З.Р. Закирова // Редакционно-издательский отдел Уфимского государственного университета экономики и сервиса. Сборник научных трудов Международной заочной научно-практической конференции. – 2015. – С. 77-80.
4. Дудникова А.В. Преимущества и недостатки Интернет-рекламы / А.В. Дудникова, Н.О. Чистякова // Национальный исследовательский Томский политехнический университет. Межрегиональный сборник научных трудов: проблемы управления рыночной экономикой. – 2015. – С. 15-18.
5. Интернет-реклама. Теория и практика рекламной деятельности [Электронный ресурс] // Индустрия рекламы. – Режим доступа: <http://adindustry.ru/internet-advertising>.
6. Климова В.Ю. Интернет-реклама как инструмент увеличения продаж / В.Ю. Климова, О.Н. Горбунова, Ю.И. Горбунова // Экономика. Инновации. Управления качеством. – 2014. – № 3 (8). – С. 9-11.
7. Макарова Е.А. Особенности контекстной рекламы в Интернете // Актуальные вопросы экономических наук. – 2012. – № 25-1. – С. 126-131.
8. Матафонова А.Н. Сравнительный анализ интернет-рекламы / А.Н. Матафонова, А.В. Марченкова // Ученые заметки ТОГУ. – 2014. – № 4. – С. 1416-1420.
9. Мусиева П.А. Интернет-реклама: возможности и перспективы // Вопросы структуризации экономики. – 2010. – № 3. – С. 249-254.
10. Романов А.А. Реклама. Интернет-реклама: учебное пособие. – М., 2003. – 168 с.
11. Сидяк А.А. Особенности формирования Интернет-рекламы в современной России // Материалы ивановских чтений. – 2015. – № 5. – С. 107-111.
12. Уразаева Н.Х. Грамматические особенности частей речи в текстах баннерной интернет-рекламы в социальных сетях // Вестник Челябинского государственного педагогического университета. – 2014. – № 6. – С. 262-268.
13. Хамзин Р.А. почему реклама в Интернете имеет огромный потенциал? // Научный консультант. Конференция: анализ общественных явлений в 2014 г. Построение прогнозов. – 2015. – С. 47-49.
14. Чернявская Е.Ю. Форматы и преимущества рекламы в сети Интернет // Вестник Белгородского университета кооперации, экономики и права. – 2013. – № 2 (46). – С. 375-378.
15. Шахов Д.А. Интернет-реклама как целенаправленная информационно-коммуникативная деятельность // Известия Российского государственного

ного педагогического университета им. А.И. Герцена. – 2009. – № 118. – С. 275-279.

16. Шурыгина О. Психологический таргетинг для продаж в Интернет. – М.: Эксмо, 2010. – 256 с.

ИССЛЕДОВАНИЕ ЦЕЛЕВОЙ АУДИТОРИИ КРАСНОДАРСКОЙ ФИЛАРМОНИИ ИМЕНИ Г.Ф. ПОНОМАРЕНКО

© Каледина М.А.¹, Решетило А.В.¹

Краснодарский филиал Российского экономического университета
им. Г.В. Плеханова, г. Краснодар

В статье приведены результаты исследования мнений посетителей Краснодарской филармонии. Изучена возрастная структура потребителей театрально-концертных услуг учреждения, частота его посещения, отношение посетителей к различным формам продажи билетов и способам их оплаты, организации информационной рассылки, определена результативность различных источников информации о концертах. На основе полученных данных сформулированы основные направления совершенствования деятельности филармонии.

Ключевые слова: маркетинговое исследование, анкетирование, рынок культурно-развлекательных услуг, театрально-концертные услуги.

В современном мире, где темп жизни ускоряется с каждым годом, динамично развивается рынок культурно-развлекательных услуг. Это связано, в первую очередь, с потребностью человека в отдыхе и релаксации, а также с повышением уровня благосостояния, увеличением доли свободного времени, открытием торгово-развлекательных центров и многими другими факторами. Под рынком культурно-развлекательных услуг следует понимать совокупность существующих и потенциальных потребителей с соответствующими запросами и интересами, потребляющими данные услуги с целью приобщения к миру культуры и искусства и получения эстетического удовольствия во время проведения досуга. В свою очередь входящая в группу культурно-развлекательных услуг театрально-концертная услуга – сово-

¹ Студент 3 курса кафедры Торговли и общественного питания.

купность целенаправленных действий в сфере обслуживания, которые ориентированы на удовлетворение потребностей в художественном творчестве и в целях культурного просвещения.

На сегодняшний день в России культурно-зрелищные мероприятия посещают более чем 150 млн. человек в год [2]. Приоритеты в выборе досуга в основном определяются модными течениями, поэтому наиболее посещаемыми заведениями на сегодняшний день являются торговые центры, кафе и рестораны, кинотеатры, а также спортивные клубы.

В г. Краснодаре рынок культурно-развлекательных услуг развит широко, здесь вы можете посетить различные торгово-развлекательные центры, кинотеатры, разнообразные кафе и рестораны, различные театры, творческие студии, фитнес-клубы, библиотеки, художественные выставки, фото-выставки и т.д. Ярким представителем является Государственное концертное бюджетное учреждение культуры Краснодарского края «Краснодарская филармония имени Г.Ф. Пономаренко». Это государственная организация, основная функция которой – организация и проведение концертов местных творческих и приглашенных коллективов. В связи с относительно низкой посещаемостью концертных программ, управлением филармонии было решено провести маркетинговое исследование с целью выявления и устранения слабых сторон деятельности и популяризации театрально-концертных услуг для целевой аудитории.

В период с 12 мая по 19 июня 2016 года было проведено анкетирование среди посетителей Краснодарской филармонии имени Г.Ф. Пономаренко. В анкетировании приняли участие 398 респондентов.

Были поставлены следующие задачи:

- оценить эффективность рекламных носителей;
- определить частоту посещения Краснодарской филармонии;
- выявить предпочтения к форме покупки билетов и способа оплаты;
- узнать мнение клиентов об открытии буфета.

По результатам опроса оказалось, что наиболее частыми посетителями филармонии являются люди в возрастной категории 60-69 лет (25 %) и 50-59 лет (22 %). Результаты представлены на рисунке 1.

Самыми редкими посетителями являются первых трех возрастных групп, верхняя граница которых составляет 29 лет. Однако именно эта молодая аудитория является основным потребителем культурно-развлекательных услуг по всей стране. Из этого следует, что потенциальными посетителями филармонии может и должна стать молодежь, а значит, необходимо наладить коммуникационную связь с данной аудиторией, привлечь внимание моло-

дых людей, возможно, приглашать выступать популярные молодежные коллективы города, представителей молодежной культуры, организовывать вечера современной поэзии, выступления уличных артистов и т.д.

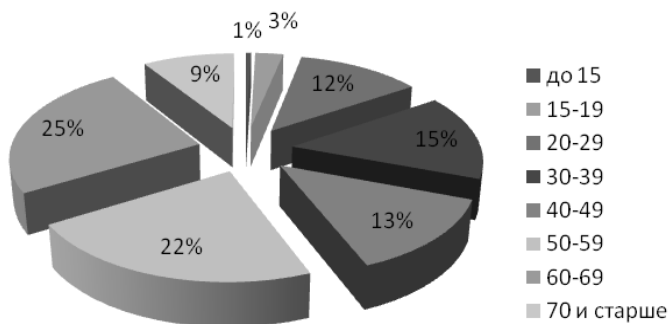


Рис. 1. Возрастные категории посетителей Краснодарской филармонии им. Г.Ф. Пономаренко, %

Женщины посещают филармонию гораздо чаще мужчин, они составляют 91 % (рисунок 2).



Рис. 2. Дифференциация посетителей по половому признаку, %

Большая часть посетителей, а именно 56 %, выразили предпочтение в оплате билетов при покупке с помощью банковской карты (рисунок 3).

Так как больше половины опрошенных выразили желание оплачивать покупку билетов с помощью банковской карты, необходимо установить POS-терминалы в кассах филармонии.

Для большинства респондентов (61 %) покупка билетов в театральные кассы города оказалась неудобной (рисунок 4).

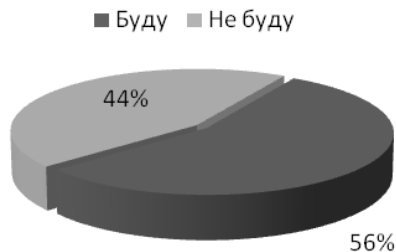


Рис. 3. «Буду покупать билеты по банковской карте», %

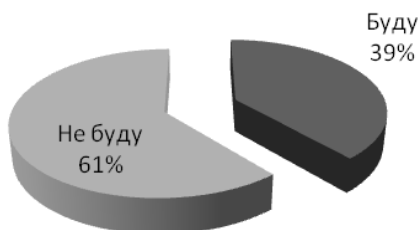


Рис. 4. «Буду покупать в театральных кассах города», %

На вопрос о том будут ли посетители приобретать электронные билеты на сайте филармонии, были получены примерно одинаковые данные. Так, 53 % опрошенных выразили согласие, а 47 % респондентов отметили, что для них это неудобный способ покупки билета (рисунок 5).

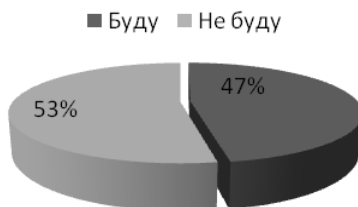


Рис. 5. «Буду приобретать электронные билеты», %

224 респондента (56 % опрошенных) отметили, что им не хватает буфета в филармонии, и что они стали бы пользоваться его услугами (рисунок 6).

Больше половины респондентов (59 %), выразили желание получать рассылку от филармонии (рисунок 7) и оставили свои номера телефонов, а так же адреса электронных почт, на основе этих данных и была составлена база данных посетителей.

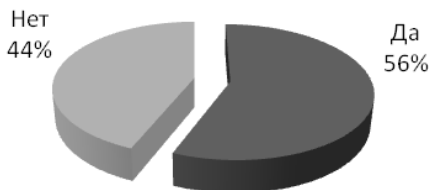


Рис. 6. «Стали бы пользоваться услугами буфета», %

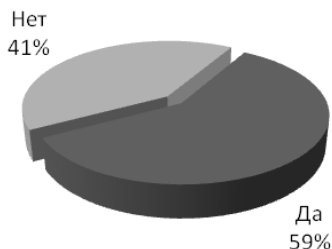


Рис. 7. «Хочу получать рассылку от филармонии», %

На вопрос о частоте посещения филармонии были получены следующие сведения: 24 % респондентов посещают филармонию 1-2 раза в год, 21 % ходят на концерты 1-2 раза в месяц, 20 % – 3-6 раз в год, 16 % пришли в филармонию впервые, 11 % бывают 3 раза в месяц и чаще, всего 8 % посещают филармонию раз в несколько лет. Сведения представлены на рисунке 8.

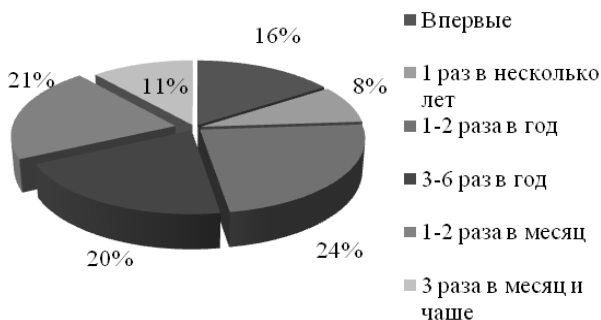


Рис. 8. Частота посещения филармонии, %

Для выявления эффективности используемых информационных ресурсов респондентам задавался вопрос о том, как они узнают о концертах филармонии, на что были получены следующие данные: 29 % посетителей были проинформированы о концерте своими родными, близкими, друзьями,

15 % получают информацию на сайте филармонии, 14 % узнают о концертах из городских афиш; 10 % заметили рекламу на зданиях, 8 % отметили полиграфическую рекламу, а именно листовки и репертуар, по 1 % указали на такие рекламные носители, как социальные сети, газеты, журналы и телевидение. Реклама на радио, билбордах, стендах у остановок, афишных тумбах, на транспорте и с помощью смс или электронной рассылки не была отмечена вовсе. Результаты представлены на рисунке 9.

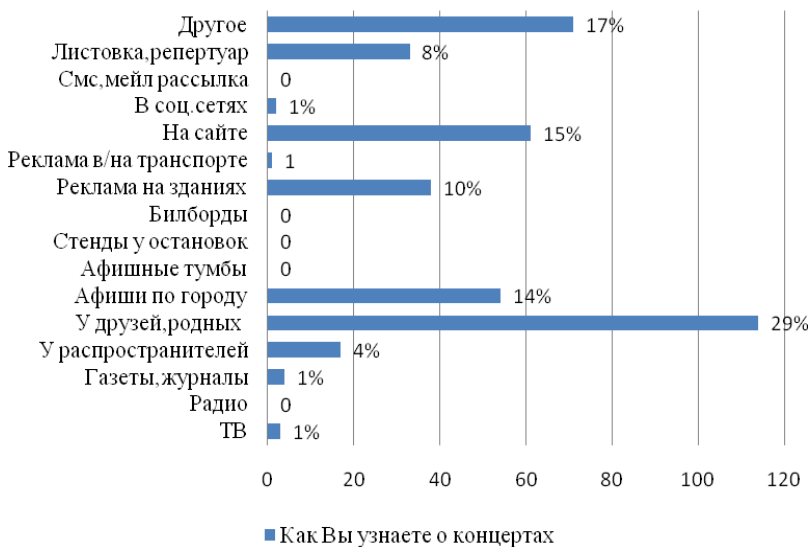


Рис. 9. Эффективность рекламных носителей, %

Так как на сегодняшний день наиболее распространенным источником получения информации остаются сведения, поступившие от друзей, необходимо совершенствовать используемые рекламные носители. Важно развивать рекламу в интернете, в социальных сетях, так как именно там большая часть населения черпает сведения о предстоящих событиях, мероприятиях, концертах г. Краснодара.

На основании полученных в ходе исследования данных необходимо предпринять меры по совершенствованию деятельности филармонии. В целях привлечения молодой аудитории необходимо пересмотреть репертуар, включить в него выступления популярных молодежных коллективов города, представителей молодежной культуры. Отличным способом коммуникации и инструментом привлечения клиентов могут послужить интернет-купоны [1, с. 121],

именно молодую аудиторию может привлечь акция от Филармонии на одном из сайтов купонных сервисов.

Важным на сегодняшний день представляется формирование базы данных по клиентам. Организованная на ее основе система прямых продаж (приглашения по электронной почте), будет способствовать налаживанию долгосрочных отношений с уже существующей аудиторией, а также повышению посещаемости филармонии. Этим же целям послужит появление терминалов в кассах учреждения и организация электронной продажи билетов на сайте Краснодарской филармонии.

В целом хочется отметить, что такие организации, как Краснодарская филармония им. Г.Ф. Пономаренко являются социально-значимыми в плане культурного и духовного развития населения. Поэтому филармония должна проводить постоянную коммуникационную работу для привлечения внимания всех слоев населения и, в дальнейшем, налаживания и поддержания доверительных контактов с ними.

Список литературы:

1. Дубинина М.А., Филимонов В.Ю. Изучение эффективности интернет-купонов как инновационного средства стимулирования спроса в сфере услуг // Управление инновациями: теория, методология, практика. – 2014. – № 9. – С. 114-121.
2. РБК. Исследования рынков [Электронный ресурс]. – Режим доступа: www.marketing.rbc.ru.
3. Стальная В. Индустрия развлечений: тенденции развития // Маркетинг. – 2010. – № 5. – С. 106-115.

Секция 4

УПРАВЛЕНИЕ ИННОВАЦИЯМИ И ИННОВАЦИОННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬЮ

ИННОВАЦИОННОЕ РАЗВИТИЕ ЭКОНОМИКИ РЕГИОНОВ В РАМКАХ ПЕРЕХОДА НА НОВЫЙ ТЕХНОЛОГИЧЕСКИЙ УКЛАД

© Величко А.Н.¹

Южно-Российский институт управления – филиал
Российской академии народного хозяйства и государственной службы
при Президенте РФ, г. Ростов-на-Дону

Статья посвящена анализу зернового рынка России. Автором проведен анализ прогнозных оценок урожая и потребления пшеницы в мире, оценки места России на экспортном рынке зерна. В статье выделены факторы, обеспечивающие рост внутренних цен на пшеницу третий сезон подряд.

Ключевые слова: регион, инновации, условия развития.

Современное общество в данный момент развивается в рамках шестого технологического уклада в рамках которого все большее значение приобретает человек, социогуманитарные технологии, а также конвергенция нано, био, инфо и когнитивных технологий (так называемая НБИКС-конвергенция (NBIC)) [1]. Теория Н.Д. Кондратьева, предсказавшая появление нового уклада также явилась основой изучения развития инноваций в истории мировой экономики. Так, исследования, которые проводились в начале 21 века А.В. Коротчаевым, Ю.В. Зинькиной доказали наличие зависимости между фазой цикла Кондратьева и количеством патентов на изобретения. Было доказано, что на восходящей фазе цикла число патентов росло, а на нисходящей – сокращалось, что, в свою очередь, противоречило теории самого Кондратьева [8]. В продолжение этого исследования, работы Г. Менша и М. Хируоки доказали, что максимальная активность инновационной активности экономики отмечается на дне волны ее развития. Эта теория также была доказана отечественными исследователями С.М. Меньшиковым и Л.А. Клименко. В рамках существующего подхода, увеличение числа инновационных разработок и патентов в восходящей фазе развития экономики обусловлено ростом различного рода улучшающих экономику инновационных технологических разработок и в особенности их внедрение. Разработанная Глазьевым схема доказала, что начальная фаза (эмбриональная) технологи-

¹ Преподаватель кафедры «Экономика, финансы и природопользование», к.п.н.

ческого уклада соответствует восходящей фазе волны Кондратьева [6]. Развитие экономики на восходящей фазе волны предполагает накопление большого объема свободного капитала, который отражается не только в формировании «мыльных пузырей», но и на направляется на рискованные инвестиции, которые существенным образом влияют на развитие технологий и их внедрение. Однако стоит отметить, что инновации являются результатом интеллектуальной деятельности человека. В условиях стремительного развития нового шестого технологического уклада именно «знание» приобретает первостепенное значение.

Именно знания становясь ключевым источником устойчивости регионов и региональной экономики все больше способны приводить территории к состоянию неравенства. Являясь достаточно мощным инструментом развития знания также обладают способностью накопления и распространения посредством телекоммуникационных технологий. При этом инфраструктурой для такого информационного обмена становится интернет. Современные условия развития коммуникации, скорость развития и сила воздействия внешних возмущений на региональную экономику обуславливает удаление внимания модернизации современной производственной и социальной сферы экономики регионов с учетом их особого, отличимого друг от друга характера [7].

Одной из ключевых категорий, которые определяют сущность научно-технического прогресса является категория «инновации». Инновации – это результат интеллектуальной деятельности, который базируется на созданном новом знании, в котором нуждается внешняя среды (рынок), обладающее способностью оказывать положительное влияние на среду (положительный эффект). Основными признаками инновационной деятельности можно считать создание интеллектуального продукта и доведение созданного интеллектуального продукта до конечного потребителя [3]. Именно инновационная деятельность является основой конкуренции, а отдельные регионы не могут обеспечить устойчивый рост без внедрения в свою детальность инноваций. Инновационный процесс при этом заключен в том, что идея последовательно превращается в товар, реализация которого направлена на получение коммерческой выгоды.

Современная концепция инновационной экономики зиждется на нескольких основных положениях. Во-первых, инновационная экономика представляет собой аспект экономики, для которой доминантой является инновационная сфера. При этом инноватизация экономики появляется в том, что инновации становятся ключевыми составляющими микро, макро и мезо

экономики, происходит инноватизация всех сфер, от управления до культуры. Во-вторых, в инновационной экономике значительную роль играет такое понятие как инновационная готовность, которое характеризует готовность создавать, обновлять, изменять инновации, переводить экономику на новый технологический уклад и т.д.

Реализуемый в России курс на интенсивную модернизацию всей экономики предполагает активизацию инновационной деятельности в стране в целом и в регионах в частности. Однако, для столько многообразного существования регионов универсальный для всех территорий путь невозможен в силу неравномерности развития и качественных различий регионов. В таких условиях инновационное развитие территорий на основании существующего ресурсного потенциала становится первоочередной задачей.

Возможность инновационного развития территории обусловлена существованием начальных имеющихся ресурсов, что зачастую предопределяет инновационный потенциал региона. Именно инновационный потенциал, являясь совокупность существующих возможностей региона является базовым условием развития инноваций на его территории, а также направленности инновационного развития территории. В целях эффективного управления инновационным развитием региона необходимо оценка его инновационного потенциала. Целесообразно такую оценку проводить как перед началом каких-либо инновационных преобразований, так и на любом из этапов управления инновационным развитием территории. При изучении инновационного потенциала стоит отметить отсутствие однозначного понимания сущности и структуры самой категории «инновационный потенциал» [2].

Изучением инновационного потенциала в отечественной экономике наиболее активно занимались: М. Гумакова, Л. Матвеева, А. Трифилова. В работах этих ученых особое внимание уделяется изучению инновационного потенциала на макроэкономическом уровне, что дает возможность определить ключевые подходы к пониманию сущности инновационного потенциала. Во-первых, инновационный потенциал экономической системы представляет собой совокупность инновационных ресурсов самой этой системы [4]. Во-вторых, инновационный потенциал экономической системы определяется возможностями этой системы к реализации выбранной инновационной стратегии развития [9]. Такое понимание категории основывается на том, что потенциал – это не только ресурсы, которыми обладает региона как социально-экономическая система, но и возможности территории, также предопределяющие ее инновационное развитие.

Развитие является динамичным процессом и поэтому инновационное развитие региона определяется не только базовыми ресурсами и возможностями, но и факторами, воздействующими на инновационный потенциал. Факторы инновационного развития влияют не только на формирование регионального инновационного развития, но и на его направление, качественные характеристики, способность распространения новшеств и привлечения ресурсов для дальнейшей реализации. Рассмотрение инновационного потенциала региона предопределяет изучение существующих подходов к качественной и количественной оценке этого инновационного потенциала, что позволяет не только отслеживать за динамикой развития потенциала, но и представляет возможность сравнить их инновационные потенциалы различных территорий между собой.

Наиболее распространенным подходом к оценке инновационного потенциала территории является ресурсный подход, который сосредоточен на рассмотрении материальной составляющей инновационного потенциала региона. Второй подход можно обозначить как анализ реализуемых инновационных проектов, который заключается в определении размера соответствия существующих экономических ресурсов и необходимых для их реализации стратегий [10]. Однако, наиболее распространенным на сегодня является экономический подход оценки инновационного потенциала, который основан на стоимостной оценке всех сфер общественного производства. Однако, несмотря на такое широкое распространение этого подхода, значимую роль при оценке потенциала все-таки принимают ресурсные возможности территории [5].

Оценку и исследование инновационного потенциала региона необходимо начинать с глубокого структурного анализа каждого из видов ресурсов, которыми обладает регион, для того, чтобы учесть все его качественные и количественные характеристики, что позволит отразить существующие нераскрытые изменения в составе ресурсов, которые влияют на величину ресурсного потенциала.

В настоящее время активную инновационную деятельность осуществляют в основном только крупные организации, которые обладают достаточными средствами на развитие НИОКР. Однако, стоит отметить, что уровень внедрения отечественных разработок пока уступает среднемировым показателям. Несмотря на достижение положительных результатов в отдельных отраслях некоторыми крупными компаниями, эффективность инновационной деятельности в регионах низкая. В качестве основных причин низкой инновационной активности можно выделить следующие: отсутствие высо-

кого спроса на инновационные разработки со стороны органов государственной власти; отсутствие условий для инновационных разработок на региональном уровне; стремительное сокращение компания с отечественным капиталом и появление иностранных компаний («Бондюэль», «Марс» и т.д.); недостаточный уровень развития законодательства в области защиты интеллектуальной собственности; отсутствие профессиональных кадров, осуществляющих разработку инновационных проектов.

На наш взгляд, в целях активизации инновационной активности в регионах необходимы следующие меры: разработка целевых программ, которые поддерживали бы разработку инновационных проектов; субсидирование или выдача грантов на разработку инновационных проектов в различных отраслях экономики; активное использование существующих налоговых льгот, которые могли бы использоваться при осуществлении инновационной деятельности; создание консультационных служб по вопросам инноваций.

Список литературы:

1. Авербух В.М. Шестой технологический уклад и перспективы России (краткий обзор) // Вестник СтавГУ: Журнал. – Ставрополь, 2010. – № 71. – С. 159-166.
2. Калинин А.М., Семенов А.Н., Белова Н.П. Сущность инновационного потенциала и его роль в процессе инновационного развития региона // Вестник Чувашского университета. – 2011. – № 1. – С. 380-384.
3. Маркина Ю.В. Особенности инновационного развития на региональном уровне [Электронный ресурс] // Современные проблемы науки и образования. – 2013. – № 3. – Режим доступа: <http://www.science-education.ru/article/view?id=9418> (дата обращения: 23.08.2016).
4. Миско К.М. Ресурсный потенциал региона (теоретические и методические аспекты исследования). – М.: Наука, 1991.
5. Мурадов В.Н. Экономический потенциал региона: понятие, содержание, роль в социально-экономическом развитии // Региональная экономика. – 2010. – № 6. – С. 46.
6. Нанотехнологии как ключевой фактор нового технологического уклада в экономике / Под ред. С.Ю. Глазьева и В.В. Харитонов. – М.: Тривант, 2009. – С. 34.
7. Резван И.В. Инновации как инструмент развития регионов ЮФО // Власть. – 2009. – № 10. – С. 60.

8. Садовничий В.А., Акаев А.А., Кортаев А.В., Малков С.Ю. Моделирование и прогнозирование мировой динамики. – М.: ИСПИ РАН, 2012. – С. 35.
9. Трифилова А.А. Оценка эффективности инновационного развития предприятия. – М.: Финансы и статистика, 2005.
10. Трифилова А.А. Управление инновационным развитием предприятия. – М.: Финансы и статистика, 2003. – 176 с.

A decorative border resembling a scroll, with rounded corners and a small circular element at the top-left and bottom-left corners.

Секция 5

***ФАКТОРЫ УСТОЙЧИВОГО
РАЗВИТИЯ РЕГИОНОВ РОССИИ***

МЕТОДИКА ОЦЕНКИ УСТОЙЧИВОГО РАЗВИТИЯ РЕГИОНАЛЬНЫХ СИСТЕМ

© Барabanов П.В.¹

Северо-Кавказский федеральный университет, г. Ставрополь

В современных условиях все более актуальной становится совершенствование методических аспектов комплексной оценки устойчивости развития территорий с использованием прогностических методов.

Ключевые слова: методика, подходы, устойчивое развитие, региональная система, индикаторы.

Устойчивое развитие региональных систем в условиях неопределенности и повышенного риска требуют разработки научно обоснованных методов улучшения стратегических планов их развития с использованием централизованных форм [3] – методов выявления закономерностей развития и прогнозирования тенденций для того, чтобы объективно учитывать установленные улучшения экономических условий и изменения внешних условий. Для обеспечения устойчивого развития региональных систем прогностические методы и стратегические программы имеют решающее значение, так как их концептуальные и прогнозная ориентация повышает эффективность принимаемых управленческих решений на всех уровнях [1, 7], а также позволяет свести к минимуму неопределенность и моделировать их развитие [5].

В условиях санкционного развития экономики и трансформаций отношений с ВТО, основной целью регионального развития является повышение благосостояния населения и повышение экономической суверенности страны. Определение данного целеполагания ставит перед собой приоритетные задачи, выполнение которых возможно только при условии устойчивого развития регионов. Современная наука позволяет оценить степень устойчивости регионального развития на основе методологического инструментария, включающего соответствующие методы и индикаторы [2, 14].

Все существующие на сегодняшний день методы определения устойчивого развития регионов можно условно разделить на несколько основополагающих групп [9].

¹ Студент 3 курса Института экономики и управления.

К первой группе методов – институциональной, относятся государственное регулирование, государственное планирование и государственное управление. Государственное регулирование – это комплекс мер, действий, применяемых государством для коррекций и установления основных экономических процессов. К основным методам государственного регулирования относят: прямые методы (контроль над монополиями, экология, разработка стандартов, их поддержание (знаки качества, государственные стандарты) и косвенные (денежная политика, контроль за доходами, социальная политика, внешнеэкономическое регулирование).

Основными формами государственного регулирования являются государственные целевые программы (социальные), мониторинг, прогнозирование и моделирование ситуаций. Инструментами государственного регулирования являются системы государственных заказов и контрактов [11]; применение государством санкций и штрафов, лицензий, разрешений, квот, внедрение норм, штрафов и стандартов [13].

Как оказывает мировой опыт, при исследовании процесса устойчивого регионального развития, наиболее результативным инструментом является системный подход, в рамках которого экономическая система рассматривается как некая сложная динамично развивающаяся структура, включающая различные связи и схемы взаимодействия. Согласно теории управления, все показатели развития можно трактовать с точки зрения их процессуального действия, то есть индикаторы входного воздействия, состояния и результативности управления [8]. Показатели входного действия обоснованы воздействием антропогенного фактора на устойчивое развитие. Индикаторы состояния характеризуют различные аспекты динамического развития территорий, а индикаторы результативности позволяют формировать определенный способ реагирования для изменения текущего состояния.

Формирование методических аспектов проведения оценки устойчивости региональных систем на примере РФ, следует проводить в разрезе трех направлений. Первое направление – национальный уровень, на примере страны в целом. Второй уровень – региональный (зональный), применяемый для регионов или федеральных округов. Третий уровень – муниципальный, применяемый для отдельных муниципальных образований (город, село и т.д.). Учитывая свойственную идентичность второго и третьего уровней, частую методика трансформируется в двухуровневый подход.

При изучении регионального уровня устойчивого развития все индикаторы можно классифицировать на три макрогруппы: экономические, социальные и экологические. Региональные индикаторы должны коррелировать

со стратегическими федеральными программами устойчивого развития и должны учитывать их специфику. При установлении региональных индикаторов устойчивого развития необходимо применять международную методологию, что в дальнейшем позволит производить сравнительный анализ регионального развития.

При разработке индикаторов для муниципального уровня необходимо учитывать следующие особенности: чем сложнее построение региональной системы, тем сложнее определить индикаторы, характеризующие ее развитие [10]. Это обусловлено тем, что региональные системы характеризуются достаточно сложными связями, а также влиянием различных политических, географических, экологических и других факторов. В связи с этим, определение таких индикаторов должно определяться с привлечением опытных экспертов различных областей деятельности.

В зависимости от поставленных целей мы можем интерпретировать региональную систему как некий динамический механизм, характеризующийся внутренней устойчивостью по отношению к внешнему миру, а также как часть целостной системы (страны). Особенностью данного механизма является наличие тесных и взаимообусловленных социальных экономических и экологических параметров, характеризующих его устойчивое развитие.

В современных условиях экономического развития РФ, наряду с внешнеэкономическими и политическими трансформациями, основными стратегическими целями являются увеличение благосостояния населения региона и приближение его к мировым стандартам, присущим высокоразвитым странам [6]. После формулировки и определения стратегических целей, необходимо определить приоритетные задачи, направленные на достижение устойчивого развития регионов.

На современном этапе экономическая наука характеризуется большим количеством методических подходов по проведению комплексной оценки устойчивого развития регионов, однако большинство из них сводится к двум основным направлениям: социальному и экономическому, что, является несколько «суженной» версией. Для наибольшей полноты оценки устойчивости регионального развития, помимо экономического и социального направления, необходимо рассматривать институциональное, экологическое и технологическое [12], которые в общей совокупности максимально характеризуют уровень и степень интенсивности развития регионального развития.

Стратегическими ориентирами предлагаемой методики являются: повышение экологического, социального, экономического, институционально-

го и технологического потенциала регионов – субъектов СКФО; определение приоритетов регионального развития в разрезе субъектов СКФО; повышение инвестиционной привлекательности субъектов СКФО, развитие частных инвестиционных проектов, повышение удельного веса иностранных инвестиций; развитие инфраструктуры в субъектах СКФО; повышение уровня жизни населения.

Определение и идентификация всех указанных критериев является комплексной оценкой устойчивого регионального развития и способствует принятию решений о намеченных позициях на внутривнутристрановом пространстве и распределению стратегических средств между различными зонами хозяйствования в будущем. Проведение критериальной комплексной оценки устойчивого регионального развития необходимо для возможности корректировки стратегических программ с учетом реальных условий регионального развития, а также в целях возможности прогнозирования устойчивого развития региона.

Обозначенные выше методические подходы к оценке развития макротерриторий дают возможность определить уровень регионального развития по основным обозначенным направлениям (экологическое, экономическое, социальное, институциональное и технологическое). Однако, каждый отдельный макрорегион обладает своими специфическими особенностями по каждому из указанных направлений, поэтому в целях более детальной оценки и более репрезентативной апробации методики системной диагностики состояния и развития отдельных территорий, по нашему мнению, необходимо проводить исследование на более низком уровне – например, на отдельном федеральном округе.

Список литературы:

1. Богушевич Е.В. Инфокоммуникации как фактор повышения эффективности экономики // В сборнике: Сборник научных трудов шестой международной научно-технической конференции «Инфокоммуникационные технологии в науке, производстве и образовании (Инфоком-6)». – 2014. – С. 316-320.
2. Богушевич Е.В. Особенности развития инфокоммуникационных технологий в современной экономике // В сборнике: Актуальные направления фундаментальных и прикладных исследований Материалы IV международной научно-практической конференции. Все статьи представлены в авторской редакции. – 2014. – С. 230.

3. Грузков И.В., Довгоцько Н.А., Кусакина О.Н., Пономаренко М.В., Скиперская Е.В., Токарева Г.В. Микроэкономика. – Ставрополь, 2013.

4. Русановский Е.В. Оценка состояния и тенденций развития современного предпринимательства на рынке продукции овцеводства (на материалах Ставропольского края): диссертация на соискание ученой степени кандидата экономических наук / Ставропольский государственный аграрный университет. – Ставрополь, 2009.

5. Тельнова Н.Н., Шаталова О.И., Шеховцова С.Р. Принципы и факторы устойчивого сбалансированного развития аграрноориентированных регионов // Экономика и предпринимательство. – 2014. – № 3 (44). – С. 84-89.

6. Федоренко И.В., Винограденко А.М. Моделирование многоканальной измерительной системы с учетом требований к помехоустойчивости и оперативности передачи информации // Обозрение прикладной и промышленной математики. – 2010. – № 3. – С. 286.

7. Шаталова О.И. Методология исследования закономерностей и тенденций развития локальных продуктовых рынков Северо-Кавказского региона // Экономика и предпринимательство. – 2011. – № 6 (23). – С. 36-42.

8. Шаталова О.И. Локальные рынки растениеводческой продукции: обеспечение устойчивости развития, моделирование, разработка прогнозных сценариев (на материалах СКФО): монография / О.И. Шаталова; М-во образования и науки Российской Федерации, ФГАОУ ВПО «Северо-Кавказский федеральный ун-т». – Ставрополь, 2012.

9. Шаталова О.И. Разработка концептуальных направлений развития рынка продукции растениеводства // Экономика и предпринимательство. – 2012. – № 1 (24). – С. 57-62.

10. Шаталова О.И., Погорелова И.В. Экономико-статистические методы многомерной оценки регионального развития // Международный научно-исследовательский журнал. – 2013. – № 7-3 (14). – С. 93-94.

11. Шуваев А.В. Занятость на селе в новых условиях хозяйствования // Международный сельскохозяйственный журнал. – 2001. – № 2. – С. 15-21.

12. Шуваев А.В. Концептуальные вопросы аграрного реформирования // Аграрная наука. – 2003. – № 12. – С. 2-3.

13. Шуваев А.В. Маркетинговое исследование сельского рынка труда // АПК: Экономика, управление. – 2001. – № 3. – С. 21-29.

14. The problem of the national wealth of Russia / Truhachov V.I., Kusakina O.N., Gruzkov I.V., Medvedeva L.I., Rusanovsky E.V. // Biosciences Biotechnology Research Asia. – 2015. – Т. 12, № 1. – С. 1-10.

ОСОБЕННОСТИ ПРИМЕНЕНИЯ ИНДИКАТИВНОГО ПЛАНИРОВАНИЯ НА РЕГИОНАЛЬНОМ УРОВНЕ

© Набокова А.Ш.¹

Северо-Кавказский федеральный университет, г. Ставрополь

Исследованы вопросы индикативного планирования на уровне региона, рассмотрены основные подходы к планированию и прогнозированию.

Ключевые слова: планирование, прогнозирование, регион, методика, устойчивое развитие.

Практика всех динамично развивающихся стран мира свидетельствует, что прогнозирование, индикативное планирование и программирование развития являются важными этапами в осуществлении государством функций управления и регулирования социально-экономических процессов [4, 11]. Для этих стран стало нормой расширять горизонт стратегических прогнозов на период в 25, 50, 100 и более лет. В США, Японии, странах Европейского Союза регулярно разрабатываются национальные и международные целевые программы по осуществлению прорывов на тех или иных научно-технологических направлениях, а также по решению крупных социально-экономических проблем [12].

Рыночные реформы в России актуализируют изучение соответствующего зарубежного опыта индикативного планирования с учетом регионального фактора, играющего в последнее время все более существенную роль в социально-экономическом развитии страны. Необходимость осуществления процедур индикативного планирования с учетом регионального фактора объясняется следующим [3, 10, 13].

1. В последнее время в социально-экономическом развитии субъектов Российской Федерации наблюдаются крайне высокий уровень и постоянное усиление территориальной дифференциации, кардинальное изменение условий размещения производства и функционирования поселений, формирование новой региональной инфраструктуры.
2. Устойчивое развитие региональных социально-экономических систем сейчас рассматривается на основе создания и реализации по-

¹ Студент 3 курса Института экономики и управления.

тенциала новых знаний и научно-технологических инноваций, позволяющих повысить конечную эффективность экономики. Поэтому объективно возрастает значение деятельности в области инновационного развития региона как социально-экономической системы. Это должно быть ключевым направлением в индикативном планировании развития экономики регионов в современных условиях.

3. Нарастает мощь крупных предпринимательских структур не только на общегосударственном уровне, но и на региональном. При этом основной ресурсный потенциал развития сосредотачивается за пределами прямого государственного управления. В связи с этим, с одной стороны, необходимо в полной мере реализовывать потенциал взаимодействия государства и бизнеса, а с другой, требуется ответственное осуществление государством своих функций прогнозирования и планирования социально-экономических процессов в рамках формирования долгосрочной социально-экономической политики.

Данные обстоятельства диктуют необходимость формирования региональных систем стратегического планирования, а в его рамках – регионального индикативного планирования, функционирование которых организационно должно основываться на решении комплекса мер экономического и правового характера [6].

К настоящему времени в отечественной научной литературе специалистами, к сожалению, не выработано единого четкого понимания понятия «индикативное планирование». Однако существует несколько методических подходов, все же позволяющих выделить основные характерные особенности данного понятия [2, 5, 7]. Рассмотрим основные из них.

1. Индикативное планирование – это государственное планирование при сохранении самостоятельности предприятий. В данном случае индикативное планирование базируется на взаимодействии частного и государственного секторов экономики, причем доминируют в этом процессе субъекты частного сектора. Предприятиям предоставляется самостоятельность в производственной и коммерческой деятельности. Главной функцией индикативного планирования является координация использования государственных ресурсов, а не прямое воздействие на решения субъектов частного сектора. Официально объявленные индикаторы, с одной стороны, количественно характеризуют социально-экономическую политику государства, а с другой, способствуют формированию экономической среды, вли-

яющей на действия негосударственных предприятий через их стимулирование (определенные ограничения или определенные дополнительные обязательства).

2. Индикативное планирование – это информационное ориентирование частных предприятий и стимулирование их к выполнению задач, формулируемых государством. В этом смысле индикативное планирование означает, что государство в интересах всей нации, с учетом потребностей регионов, а также субъектов рынка разрабатывает проекты экономического развития всего общественного хозяйства (в том числе частного сектора), устанавливает конкретные хозяйственные ориентиры, включая макроэкономические показатели и обеспеченные ресурсами структурные показатели. Тем самым мотивируется заинтересованное участие предпринимателей всех форм собственности, предприятий государственного сектора, региональных властей в реализации проектов, важных для общества в целом. Здесь основные функции индикативного планирования – информационная и мотивационная, реализующиеся в рамках государственных программ и ориентирующих все заинтересованные стороны на их выполнение.
3. Индикативный план – это механизм равноправного взаимодействия государственных институтов и хозяйствующих субъектов. Этот механизм реализуется посредством согласования действий государства, отраслей и предприятий в процессе самостоятельной разработки последними их производственно-хозяйственных программ. Рассматриваемый механизм функционирует на основе следующих принципиальных положений: в результате обмена планами и информацией между органами власти, государственными и частными предприятиями в схему экономического роста включаются только те инвестиционные проекты, которые являются взаимно совместимыми; плановые показатели не являются директивными, а выступают в качестве индикаторов, информирующих о будущей желаемой экономической конъюнктуре. Таким образом, при данном подходе основные функции индикативного планирования – это информационная и мотивационная.
4. Индикативный план содержит обязательные задания для государственных предприятий в форме государственного заказа, лимитов и т.д., а частные предприятия вынуждены подстраиваться под действия государства. Частные предприятия ориентируются на показате-

ли индикативного плана, имеющие для них информационное значение, а директивные показатели государственного заказа являются обязательными для предприятий государственного сектора (для частных предприятий – если они имеют государственный заказ). Несмотря на то, что данный вид планирования сочетает ориентирующие и директивные показатели, он не является формой командно-административного управления, поскольку осуществляется в рыночной системе.

Перечисленные подходы к определению индикативного планирования в определенной степени условны и не противоречат друг другу, а наоборот, дополняют друг друга [1]. Основной является координирующая функция индикативного планирования, обеспечивающая равноправное взаимодействие и вовлеченность государственных институтов, региональных и местных властей [14], субъектов хозяйствования, независимых общественных организаций в плановый процесс. Индикативное планирование выступает одновременно и институтом государственного регулирования экономики, и институтом ее саморегулирования, нивелируя дефекты рыночного механизма и недостатки прямого государственного вмешательства в воспроизводственные процессы.

Более прогрессивной и действенной является структурная форма индикативного планирования [9], применение которой ориентировано на реализацию государственной структурной политики в отношении отдельных регионов, отраслей и секторов экономики путем тщательного согласования действий и интересов предприятий, и государства, внутрифирменных и макроэкономических планов. Для создания в России такой системы стратегического индикативного планирования необходимо решить, в первую очередь, правовые проблемы. Это предполагает разработку и принятие следующих нормативных правовых документов [8, 10]:

- федеральные законы об индикативном планировании и о системе органов прогнозирования, индикативного планирования и программирования социально-экономического развития РФ;
- законы о внесении изменений и дополнений в гражданское, банковское, бюджетное, налоговое, таможенное, трудовое и корпоративное законодательства с учетом внедрения индикативного планирования;
- президентские указы по вопросам распределения обязанностей и полномочий между органами исполнительной власти, а также регламентирующих взаимодействие федеральных, региональных и

местных органов управления по вопросам организации индикативного планирования;

- правительственные и ведомственные нормативные акты, конкретизирующие положения вышеуказанных документов;
- нормативные акты региональных властей и органов местного самоуправления относительно их участия в системе индикативного планирования социально-экономического развития РФ, а также о разработке собственных индикативных планов, взаимоувязанных с соответствующими разделами индикативных планов вышестоящих уровней.

Наряду с этим необходима разработка методического обеспечения внедрения системы индикативного планирования. В частности, разработка и обоснование детализированной объективной системы индикаторов регионального уровня.

Список литературы:

1. Богушевич Е.В. Инфокоммуникации как фактор повышения эффективности экономики // В сборнике: Сборник научных трудов шестой международной научно-технической конференции «Инфокоммуникационные технологии в науке, производстве и образовании (Инфоком-6)». – 2014. – С. 316-320.
2. Богушевич Е.В. Особенности развития инфокоммуникационных технологий в современной экономике // В сборнике: Актуальные направления фундаментальных и прикладных исследований Материалы IV международной научно-практической конференции. Все статьи представлены в авторской редакции. – 2014. – С. 230.
3. Грузков И.В., Довготько Н.А., Кусакина О.Н., Пономаренко М.В., Скиперская Е.В., Токарева Г.В. Микроэкономика. – Ставрополь, 2013.
4. Молчаненко С.А. Сущность и факторы устойчивого развития сельских территорий // Научные труды SWorld. – 2013. – Т. 45, № 4. – С. 38-42.
5. Молчаненко С.А. Устойчивое развитие сельских территорий и рекреационной сферы // Фундаментальные и прикладные исследования: проблемы и результаты. – 2014. – № 12. – С. 176-179.
6. Федоренко И.В., Винограденко А.М. Моделирование многоканальной измерительной системы с учетом требований к помехоустойчивости и оперативности передачи информации // Обозрение прикладной и промышленной математики. – 2010. – № 3. – С. 286.

7. Шаталова О.И. Локальные рынки растениеводческой продукции: обеспечение устойчивости развития, моделирование, разработка прогнозных сценариев (на материалах СКФО): монография / О.И. Шаталова; М-во образования и науки Российской Федерации, ФГАОУ ВПО «Северо-Кавказский федеральный ун-т». – Ставрополь, 2012.
8. Шаталова О.И. Разработка концептуальных направлений развития рынка продукции растениеводства // Экономика и предпринимательство. – 2012. – № 1 (24). – С. 57-62.
9. Шаталова О.И., Погорелова И.В. Экономико-статистические методы многомерной оценки регионального развития // Международный научно-исследовательский журнал. – 2013. – № 7-3 (14). – С. 93-94.
10. Шуваев А.В. Занятость на селе в новых условиях хозяйствования // Международный сельскохозяйственный журнал. – 2001. – № 2. – С. 15-21.
11. Шуваев А.В. Концептуальные вопросы аграрного реформирования // Аграрная наука. – 2003. – № 12. – С. 2-3.
12. Шуваев А.В. Маркетинговое исследование сельского рынка труда // АПК: Экономика, управление. – 2001. – № 3. – С. 21-29.
13. Molchanenko S.A. Sustainable development of tourism marketin region // В Сборнике: Устойчивое развитие туристического рынка: международная практика и опыт России Ставропольский государственный аграрный университет. – 2014. – С. 136-140.
14. The problem of the national wealth of Russia / Truhachov V.I., Kusaki-na O.N., Gruzkov I.V., Medvedeva L.I., Rusanovsky E.V. // Biosciences Biotechnology Research Asia. – 2015. – Т. 12, № 1. – С. 1-10.

ПОВЫШЕНИЕ УСТОЙЧИВОГО РАЗВИТИЯ РЕГИОНАЛЬНЫХ СИСТЕМ

© Фролов И.В.¹

Северо-Кавказский федеральный университет, г. Ставрополь

Исследованы теоретические и методические аспекты регионального устойчивого развития социально-экономических систем.

Ключевые слова: система, устойчивость, устойчивое развитие, регион, методика.

¹ Студент 3 курса Института экономики и управления.

На современном этапе развития одной из существенных характеристик российской экономики является ее региональная направленность, что обуславливает приоритетность решения основных проблем именно на региональном уровне. Дифференциация субъектов Федерации по различным экономическим, социальным, экологическим и другим параметрам определила различный уровень их развития и устойчивость к современным условиям развития.

Вопросы устойчивости регионального развития в современной экономической литературе представляются несколько фрагментарно [5, 12, 14], так как в основном исследуется взаимосвязь уровня развития регионов и воздействия факторов внешней и внутренней среды, в то время как в условиях посткризисного функционирования экономики обострилась необходимость корректировки программ регионального развития на всех уровнях управления, их адаптации к современным реалиям, разработки механизмов рационального хозяйствования и направлений перспективного их экономического роста [7, 9].

Приоритетность регионального уровня в общей концепции устойчивого развития территорий обусловило возникновение объективной потребности в формировании теоретико-методической базы по проблемам обоснования необходимости использования системного анализа [1], сравнительной оценки, сценарного прогнозирования и инструментального аппарата [3] в целях обеспечения действенности применяемых стратегий развития. Применяемые в настоящее время в региональных исследованиях традиционные инструменты устойчивости регионального развития не позволяют оперативно учитывать изменения внутренней и внешней среды региональных систем. В условиях рецессионного периода, обусловленного посткризисным развитием экономики страны, наблюдается процесс трансформации новых тенденций функционирования хозяйственного комплекса. В условиях регионального хозяйствования, все более процесс устойчивого развития формируется на основе научных основ стратегического планирования и их практической реализации при разработке перспектив развития территорий [2]. При этом научным базисом для определения долгосрочных тенденций устойчивого развития российских территорий выступают теоретические и методологические положения устойчивого развития экономики [10].

В качестве наиболее приемлемой формы для реализации государственной региональной политики вследствие ее высокой научной обоснованности целесообразно рассматривать общегосударственную систему стратегического планирования, содержащую обоснование важнейших национальных приори-

тетов социально-экономического развития РФ и ее регионов [11]. Стратегическое планирование реализуется путем разработки и внедрения большого количества, согласованных между собой документов. На сегодняшний день любой регион имеет долгосрочные и среднесрочные программы своего развития, основанные на обстоятельном ретроспективном анализе социально-экономического развития и обосновании приоритетных направлений развития.

При разработке региональных программ следует понимать, что устойчивость в развитии территорий достигается с помощью реализации комплекса мер в области социального, экономического, институционального, технологического и природоохранного характера в регионе [6], а в рамках конкретных ведомственных программ включаются мероприятия, соответствующие профилю ведомства.

Разработка программ УРР (устойчивого развития регионов) может осуществляться на уровне макрорегиона и субъектов СКФО [8]. В зависимости от уровня объекта планирования следует придерживаться определенных условий. На уровне макрорегиона, в качестве которого представлен СКФО, глубина проработки программ устойчивости регионального развития предусматривает определение направлений перехода к устойчивому развитию региона и его формирующих субъектов, а также разработка и детализация механизма межведомственного взаимодействия по реализации программы развития. Конечным результатом данной работы должна стать научно-обоснованная концепция устойчивого развития региона, которая должна быть подкреплена информационно, аналитически и не противоречить федеральным программам развития регионов в целях обеспечения их устойчивости.

На уровне отдельного субъекта СКФО проработка заключается в уточнении целей и задач федеральных программ устойчивого регионального развития [4], внесение поправочных корректировок с учетом специфических особенностей развития региона, планирование и реализация мероприятий по повышению устойчивости регионального развития [11]. В качестве конечного результата должна быть сформирована программа устойчивого развития региона, а также определены целевые индикаторы ее реализации.

Следует еще раз подчеркнуть, что особенностями данного подхода к определению устойчивого развития региона является его вертикально-возрастающий характер, предусматривающий корректировку федеральных программ развития на уровне отдельных субъектов округа, а затем их синтез и интеграцию в рамках Концепции развития федерального округа. Особое внимание в данном подходе уделяется формированию достоверной, ре-

презентативной и своевременной аналитической базы для определения тенденций, и индикаторов устойчивого регионального развития.

Анализ динамического развития регионов в разрезе выбранных направлений позволил определить основные проблемы, структурировать которые можно путем построения «матрицы проблем» [13], базирующейся на результатах интегральных обобщающих оценок устойчивого развития региона, с целью определения глубины и уровня проблем, а также определения задач и блоков мероприятий по их решению.

При таком типе модели проблемной диагностики становится понятным, что реализация принятой стратегии в том виде, как она есть, невозможна. Необходимо пересмотреть основные положения стратегии, выявить сдерживающие факторы развития всех исследуемых направлений, разработать новую программу ее реализации, пересмотреть индикаторы и их запланированные значения.

Политика управления в области устойчивого регионального развития, прежде всего, должна быть направлена на достижение целевых индикаторов развития территорий, а именно: на повышение благосостояния ее населения и наращивание экономического потенциала региона. Построение «матрицы проблем» регионального развития относится к числу современных методов устойчивого развития и представляется собой элемент метапланирования, выполненный посредством визуализации процессов развития.

Рекомендуется следующая последовательность в разработке программ устойчивого регионального развития различного административно-территориального уровня: разработка проекта федеральной программы устойчивого развития региона, разработка концептуальных региональных программ устойчивого развития в каждом субъекте федерального округа (макрорегиона), актуализация окружной программы с учетом региональных (субъектов СКФО) и ее принятие. Таким образом, решающее значение индикаторов отдельных субъектов округа будет учтено в окружных программах устойчивого развития.

Определение целевых индикаторов базируется на основе сформированной оценки устойчивого сбалансированного развития региональных систем, и является самым сложным, объемным и ответственным при разработке программ устойчивого регионального развития. Таким образом, предлагается концептуальная модель уровневого взаимодействия при реализации комплекса мероприятий, направленных на повышение устойчивости региона, которая призвана установить функциональную связь между уровнями устойчивого регионального развития и параметрами исследуемой системы.

В соответствии с методологией системного анализа «матрицу проблем» регионального развития можно легко трансформировать в «дерево целей», которое представляет собой развернутый план региональной концепции устойчивого развития, но отличием его является конкретизация механизмов реализации и задание уровней целевых индикаторов.

Результатом апробации предложенной методики оценки устойчивого сбалансированного развития региональных систем может стать разработка сценарных прогнозов устойчивого развития отдельных субъектов СКФО, построенных на основе корреляционно-регрессионного анализа и отборе эндогенных и экзогенных факторов, определяющих это развитие.

Реализация предложенной концептуальной модели, по нашему мнению, позволит повысить результативность взаимодействия окружных и региональных властей, в целях координации управленческого воздействия, корректировки стратегических планов и отраслевых программ устойчивого развития, разработки механизмов их реализации.

Одновременно с этим реализация концептуальной модели повышения устойчивого развития региона будет способствовать повышению ответственности региональных органов власти за результаты своей деятельности и результативность самой системы управления.

Список литературы:

1. Богусевич Е.В. Инфокоммуникации как фактор повышения эффективности экономики // В сборнике: Сборник научных трудов шестой международной научно-технической конференции «Инфокоммуникационные технологии в науке, производстве и образовании (Инфоком-6)». – 2014. – С. 316-320.

2. Богусевич Е.В. Особенности развития инфокоммуникационных технологий в современной экономике // В сборнике: Актуальные направления фундаментальных и прикладных исследований Материалы IV международной научно-практической конференции. Все статьи представлены в авторской редакции. – 2014. – С. 230.

3. Богусевич Е.В., Котов А.В. Проблемы управления персоналом в условиях трансформации общества в информационное // В сборнике: Экономика, управление, финансы Материалы II Международной научной конференции. – 2012. – С. 50-52.

4. Молчаненко С.А. Сущность и факторы устойчивого развития сельских территорий // Научные труды SWorld. – 2013. – Т. 45, № 4. – С. 38-42.

5. Молчаненко С.А. Устойчивое развитие сельских территорий и рекреационной сферы // *Фундаментальные и прикладные исследования: проблемы и результаты.* – 2014. – № 12. – С. 176-179.

6. Тельнова Н.Н., Шаталова О.И., Шеховцова С.Р. Принципы и факторы устойчивого сбалансированного развития аграрноориентированных регионов // *Экономика и предпринимательство.* – 2014. – № 3 (44). – С. 84-89.

7. Шаталова О.И. Локальные рынки растениеводческой продукции: обеспечение устойчивости развития, моделирование, разработка прогнозных сценариев (на материалах СКФО): монография / О.И. Шаталова; М-во образования и науки Российской Федерации, ФГАОУ ВПО «Северо-Кавказский федеральный ун-т». – Ставрополь, 2012.

8. Шаталова О.И. Методология исследования закономерностей и тенденций развития локальных продуктовых рынков Северо-Кавказского региона // *Экономика и предпринимательство.* – 2011. – № 6 (23). – С. 36-42.

9. Шаталова О.И. Разработка концептуальных направлений развития рынка продукции растениеводства // *Экономика и предпринимательство.* – 2012. – № 1 (24). – С. 57-62.

10. Шаталова О.И., Погорелова И.В. Экономико-статистические методы многомерной оценки регионального развития // *Международный научно-исследовательский журнал.* – 2013. – № 7-3 (14). – С. 93-94.

11. Шуваев А.В. Концептуальные вопросы аграрного реформирования // *Аграрная наука.* – 2003. – № 12. – С. 2-3.

12. Шуваев А.В. Маркетинговое исследование сельского рынка труда // *АПК: Экономика, управление.* – 2001. – № 3. – С. 21-29.

13. Molchanenko S.A. Sustainable development of tourism marketin region // В Сборнике: Устойчивое развитие туристического рынка: международная практика и опыт России Ставропольский государственный аграрный университет. – 2014. – С. 136-140.

14. The problem of the national wealth of Russia / Truhachov V.I., Kusakina O.N., Gruzkov I.V., Medvedeva L.I., Rusanovsky E.V. // *Biosciences Biotechnology Research Asia.* – 2015. – Т. 12, № 1. – С. 1-10.

Секция 6

***БУХГАЛТЕРСКИЙ,
УПРАВЛЕНЧЕСКИЙ УЧЕТ
И АУДИТ***

ТРАНСФОРМАЦИЯ ОТЧЕТА О ФИНАНСОВЫХ РЕЗУЛЬТАТАХ В СООТВЕТСТВИИ С МСФО

© Панкратова Е.В.¹, Ручинская Ю.С.¹, Муллинова С.А.²

Кубанский государственный аграрный университет
имени И.Т. Трубилина, г. Краснодар

Чтобы позволить участникам рынка делать осмысленные выводы о ситуации внутри хозяйствующего субъекта, информация должна быть всесторонней. В связи с этим возрастает значимость подготовки финансовой отчетности по требованиям МСФО.

Ключевые слова: МСФО, отчет о финансовых результатах, МСФО (IAS) 1 «Представление финансовой отчетности», отчет о прибыли или убытке и прочем совокупном доходе, классификация по функции затрат.

Для того, чтобы улучшить качество информации, предоставляемой в финансовой отчетности пользователю, руководству организации следует обеспечить адекватные раскрытия по различным операциям, а также всестороннюю и обоснованную информацию, которая полностью описывает финансовую ситуацию в хозяйствующем субъекте [7, с. 95].

При этом для принятия верных управленческих решений, для составления отчетности по МСФО должны быть использованы положения международных стандартов финансовой отчетности (IAS) [9, с. 543].

Так, в исследуемой нами организации – ЗАО «Юпитер» Краснодарского края, система составления первичной отчетной документации основана на российских стандартах бухгалтерского учета. Отметим, что ЗАО «Юпитер» занимается реализацией своей продукции не только в пределах границ Российской Федерации, но и за ее пределами. Следовательно, для организации целесообразно при составлении финансовой отчетности ориентироваться не только на российских пользователей информации, но и на участников международного рынка. Для этого организации необходимо использовать международные стандарты финансовой отчетности.

Решая перейти на международные стандарты финансовой отчетности, руководство ЗАО «Юпитер» даст возможность своему бизнесу создать благоприятный имидж. Отчетность, составленная по принципам МСФО, все

¹ Бакалавр 4 курса Учетно-финансового факультета.

² Доцент кафедры Бухгалтерского учета, кандидат экономических наук, доцент.

более востребована, и это позволяет сравнивать состояние организации между отчетными периодами и с конкурирующими организациями [9, с. 543].

Во-первых, использование МСФО при составлении бухгалтерской (финансовой) отчетности позволит получить доступ к международным банковским кредитам на более выгодных условиях, кроме того, она может обеспечить организации возможность выхода на международные рынки капитала.

Во-вторых, перевод организации на МСФО будет стимулировать сотрудничество отечественного бизнеса с западными партнерами.

В-третьих, составление отчетности в формате МСФО позволит иметь более прозрачную и структурированную информацию для принятия экономических решений.

Важнейшей формой выражения деловой активности организации является величина текущего финансового результата за определенный период от их предпринимательской, инвестиционной и финансовой деятельности [4, 9]. Величина текущего финансового результата за определенный период отражается предприятием в отчете о финансовых результатах, на основании которого руководитель организации производит эффективные экономические решения по оптимизации деятельности субъекта.

Изучив основные положительные и отрицательные стороны применения МСФО, нами рекомендуется использование отдельных стандартов финансовой отчетности, которые могут быть полезны при определении правил ведения учета в ЗАО «Юпитер».

Так, на основании п. 10А [8] организации в соответствии с МСФО могут представлять информация о доходах и расходах отчетного периода в одном из двух вариантов:

- 1) единый отчет о прибыли или убытке и прочем совокупном доходе, то есть, в двух разделах: «о прибыли или убытке» и «о совокупном доходе»;
- 2) в двух формах отчетности:
 - отчет о прибыли или убытке;
 - отчет о совокупном доходе.

В случае существенности тех или иных статей доходов или расходов организация должна отдельно раскрыть информацию об их характере и величине. Также необходимо предоставлять анализ расходов, признанных в составе прибыли или убытке с использованием классификации (основанной либо на их характере, либо на их назначении в рамках организации). В зависимости от того какой из подходов обеспечивает надежную и более уместную информацию.

Классификация расходов по категориям используется для того, чтобы выделить компоненты финансовых результатов, которые могут отличаться по периодичности, потенциалу возникновения и прогнозированию [2, 6, 12].

Так, все вышесказанное, может быть представлено в двух форматах:

1. Анализ с использованием метода по характеру расходов. Организация группирует расходы, включенные в состав прибыли или убытке по их характеру и не распределяет их между функциями направленными внутри организации. К таким расходам можно отнести: амортизацию основных средств, закупку материалов, транспортные затраты, вознаграждения работникам.
2. Анализ с использованием метода по функции затрат (по себестоимости продаж), в рамках которого расходы классифицируются по их назначению как часть себестоимости продаж. Организация как минимум раскрывает в рамках данного формата себестоимость своих продаж отдельно от прочих расходов [1, 6].

Данный метод может предоставить пользователям более уместную информацию по сравнению с методом классификации расходов по их характеру, при этом распределение затрат по их назначению может потребовать отдельного распределения и в значительной мере связано с суждением самого бухгалтера.

Отчет о финансовых результатах – это документ, отражающий финансовую деятельность организации. Данные отчета показывают причины, по которым организация понесла убытки или получила прибыль в определенном отчетном периоде.

При составлении отчета в формате МСФО, информация, подлежащая представлению в отчете (отчетах) прибыли или убытке и прочем совокупном доходе или в примечании должна быть представлена согласно классификации доходов и расходов в соответствии с МСФО (IAS) 1 «Представление финансовой отчетности» [8, 10].

В связи с тем, что ЗАО «Юпитер» не использует международные стандарты финансовой отчетности, нами была разработана примерная форма отчета о прибыли или убытке и прочем совокупном доходе (для исследуемой организации).

Для этого проведем трансформацию отчета о финансовых результатах из формата РСБУ в формат МСФО. Отчетность по МСФО составляется в произвольной форме. Организация в праве самостоятельно разрабатывать типовые формы бухгалтерской (финансовой) отчетности [2, 5].

Каждая организация, составляющая отчетность по МСФО, разрабатывает свой план счетов исходя из специфики своей деятельности и необходимой детализации финансовой информации. В то же время организация может для целей МСФО использовать план счетов российского бухгалтерского учета, если она составляет международную отчетность методом трансформации. МСФО (IAS) 1 «Представление финансовой отчетности» содержит общие рекомендации по структуре финансовой отчетности и минимальные требования к ее содержанию [2, 5].

Рассмотренная нами ниже форма анализа расходов является методом «по функции затрат» («себестоимости продаж»). Организация, используя данный метод, раскрывает как минимум себестоимость своих продаж отдельно от прочих расходов. Этот метод может обеспечить пользователям более уместную информацию по сравнению с классификацией расходов по их характеру, однако распределение затрат по их функциям может потребовать произвольного распределения и значительных профессиональных суждений. Отчет о прибыли или убытке с использованием метода «по функциям затрат» схож с отчетом о финансовых результатах, составленным в соответствии с РСБУ, но также имеет свои особенности.

Таблица 1

Результаты деятельности ЗАО «Юпитер», тыс. руб.

Показатель	2013 г.	2014 г.	2015 г.	2015 г. в % к	
				2013 г.	2014 г.
Выручка	28596036	27746014	31459360	110,0	113,4
Себестоимость продаж	15147219	17819687	18685030	123,4	104,9
Валовая прибыль	13448817	9926327	12774330	94,9	128,7
Прибыль от продаж	9929480	6456391	8972164	90,4	138,9
Прочие доходы	636292	578481	601128	94,5	103,9
Прочие расходы	748461	468269	1225763	163,8	261,8
Чистая прибыль	7795360	5248275	6243761	80,1	118,9

По данным представленным в таблице 1, можно отметить, что финансовое состояние организации достаточно стабильно. Так, объемы валовой прибыли в 2015 г. по сравнению с 2013 г. увеличились на 674487 тыс. руб., или на 29 %. Выручка от продаж за аналогичный период 2015 г. выросла на 13 %. Окупаемость затрат показывает, что на каждый затраченный рубль производственных расходов было получено 1,68 рублей доходов от продаж. Все это свидетельствует об улучшении положения ЗАО «Юпитер».

На основании данных исследуемой нами организации рассмотрим Отчет о прибыли и убытке и прочем совокупном доходе (по функции затрат) в

формате МСФО. Так, анализируя Отчет о прибыли или убытке и прочем совокупном доходе (по функциям затрат), можно отметить следующее. По строке 2110 «Выручка» (Отчета о финансовых результатах ЗАО «Юпитер») и по строке 099 «Итого выручка» (Отчет о прибыли или убытке и прочем совокупном доходе) суммы за 2015 г. равны. Это наглядно видно на рисунке 1. Данный показатель составляет 31459360 тыс. руб. Также хотелось бы отметить, что сумма валовой прибыли по строке 2100 «Валовая прибыль» (Отчета о финансовых результатах) и по строке 199 «Валовая прибыль» (Отчет о прибыли или убытке и прочем совокупном доходе) также равны.

**Отчет о прибыли или убытке и прочем совокупном доходе по функции затрат
(Income Statement by Function)**

		Дата (число, месяц, год) / Date (day, month, year)	Форма по ОКУД	Коды / Codes		
				0710002		
Организация/ The organization	ЗАО «Юпитер»/ ЗАО "Jupiter"		по ОКПО	31	12	2015
Идентификационный номер налогоплательщика / Taxpayer Identification Number			ИНН	203766		
Вид экономической деятельности / Type of economic activity	Химическая промышленность / Chemical industry		по ОКВЭД	2631015663		
Организационно-правовая форма / форма собственности / Legal status / ownership				24.15		
закрыто е акционерное общество / Closed Joint Stock Company			по ОКПО/ОКФС	47	49	
Единица измерения: тыс. руб. (млн. руб.) / Unit: thousand rubles (mln. rub.)			по ОКЕИ	384 (385)		

Income Statement by Function	Reporting Code	Value
Sales	050	10 065 772
Non Core Activity Sales	055	134 927
Revenues	059	10 200 699
Sales	060	21 166 259
Non Core Activity Sales	065	92 403
Revenues	069	21 258 662
Revenues	099	31 459 360
Cost of Sales	150	18 685 030
Gross Profit	199	12 774 330
EuroChem Management Fee	210	400 000
Other Fees and Commissions	220	338 600
Transportation Cost	230	2 134 050
Sales Cost	240	257 507
General and Administrative Expenses	250	772 939
Other Operating Expense/Income	260	9 246
Earnings Before Interest and Taxes (EBIT)	299	8 861 988
Interest Income	510	2 400
Interest Expenses	525	46 057
Profit before Taxes and Minority Interest	599	8 818 331
Current income taxes	610	2 634 064
Deferred income taxes	650	-59 494
Net Profit Before Minority Interest	699	6 243 761
Minority interest	710	
Net Income	999	6 243 761

Отчет о финансовых результатах по функциям затрат	код строки	2015 г.
Реализации основной продукции и услуг	050	10 065 772
Прочая реализация	055	134 927
Выручка	059	10 200 699
Реализации основной продукции и услуг	060	21 166 259
Прочая реализация	065	92 403
Выручка	069	21 258 662
Итого Выручка	099	31 459 360
Собственноность реализованной продукции	150	18 685 030
Валовая прибыль	199	12 774 330
Плата за услуги управления ОАО М/К Еврохим	210	400 000
Прочие сборы и комиссии	220	338 600
Транспортные издержки	230	2 134 050
Расходы на обеспечение функции продаж	240	257 507
Общие и административные расходы	250	772 939
Прочие операционные расходы / доходы	260	9 246
Прибыль до налога на прибыль и расходов по процентам (ЕБИТ)	299	8 861 988
Процентные доходы	510	2 400
Расходы на уплату процентов	525	46 057
Прибыль до налога на прибыль	599	8 818 331
Налог на прибыль - текущий	610	2 634 064
Отложенный налог на прибыль	650	-59 494
Прибыль после вычета налога на прибыль	699	6 243 761
Доля меньшинства	710	
Чистая прибыль	999	6 243 761

*Рис. 1. Отчет о прибыли или убытке и прочем совокупном доходе
(по функции затрат)*

Отличительными особенностями Отчета о прибыли или убытке и прочем совокупном доходе являются:

- представление информации пользователям как на русском, так и на английском языке;
- различия в кодах строк;
- показатель валовой прибыли представлен в детализированном виде;
- наименование статей отчетов отличаются друг от друга.

Таким образом, благодаря, особенностям Отчета о прибыли или убытке и прочем совокупном доходе, пользователи разных уровней смогут эффективно производить оценку деятельности организации [3, 11].

Подводя итог вышесказанному, хотелось бы отметить, что составление финансовой отчетности в формате МСФО для ЗАО «Юпитер», послужит хорошей основой в построении системы бухгалтерского учета и отчетности в целом по организации. Применение МСФО затронет не только сам бухгалтерский аппарат организации, но и бизнес-процессы, происходящие в исследуемой нами организации каждый день.

Список литературы:

1. Агеева О.А. Международные стандарты финансовой отчетности: теория и практика: учебник / О.А. Агеева, А.Л. Ретизова. – М.: Юрайт, 2014. – 347 с.
2. Акопян Р.О. Состав и формат представления информации в отчете о совокупном доходе на примере ООО «Кубань-Тэкс» / Р.О. Акопян, О.В. Жердева // В сборнике: Современные проблемы бухгалтерского учета и отчетности. – 2015. – С. 12-16.
3. Башкатов В.В. Перспективы и практика внедрения МСФО в России / В.В. Башкатов, Д.С. Гушин // В сборнике: Актуальные проблемы экономики. Сборник статей Международной научно-практической конференции. – 2015. – С. 112-114.
4. Белозор С.М. Составление отчетности банка в соответствии с МСФО (IAS) 34 «Промежуточная финансовая отчетность» / С.М. Белозор, С.А. Муллинова // Новая наука: От идеи к результату. – 2015. – № 5-1. – С. 71-75.
5. Бондаренко Л.В. Прибыль организации как объект бухгалтерского учета / Л.В. Бондаренко, В.В. Вакуленко // В сборнике: Современные проблемы бухгалтерского учета и отчетности. – 2015. – С. 130-133.
6. Вахрушина М.А. Международные стандарты финансовой отчетности: учебник / М.А. Вахрушина. – М.: Национальное образование, 2014. – 656 с.

7. Зеленская Т.М. Учет готовой продукции в формате МСФО и РСБУ / Т.М. Зеленская, С.А. Муллинова // В сборнике: Роль науки в развитии общества. Сборник статей Международной научно-практической конференции. – Уфа, 2015. – С. 95-99.

8. Международный стандарт финансовой отчетности (IAS) 1 «Представление финансовой отчетности» (введен в действие на территории Российской Федерации Приказом Минфина России от 28.12.2015 № 217н (в ред. от 27.06.2016)).

9. Муллинова С.А. Сопоставление МСФО и РСБУ в части раскрытия информации о денежных потоках организации / С.А. Муллинова, А.С. Светличная // В сборнике: Россия и Европа: связь культуры и экономики. Материалы XIII международной научно-практической конференции. – Прага, Чешская Республика, 2015. – С. 543-546.

10. Приказ Минфина России от 28 декабря 2015 г. № 217н «О введении международных стандартов финансовой отчетности и разъяснений международных стандартов финансовой отчетности в действие на территории Российской Федерации и о признании утратившими силу некоторых приказов (отдельных Положений приказов) Министерства Финансов Российской Федерации.

11. Mullinova S. Use of the principles of IFRS (IAS) 39 «Financial instruments: recognition and assessment» for bank financial accounting // Modern European Researches. – 2016. – № 1. – С. 60-64.

12. Mullinova S., Simonyants N. Reflection of a deferred tax liability in the credit union reporting according to IFRS (IAS) 12 «Income taxes» // Modern European Researches. – 2016. – № 1. – С. 83-88.

Секция 7

***ФИНАНСЫ
И НАЛОГОВАЯ ПОЛИТИКА***

АНАЛИЗ ПРОБЛЕМ ПОТРЕБИТЕЛЬСКОГО КРЕДИТОВАНИЯ В РОССИИ И ПУТИ ИХ РЕШЕНИЯ

© Чие Е.Э.¹

Владивостокский государственный университет экономики и сервиса,
г. Владивосток

В статье рассмотрены проблемы потребительского кредитования и факторы, которые на них влияют, предложены пути их решения. Благодаря проведенному анализу и предложенным методам решения можно разрешить проблемы банковского сектора экономики в направлении потребительского кредитования.

Ключевые слова: потребительское кредитование, банк, потребительский кредит, денежные средства, потребитель, заемщик, прибыль, конкуренция.

Потребительский кредит – это денежные средства, предоставляемые банком физическому лицу в целях удовлетворения личных, семейных, бытовых, повседневных нужд, не связанных с предпринимательской деятельностью, на условиях, установленных договором, где размер, сроки и иные условия устанавливаются в зависимости от вида кредита [10].

Актуальность выбранной темы обусловлена тем, что в развитии экономики России важное место занимает банковский сектор. На современном этапе рынок потребительского кредитования – один из самых динамично развивающихся направлений в банковском секторе. Таким образом, положительная динамика потребительского кредитования приведет к развитию банковского сектора, а, следовательно, и экономики страны в целом.

Потребителями кредита являются отдельные лица, домохозяйства, которые приобретают для личного использования товары и услуги [2]. Поэтому потребительское кредитование, которое является неотъемлемой частью розничного бизнеса, направлено на удовлетворение потребностей потребителей. Таким образом, целью потребительского кредитования является повышение доходов банков и торговых организаций, удовлетворение потребностей населения в товарах и услугах на основе кредитных ресурсов, что, в свою очередь, способствует развитию национальной экономики [18].

Для достижения цели необходимо использовать научные принципы и эффективные методы управления во взаимодействии с субъектами сферы

¹ Студент.

потребительского кредитования [4]. В настоящее время организациям, основывающим свою деятельность на кредитовании физических лиц на потребительские нужды, необходимо перенимать как отечественный, так и зарубежный опыт [1].

В последнее время рост на рынке потребительского кредитования заметно уменьшился. Некоторые аналитики предполагают, что в будущем времени данный вид банковской деятельности даст отрицательную динамику развития. Существует ряд причин, по которым строится данное мнение [6].

Наиболее значимой причиной проявления отрицательной динамики в потребительском кредитовании является перенасыщение рынка, иначе закредитованность населения [19]. Это связано с тем, что большая часть населения имеет более одного кредита.

Другой причиной является то, что многие банки для получения прибыли прибегали к недобросовестным методам. К примеру: в кредитном договоре были скрытые платежи [8]. В результате использования данного метода потребитель, взявший потребительский кредит, выплачивал значительно большую сумму, чем ожидал.

Чтобы увеличить количество потребителей в рамках конкуренции банки начали снижать требования к заемщикам. Однако в связи с этим появилось существенное количество «безвозвратных кредитов», которые несут банкам вместо прибыли реальную угрозу. В России в наше время отсутствуют нормы и законы, позволяющие взыскивать долги по «безнадежным» кредитам. Это является еще одной причиной снижения темпов роста потребительского кредитования [9].

Из всего вышесказанного следует, что существует вероятность того, что наступит кризис в потребительском кредитовании, а, следовательно, появятся проблемы в банковском секторе экономики. Однако, несмотря на причины, негативно влияющие на потребительское кредитование, данное направление имеет достаточно высокий потенциал для развития [10]. Для решения существующих проблем в сфере потребительского кредитования, необходимо принять ряд мер.

Для того чтобы выстроить снова доверительные отношения между банками и потребителями потребуются достаточное количество времени, в течение которого банки должны выставить более жесткие условия в получении кредитов, а также пересмотреть кредитные договора на элемент скрытых платежей. В дальнейшем кредитные организации смогут снова выставлять условия кредитования доступные для большей части населения. Благо-

даря чему банки избавятся от негативной репутации, а количество «безвозвратных кредитов» уменьшится [19].

Перспективы развития потребительского кредитования в России, должны быть направлены на решении проблем, связанных с клиентами [12]. Таким образом, необходимо принимать гибкую политику не только в отношении общих вопросов кредитования, но и в более узких. Так, несмотря на достаточно большое количество заявок на потребительское кредитование, часть из них остается нереализованными. Это связано с отсутствием оперативности, а также с вариантами кредитного обеспечения.

Наличие перспектив развития потребительского кредитования, обусловлено и тем, что наиболее рентабельным является выдача потребительских кредитов под приобретение дорогостоящего ликвидного имущества. Достаточно стабильный спрос на данное имущество обеспечивает и спрос на потребительские кредиты. Период, на который осуществляется кредитование, не позволяет данному имуществу обесцениться при его эксплуатации, а возможность использования приобретаемой вещи в кредитный период дает заемщикам возможность оформить страхование в случае увеличения цен на такую продукцию [22].

Одной из основных проблем в потребительском кредитовании в России принято считать достаточно высокие процентные ставки. Причиной этого служит то, что со временем увеличивается процент «безвозвратных кредитов». Решением данной проблемы является усовершенствование всей системы кредитования в целом.

Разумеется, решения проблем в потребительском кредитовании повлияет на положительную динамику банковского сектора. Но следует отметить, что для роста экономики России в целом необходимо решить комплекс проблем, в различных сферах экономики.

Список литературы:

1. Герасимова Е.Б. Анализ качества банковских услуг // Финансы и кредит. – 2004. – № 16. – С. 19-24.
2. Ходжаева И.Е. Оценка кредитоспособности физических лиц с использованием деревьев решений // Банковские технологии. – 2006. – № 5. – С. 30-33.
4. Ли В.О. Об оценке кредитоспособности заемщика (российский и зарубежный опыт) // Деньги и кредит. – 2005. – № 2. – С. 50-54.
5. Едророва В.Н. Стимулирование повышения спроса на кредитные услуги банков: направления маркетинговых усилий по оптимизации клиентской базы // Финансы и кредит. – 2004. – № 12. – С. 3-13.

6. Кузьмичева И.А. Риск ликвидности коммерческих банков российской федерации / И.А. Кузьмичева // Международный журнал прикладных и фундаментальных исследований. – 2015. – № 3.

7. Ворожбит О.Ю. Выявление источников долгосрочных ресурсов как направление повышения ликвидности банковской системы / О.Ю. Ворожбит, Н.С. Терентьева // Территория новых возможностей. Вестник Владивостокского государственного университета экономики и сервиса: науч. журнал. – Владивосток: Изд-во ВГУЭС, 2013. – № 2 (6). – С. 116-133.

8. Авагян Г.Л. Деньги, кредит, банки: учебное пособие для студентов вузов / Г.Л. Авагян, Т.М. Ханина, Т.П. Носова. – М.: Магистр; ИНФРА-М, 2015. – 416 с.

9. Сарнаков И.В. Потребительское кредитование в России: теория, практика, законодательство / И.В. Сарнаков. – Юриспруденция, 2010. – 229 с.

10. Карлик А.Е. Экономика и управление / А.Е. Карлик. – СПб. гос. ун-т экономики и финансов, 2002. – 215 с.

11. Клепач А.Н. Банковская система и рынки капитала в условиях роста конкуренции и новых институциональных преобразований / А.Н. Клепач. – Московский общественный научный фонд, 2005. – 239 с.

12. Библиотека Гумер [Электронный ресурс]. – Режим доступа: www.gumer.info.

13. Электронная библиотека диссертаций [Электронный ресурс]. – Режим доступа: www.diss.rsl.ru.

14. Официальный сайт Института экономического анализа [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.iea.ru>.

15. Официальный сайт Центрального банка РФ [Электронный ресурс]. – Режим доступа: www.cbr.ru.

16. Официальный сайт Росстата [Электронный ресурс]. – Режим доступа: www.gks.ru.

17. Журнал «Коммерсант» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: www.kommersant.ru.

18. Журнал «Экономика России: XXI век» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: www.ruseconomy.ru.

19. Кузьмичева И.А. Система управления банковскими рисками / И.А. Кузьмичева // Журнал фундаментальные исследования. – 2015. – Т. 2, часть 25. – С. 5635-5638.

20. Журнал «Экономист» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: www.economist.com.ru.

21. Финансы организаций [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.gks.ru/wps/wcm/connect/rosstat/rosstatsite/main/finance/#>.

22. Инструменты денежно-кредитной политики Банка России [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.cbr.ru/statistics/?Prtid=idkp_br.

23. Журнал «Деньги и кредит» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.cbr.ru/publ/main.asp?Prtid=MoneyAndCredit>.

Секция 8

***ЭКОНОМИКА, ОРГАНИЗАЦИЯ
И УПРАВЛЕНИЕ
ПРЕДПРИЯТИЯМИ,
ОТРАСЛЯМИ, КОМПЛЕКСАМИ***

ИССЛЕДОВАНИЕ КОНКУРЕНТНОЙ СРЕДЫ НА РЫНКЕ УСЛУГ ПО УПРАВЛЕНИЮ МНОГОКВАРТИРНЫМИ ДОМАМИ В ГОРОДЕ АСТРАХАНЬ

© Мичурина О.Ю.¹, Бемурзиев У.Б.²

Астраханский государственный технический университет,
г. Астрахань

В статье проведена оценка состояния конкурентной среды на рынке услуг по управлению многоквартирными домами в городе Астрахань по данным 2015 года по следующим направлениям: исследование продуктовых границ товарного рынка, субъектов товарного рынка (количественный состав продавцов и покупателей), географических границ товарного рынка, объема товарного ресурса рынка, долей хозяйствующих субъектов на рынке, количественных показателей структуры товарного рынка, качественных показателей товарного рынка (барьеры входа), рыночного потенциала. Анализ выявил благоприятную рыночную ситуацию для развития предприятий данного профиля деятельности, наличие конкуренции на рынке. В условиях конкуренции хозяйствующие субъекты рынка должны работать над усилением конкурентных позиций с целью обеспечения стабильности собственной деятельности, функционирования с прибылью и увеличения доли рынка.

Ключевые слова: анализ конкурентной среды, исследование конкурентной среды, оценка конкурентной среды, рынок услуг по управлению многоквартирными домами.

Обзор состояния конкурентной среды на рынке услуг по управлению многоквартирными домами в городе Астрахани проведен в соответствии с Порядком проведения анализа и оценки состояния конкурентной среды на товарном рынке, утвержденным Приказом ФАС России от 25.04.2006 № 108 [1].

Оценка состояния конкурентной среды на рынке услуг управления многоквартирными домами проведена по данным 2015 года в виде исследования по определению:

¹ Доцент кафедры «Производственный менеджмент и организация предпринимательства», кандидат экономических наук.

² Магистрант кафедры «Производственный менеджмент и организация предпринимательства».

- продуктовых границ товарного рынка;
- субъектов товарного рынка (количественный состав продавцов и покупателей);
- географических границ товарного рынка;
- объема товарного ресурса рынка;
- долей хозяйствующих субъектов на рынке;
- количественных показателей структуры товарного рынка;
- качественных показателей товарного рынка (барьеры входа);
- рыночного потенциала.

Этап 1. Продуктовые и географические границы рынка услуг по управлению многоквартирными домами в городе Астрахани.

В целях проведения данного исследования продуктами границами рынка являются услуги по управлению многоквартирными домами. Под услугами по управлению многоквартирными домами следует понимать оказываемые управляющей организацией работы и услуги по надлежащему содержанию и ремонту общего имущества в многоквартирном доме, предоставление на основании заключенных договоров коммунальных услуг собственникам жилых помещений в таком доме и пользующимся помещениями в этом доме лицам, а также осуществление иной направленной на достижение целей управления многоквартирным домом деятельности.

Согласно Общероссийскому классификатору видов экономической деятельности управлению эксплуатацией жилищного фонда соответствует код 70.32.1 ОКВЭД.

Как следует из положений пункта 2 статьи 161 Жилищного кодекса РФ (ЖК РФ) [2], собственники помещений в многоквартирном доме обязаны выбрать один из способов управления многоквартирным домом:

- 1) непосредственное управление собственниками помещений в многоквартирном доме;
- 2) управление товариществом собственников жилья либо жилищным кооперативом или иным специализированным потребительским кооперативом;
- 3) управление управляющей организацией.

Таким образом, ЖК РФ предусматривает три способа управления многоквартирными домами.

При непосредственном управлении многоквартирным домом собственниками помещений в таком доме договоры оказания услуг по содержанию и (или) выполнению работ по ремонту общего имущества с лицами, осуществляющими соответствующие виды деятельности, заключаются на основа-

нии решений общего собрания указанных собственников. При этом все или большинство собственников выступают в качестве одной стороны заключаемых договоров (ст. 164 ЖК РФ).

Товариществом собственников жилья (ТСЖ) признается некоммерческая организация, объединение собственников помещений в многоквартирном доме для совместного управления комплексом недвижимого имущества в многоквартирном доме, обеспечения эксплуатации комплекса, владения, пользования и в установленных законодательством пределах распоряжения общим имуществом в многоквартирном доме. ТСЖ является юридическим лицом (ст. 135 ЖК РФ).

ТСЖ вправе заключать договоры управления, содержания и ремонта общего имущества в многоквартирном доме и иные договоры в интересах членов товарищества, устанавливать размеры платежей и взносов для каждого собственника помещений, выполнять работы для собственников и предоставлять им услуги, пользоваться иными правами (ст. 137 ЖК РФ).

Жилищные или жилищно-строительные кооперативы (далее ЖСК) – это добровольное объединение граждан и (или) юридических лиц на основе членства в целях удовлетворения потребностей граждан в жилье, а также управления жилыми и нежилыми помещениями в кооперативном доме (ст. 110 ЖК РФ).

Управляющие организации вправе создаваться в любой организационно-правовой форме. Управление многоквартирными домами осуществляют на основании договора управления. При выборе управляющей организации общим собранием собственников помещений в многоквартирном доме с каждым собственником заключается договор управления на условиях, указанных в решении данного общего собрания.

По договору управления многоквартирным домом одна сторона (управляющая организация) по заданию другой стороны (собственников помещений в многоквартирном доме, органов управления ТСЖ либо органов управления жилищного кооператива) в течение согласованного срока за плату обязуется оказывать услуги и выполнять работы по надлежащему содержанию и ремонту общего имущества в таком доме, предоставлять коммунальные услуги собственникам помещений в таком доме и пользующимся помещениями в этом доме лицам, осуществлять иную направленную на достижение целей управления многоквартирным домом деятельность (п. 2 ст. 162 ЖК РФ).

В целях проведения данного исследования географическими границами рынка услуг являются административные границы города Астрахани с населением 531 719 человек по данным Росстата.

Этап 2. Состав хозяйствующих субъектов, действующих на рынке услуг по управлению многоквартирными домами в городе Астрахани. Хозяйствующими субъектами рынка управления многоквартирными домами, в соответствии с ЖК РФ, могут быть Управляющие организации любой формы собственности, ТСЖ и ЖСК. Потребителями услуг управления многоквартирными домами являются собственники помещений в многоквартирных домах, т.е. те лица, которым ЖК РФ предоставлено право выбора способа управления многоквартирным домом и управляющей организации. Это физические и юридические лица – собственники частного жилищного фонда, субъекты РФ и Российская Федерация – как собственники государственного жилищного фонда, муниципальные образования – как собственники муниципального жилищного фонда. Конечными потребителями услуг управления многоквартирными домами являются граждане, проживающие в многоквартирных домах.

В процессе исследования нами установлен перечень хозяйствующих субъектов, осуществляющих управление многоквартирными домами в городе Астрахань (табл. 1).

Таблица 1

**Перечень хозяйствующих субъектов, осуществляющих
управление многоквартирными домами в городе Астрахань
(с количеством домов в управлении от 5 и выше)**

№	Название	Количество домов, шт.	Площадь, м ²
1	ООО «Дом-Сервис»	320	129940.30
2	ООО «Заболдинский»	60	274821.90
3	ООО МФ «Автогородок»	49	183715.00
4	ИП Никитина Е.Ф.	43	196887.89
5	ООО УК «Селена»	38	121302.90
6	ООО «ЖЭК-2»	36	162614.20
7	ООО «УК «Микрорайон»	32	158972.70
8	ООО «Жилкомсервис»	30	97696.90
9	ООО УК «Коммунальные системы»	30	160423.00
10	ООО ПКФ «КонсалтингПроф»	28	207784.30
11	ООО «ЖЭК «Домоуправление»	27	108569.40
12	ООО «Жилищник-2»	24	103780.40
13	ООО УК «Жилгородок»	23	54205.20
14	ООО «Комплекс-А»	23	151522.09
15	ООО УК «Комфорт-Сервис»	22	123742.50
16	ООО УК «Дом»	21	109173.50
17	ООО «Новый Век»	20	85572.52
18	ООО УК «Центр Плюс»	20	98883.05

Окончание таблицы 1

№	Название	Количество домов, шт.	Площадь, м ²
19	ООО «Берег»	19	69195.20
20	ООО «Юго-Восток 2»	18	86004.60
21	ООО «ПКФ «Надежда»	17	62282.90
22	ООО «ЖК «Приволжский затон»	16	66620.90
23	ООО «Квартал Сервис»	16	62225.46
24	ООО УК «Кубанский-С»	16	122340.30
25	ООО «Союз Потребителей»	14	24744.80
26	ООО ГЮИС	14	38468.60
27	ООО «Успех»	13	48157.99
28	ООО УО «Первая»	13	42244.20
29	ООО УО «Мастер»	12	24392.70
30	ООО «Перспектива Плюс»	12	42446.85
31	ООО «УК «Жилсервис»	11	44146.10
32	ООО «ЖЭК-б»	10	24987.00
33	ООО УК Домоуправление	10	51387.50
34	ООО УО «Стрела»	10	51919.51
35	ООО «Альянс»	10	37522.30
36	ООО УК «ЖЭК-12»	9	36524.30
37	ООО «НовоГрад»	8	27037.80
38	ООО УК «Неагтон-КоммунСервис»	8	57183.70
39	ООО «Омега»	7	18271.20
40	ООО «Сфера»	7	30418.40
41	ОАО «Славянка»	7	22471.30
42	ООО УК Квартал	6	44502.40
43	ООО ПКФ «Жилищник-4»	6	33997.40
44	ООО «Доверие»	6	25496.75
45	ООО «Благовест»	6	37239.00
46	ООО УК «Царевская»	6	35154.00
47	ООО УК «Альянс»	5	26534.69
48	ТСЖ «Тихорецкий»	5	13325.80
49	ООО УК «ЖилБэст»	5	60297.20
50	ООО «УК Экском 5»	5	19453.50

В целом в городе Астрахань на рынке услуг по управлению многоквартирными домами функционируют 215 Управляющих организаций, из которых 121 являются ТСЖ и 11 – ЖСК.

Всего Управляющие компании города Астрахань обслуживают 1390 домов общей площадью 4 976 134 кв. м.

Этап 3. Объем рынка услуг по управлению многоквартирными домами города Астрахани и доли хозяйствующих субъектов на рынке. Количественной характеристикой объема товарных ресурсов рынка услуг по управле-

нию многоквартирными домами города Астрахани является общая площадь жилищного фонда города Астрахань в натуральных показателях (тыс. кв. м), приходящаяся на многоквартирные дома.

Доля хозяйствующего субъекта – исполнителя на рынке услуг по управлению многоквартирными домами города Астрахани – определяется как отношение объема жилищного фонда, находящегося в управлении хозяйствующего субъекта к общей площади жилищного фонда города Астрахани, приходящейся на многоквартирные дома, по формуле (1):

$$D_i = V_i / V_m, \quad (1)$$

где D_i – доля хозяйствующего субъекта;

V_i – объем жилищного фонда, находящегося в управлении хозяйствующего субъекта;

V_m – общая площадь жилищного фонда города Астрахани.

Общая площадь жилищного фонда города Астрахани на апрель 2015 года составила 4 976 134 кв. м. Расчет долей рынка хозяйствующих субъектов, осуществлявших в 2015 году управление многоквартирными домами в городе Астрахань, представлен в таблице 2.

Таблица 2

Доли рынка хозяйствующих субъектов, осуществлявших в 2015 году управление многоквартирными домами в городе Астрахань

№	Название	Кол-во домов, шт.	Доля рынка в % по отношению к общему числу домов	Площадь, м ²	Доля рынка в % по отношению к общей площади жилищного фонда г. Астрахань
1	ООО «Дом-Сервис»	320	23,02 %	129940,30	2,611 %
2	ООО «Заболдинский»	60	4,32 %	274821,90	5,523 %
3	ООО МФ «Автогородок»	49	3,53 %	183715,00	3,692 %
4	ИП Никитина Е.Ф.	43	3,09 %	196887,89	3,957 %
5	ООО УК «Селена»	38	2,73 %	121302,90	2,438 %
6	ООО «ЖЭК-2»	36	2,59 %	162614,20	3,268 %
7	ООО «УК «Микрорайон»	32	2,30 %	158972,70	3,195 %
8	ООО «Жилкомсервис»	30	2,16 %	97696,90	1,963 %
9	ООО УК «Коммунальные системы»	30	2,16 %	160423,00	3,224 %
10	ООО ПКФ «КонсалтингПроф»	28	2,01 %	207784,30	4,176 %
11	ООО «ЖЭК «Домоуправление»	27	1,94 %	108569,40	2,182 %
12	ООО «Жилищник-2»	24	1,73 %	103780,40	2,086 %
13	ООО УК «Жилгородок»	23	1,65 %	54205,20	1,089 %
14	ООО «Комплекс-А»	23	1,65 %	151522,09	3,045 %
15	ООО УК «Комфорт-Сервис»	22	1,58 %	123742,50	2,487 %

Окончание таблицы 2

№	Название	Кол-во домов, шт.	Доля рынка в % по отношению к общему числу домов	Площадь, м ²	Доля рынка в % по отношению к общей площади жилищного фонда г. Астрахань
16	ООО УК «Дом»	21	1,51 %	109173,50	2,194 %
17	ООО «Новый Век»	20	1,44 %	85572,52	1,720 %
18	ООО УК «Центр Плюс»	20	1,44 %	98883,05	1,987 %
19	ООО «Берег»	19	1,37 %	69195,20	1,391 %
20	ООО «Юго-Восток 2»	18	1,29 %	86004,60	1,728 %
21	ООО «ПКФ «Надежда»	17	1,22 %	62282,90	1,252 %
22	ООО «ЖК «Приволжский затон»	16	1,15 %	66620,90	1,339 %
23	ООО «Квартал Сервис»	16	1,15 %	62225,46	1,250 %
24	ООО УК «Кубанский-С»	16	1,15 %	122340,30	2,459 %
25	ООО «Союз Потребителей»	14	1,01 %	24744,80	0,497 %
26	ООО ГЮИС	14	1,01 %	38468,60	0,773 %
27	ООО «Успех»	13	0,94 %	48157,99	0,968 %
28	ООО УО «Первая»	13	0,94 %	42244,20	0,849 %
29	ООО УО «Мастер»	12	0,86 %	24392,70	0,490 %
30	ООО «Перспектива Плюс»	12	0,86 %	42446,85	0,853 %
31	ООО «УК «Жилсервис»	11	0,79 %	44146,10	0,887 %
32	ООО «ЖЭК-6»	10	0,72 %	24987,00	0,502 %
33	ООО УК Домоуправление	10	0,72 %	51387,50	1,033 %
34	ООО УО «Стрела»	10	0,72 %	51919,51	1,043 %
35	ООО «Альянс»	10	0,72 %	37522,30	0,754 %
36	ООО УК «ЖЭК-12»	9	0,65 %	36524,30	0,734 %
37	ООО «НовоГрад»	8	0,58 %	27037,80	0,543 %
38	ООО УК «Неатон-КоммунСервис»	8	0,58 %	57183,70	1,149 %
39	ООО «Омега»	7	0,50 %	18271,20	0,367 %
40	ООО «Сфера»	7	0,50 %	30418,40	0,611 %
41	ОАО «Славянка»	7	0,50 %	22471,30	0,452 %
42	ООО УК Квартал	6	0,43 %	44502,40	0,894 %
43	ООО ПКФ «Жилищник-4»	6	0,43 %	33997,40	0,683 %
44	ООО «Доверие»	6	0,43 %	25496,75	0,512 %
45	ООО «Благовест»	6	0,43 %	37239,00	0,748 %
46	ООО УК «Царевская»	6	0,43 %	35154,00	0,706 %
47	ООО УК «Альянс»	5	0,36 %	26534,69	0,533 %
48	ТСЖ «Тихорецкий»	5	0,36 %	13325,80	0,268 %
49	ООО УК «ЖилБэст»	5	0,36 %	60297,20	1,212 %
50	ООО «УК Экском 5»	5	0,36 %	19453,50	0,391 %
...					
Итого		1390	100 %	4976134	100 %

Наибольшую долю рынка по управлению многоквартирными домами города Астрахань по показателю площади в 2015 году занимает компания ООО «Заболдинский» (5,52 %). За ней следуют компании ООО ПКФ «Консал-

тингПроф» с долей рынка 4,18 %, ООО МФ «Автогородок» – 3,69 %, ИП Никитина Е.Ф. – 3,96 %, ООО «ЖЭК-2» – 3,27 %, ООО «УК «Микрорайон» – 3,2 %, ООО УК «Коммунальные системы» – 3,22 %, ООО «Комплекс-А» – 3,05 %.

По состоянию на апрель 2015 года:

- в управлении действующих ТСЖ находится 2 787 тыс. кв. м (56,28 % от общего объема жилищного фонда города Астрахань);
- в управлении действующих ЖСК находится – 249 тыс. кв. м (5,12 % от общего объема жилищного фонда города Астрахань);
- в управлении Управляющих организаций находится – 1 941 тыс. кв. м (38,6 % от общего объема жилищного фонда города Астрахань).

Этап. 4. Уровень концентрации рынка услуг по управлению многоквартирными домами в городе Астрахани. Рыночная концентрация – это степень преобладания одного или нескольких независимых хозяйствующих субъектов в системе реализации взаимозаменяемых товаров на одном отраслевом рынке.

Расчет степени концентрации рынка и доли фирм необходим:

- для определения доминирующего положения;
- для включения в Реестр хозяйствующих субъектов с долей рынка более 35 %;
- с целью выявления согласованных действий фирм, ограничивающих конкуренцию;
- с целью выявления злоупотреблений доминирующим положением фирм, которые преследуются законом;
- для разработки политики демополизации на отраслевом рынке и поддержке малого предпринимательства;
- для государственного контроля за созданием, реорганизацией, ликвидацией коммерческих организаций и их объединений;
- для государственного контроля за соблюдением антимонопольного законодательства при приобретении акций (долей) в уставном капитале коммерческих организаций.

Показатели концентрации характеризуют степень неравномерности распределения объемов производства или продаж товара между фирмами, а также возможность воздействия каждого из них на общие условия обращения товаров на отраслевом рынке. Уровень концентрации тем выше, чем меньше число фирм, функционирующих на данном рынке.

Первый показатель, который используется для оценки рыночной концентрации – это коэффициент рыночной концентрации (CR), который рас-

считывается как процентное отношение объема обслуживаемого жилищно-фонда определенным числом крупнейших исполнителей к общему объему обслуживаемого жилищного фонда.

Таблица 3

**Расчет коэффициента концентрации для рынка
услуг по управлению многоквартирными домами
города Астрахани**

Ранжированный по долям рынка список 25 крупнейших Управляющих компаний города Астрахани	№	Название	Доля рынка общей площади жилищного фонда г. Астрахань, %
	1	ООО «Заболдинский»	5,36 %
	2	ООО ПКФ «КонсалтингПроф»	4,18 %
	3	ИП Никитина Е.Ф.	3,81 %
	4	ООО МФ «Автогородок»	3,69 %
	5	ООО «УК «Микрорайон»	3,19 %
	6	ООО «Комплекс-А»	3,04 %
	7	ООО «ЖЭК-2»	2,68 %
	8	ООО «Дом-Сервис»	2,61 %
	9	ООО УК «Комфорт-Сервис»	2,49 %
	10	ООО УК «Коммунальные системы»	2,48 %
	11	ООО УК «Кубанский-С»	2,46 %
	12	ООО УК «Селена»	2,44 %
	13	ООО УК «Дом»	2,19 %
	14	ООО «ЖЭК «Домоуправление»	2,18 %
	15	ООО «Жилищник-2»	2,00 %
	16	ООО УК «Центр Плюс»	1,99 %
	17	ООО «Юго-Восток 2»	1,73 %
	18	ООО «Новый Век»	1,72 %
	19	ООО «Жилкомсервис»	1,60 %
	20	ООО «Берег»	1,39 %
	21	ООО «ЖК «Приволжский затон»	1,28 %
	22	ООО «ПКФ «Надежда»	1,25 %
	23	ООО «Квартал Сервис»	1,22 %
	24	ООО УК «ЖилБэст»	1,21 %
25	ООО УК «Неагон-КоммунСервис»	1,15 %	
Расчет коэффициентов рыночной концентрации	$(CR-3) = 5,36 \% + 4,18 \% + 3,81 \% = 13,35 \%$		
	$(CR-4) = 13,35 \% + 3,69 \% = 17,05 \%$		
	$(CR-6) = 17,05 \% + 3,19 \% + 3,04 \% = 23,29 \%$		
	$(CR-8) = 23,29 \% + 2,68 \% + 2,61 \% = 28,57 \%$		
	$(CR-10) = 28,57 \% + 2,49 \% + 2,48 \% = 33,54 \%$		
	$(CR-25) = 33,54 \% + 2,46 \% + 2,44 \% + 2,19 \% + 2,18 \% + 2,00 \% + 1,99 \% + 1,73 \% + 1,72 \% + 1,60 \% + 1,39 \% + 1,28 \% + 1,25 \% + 1,22 \% + 1,21 \% + 1,15 \% = 59,35 \%$		

Рекомендуется использовать уровень концентрации трех (CR-3), четырех (CR-4), шести (CR-6), восьми (CR-8), десяти (CR-10), двадцати пяти (CR-25) крупнейших продавцов.

Если мы имеем ряд продавцов, ранжированный по их доли продаж на рынке Д1, Д2, Д3, ..., Д25, то:

$$(CR-3) = Д1 + Д2 + Д3 \quad (2)$$

$$(CR-4) = (CR-3) + Д4 \quad (3)$$

$$(CR-6) = (CR-4) + Д5 + Д6 \quad (4)$$

$$(CR-8) = (CR-6) + Д7 + Д8 \quad (5)$$

$$(CR-10) = (CR-8) + Д9 + Д10 \quad (6)$$

$$(CR-25) = (CR-10) + Д11 + Д12 + \dots + Д24 + Д25 \quad (7)$$

Проранжируем 25 крупнейших управляющих компаний города Астрахани по долям рынка услуг по управлению многоквартирными домами и рассчитаем коэффициент рыночной концентрации по 3-м, 4-м, 6-ти, 8-ми, 10-ти и 25-ти крупнейшим компаниям (табл. 3).

Таким образом, в соответствии с расчетом коэффициента рыночной интеграции мы получили значение $(CR-3) = 13,35 \% < 45 \%$.

В качестве второго индикатора конкуренции рынка услуг по управлению многоквартирными домами города Астрахани, оценки уровня его монополизации применим индекс Херфиндаля-Хиршмана (ННН), который с 1982 года используется в США при проведении антимонопольной политики и определяется как сумма квадратов долей всех фирм действующих на рынке:

$$ННН = \sum_{i=1}^n Y_i^2, \quad (8)$$

где Y_i – рыночная доля фирмы;

n – количество фирм, действующих на рынке.

Рассчитанный нами по данным таблицы 3 индекс Херфиндаля-Хиршмана рынка услуг по управлению многоквартирными домами в городе Астрахани принимает значение, равное 193,14.

В соответствии с различными значениями коэффициентов концентрации и коэффициентов Херфиндаля-Хиршмана выделяются три типа рынка по степени концентрации (табл. 4).

Выявленные при анализе показатели коэффициентов рыночной интеграции: $(CR-3) = 13,35 \% < 45 \%$ и $(CR-4) = 17,05 \% < 45 \%$, а также коэф-

фициента Херфиндаля-Хиршмана $HHI = 193,14 < 1000$, что говорит о формировании низкоконцентрированного рынка. Следовательно, рынок услуг по управлению многоквартирными домами города Астрахани является конкурентным.

Таблица 4

Классификация типов рынка по степени концентрации

Высококонцентрированные рынки	При $70 \% < CR3 < 100 \%$ $2000 < HHI < 10\ 000$	При $80 \% < CR4 < 100 \%$ $1800 < HHI < 10\ 000$
Умеренно концентрированные рынки	При $45 \% < CR3 < 70 \%$ $1000 < HHI < 2000$	При $45 \% < CR4 < 80 \%$ $1000 < HHI < 1800$
Низкоконцентрированные рынки	При $CR3 < 45 \%$ $HHI < 1000$	При $CR4 < 45 \%$ $HHI < 1000$

Этап 5. Барьеры входа на рынок услуг по управлению многоквартирными домами города Астрахани. К качественным показателям, характеризующим структуру товарного рынка, относятся наличие (отсутствие) барьеров входа на рынок для потенциальных конкурентов и степень их преодолимости.

По данным Управления Федеральной антимонопольной службы по Астраханской области [3] существуют следующие барьеры входа на рынок управления многоквартирными домами города Астрахань:

- низкая информированность граждан о перечне организаций, осуществляющих управление многоквартирными домами;
- недоверие населения;
- несвоевременное внесение собственниками платежей за обслуживание дома, что ведет к задержке оплаты услуг с электро-, тепло-, водо-, газоснабжающими организациями;
- распространение сведений отдельными хозяйствующими субъектами порочащих деловую репутацию других управляющих организаций;
- отсутствие координационного консультационного центра для проведения разъяснительной работы с управляющими компаниями, получения юридических консультаций;
- низкая заинтересованность управляющих организаций в отдельно стоящих домах небольшой площади;
- неготовность населения нести бремя собственности;
- наличие жилищного фонда с высокой степенью износа, ветхого и аварийного.

По мнению астраханских управляющих компаний данные барьеры не являются непреодолимыми, и могут быть снижены под влиянием, как самих Управляющих компаний, так и органов власти.

Таким образом, анализ состояния конкурентной среды на рынке услуг по управлению многоквартирными домами в городе Астрахань выявил благоприятную рыночную ситуацию для развития предприятий данного профиля деятельности, наличие конкуренции на рынке, что обуславливает необходимость усиления конкурентных позиций каждого хозяйствующего субъекта рынка с целью обеспечения стабильности собственной деятельности, функционирования с прибылью и увеличения собственной доли рынка.

Список литературы:

1. Приказ Федеральной антимонопольной службы от 25 апреля 2006 г. № 108 «Об утверждении Порядка проведения анализа и оценки состояния конкурентной среды на товарном рынке» [Электронный ресурс] // Информационно-правовой портал Гарант. – Режим доступа: <http://www.garant.ru/products/ipo/prime/doc/12048673/#ixzz3cvPFC8oG>.
2. Жилищный кодекс (ЖК РФ) [Электронный ресурс] // Информационно-правовой портал Гарант. – Режим доступа: <http://base.garant.ru/12138291/>.
3. О рынке услуг по управлению многоквартирными домами в Астрахани [Электронный ресурс] // Астрахань.Ру: региональный интернет-портал. – Режим доступа: <http://www.astrakhan.ru/?content=news-item&id=76895>.

Секция 9

***ЭКОНОМИЧЕСКАЯ
БЕЗОПАСНОСТЬ***

ВЫЯВЛЕНИЕ УГРОЗ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ БЕЗОПАСНОСТИ В СФЕРЕ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

© Ситникова А.С.¹

Уральский государственный экономический университет,
г. Екатеринбург

Современное развитие предпринимательства тесно связано с наличием высокого уровня его экономической безопасности, поскольку только в таких условиях возможно эффективное стратегическое планирование деятельности, результативное управление и контроль за осуществлением всех, как внутренних, так и внешних, хозяйственных процессов, а также построение плодотворных отношений с другими субъектами экономической системы.

Ключевые слова: экономическая безопасность, предпринимательская деятельность, угрозы экономической безопасности, риски, внутренние угрозы, внешние угрозы.

Исходя же из того, что в предпринимательской деятельности обязательно присутствует риск, и он всегда выполняется в ситуациях неопределенности, необходимость своевременного и объективного установления наличия и влияния дестабилизирующих факторов является достаточно актуальной и такой, что обеспечивает живучесть субъектов предпринимательства на рынке.

Экономическая безопасность индивидуального предпринимателя – это состояние наиболее эффективного использования ресурсов для предотвращения угроз и обеспечения стабильного функционирования в настоящее время и в будущем [4, с. 256]. Индивидуальный предприниматель – это в первую очередь объект экономических отношений. Владелец предприятия ставит результатом деятельности достижения поставленной им цели, которая, как правило, носит экономический характер [5, с. 33].

Для предотвращения угрозы утраты экономической безопасности индивидуального предпринимателя необходимо постоянно учитывать весь спектр многочисленных факторов, от которых зависит живучесть предпринимательства. Следует спрогнозировать показатели, которые необходимо достичь индивидуальному предпринимателю (объекты производства, тех-

¹ Магистрант.

нического развития, финансового обеспечения); оценивать уровень экономической безопасности, разрабатывать рекомендации с целью повышения этого уровня.

К факторам обеспечения экономической безопасности предпринимательства относятся [4, с. 204]:

1. Степень адаптивности стратегического потенциала предпринимательства, что определяется не только внутренними, но и внешними воздействиями. В первую очередь, такое воздействие возникает из-за спроса на продукцию индивидуального предпринимателя, изменчивость которого обусловлена комплексом причин экономического, политического, демографического и социально-культурного характера. На адаптивность стратегического потенциала предпринимательства влияет также конъюнктура, что складывается на рынках материальных ресурсов, финансовых рынках, рынках рабочей силы, информации, услуг и тому подобное. Это означает, что, как и всякая система, стратегический потенциал предпринимательства имеет предельные возможности адаптации к условиям производства, что меняются. Наличие таких предельных возможностей адаптации обусловлено периодической потребностью в техническом перевооружении и реконструкции предпринимательства, обновлении или повышении уровня квалификации его персонала, изменении стратегических зон хозяйствования, а возможно, и в смене вида деятельности.
2. Зависимость индивидуального предпринимателя от интенсивности кооперированных связей с поставщиками разного рода ресурсов. Речь идет о зависимости предпринимательства от стабильности поставок необходимых ресурсов как с точки зрения качества ресурсов, поставляемых, так и полноты и своевременности поставок.
3. Охрана коммерческой тайны предпринимательства, с одной стороны, и накопление информации о возможном вмешательстве других экономических агентов в деятельность индивидуального предпринимателя – с другой. Распространение конфиденциальной информации за пределы предприятия может нанести ему существенный вред. Одновременно с охраной коммерческой тайны предприниматель должен организовывать сбор, накопление и обработку информации о деятельности реальных и потенциальных конкурентов, что могут повлиять на существующий статус индивидуального предпринимателя.

4. Степень возможного риска принимаемых решений. Экономическая безопасность индивидуального предпринимателя практически определяется способностью умело рисковать при принятии стратегически важных для будущего решений. Необходимо постоянно сравнивать возможные выигрыши и затраты. Как свидетельствует практика, вероятность работы без риска чрезвычайно мала. Кроме того, необходимо помнить и о возможных последствиях реализованных решений в будущем для самого предпринимателя, а также и для региона страны, в первую очередь экологических. Важно попадать в зону допустимого риска, то есть в зону, где величина возможных потерь от принятия того или иного решения не превышает величины прогнозируемой прибыли.

Риски в случае отсутствия мер по их минимизации или игнорирование их имеют свойство накапливаться или расти и формировать опасные ситуации в любой деятельности, в том числе и в предпринимательской.

Существует достаточно много подходов к классификации угроз: за происхождением, за направленностью, за степенью сформированности, по сфере деятельности, по степени субъективного восприятия и т.д. Не вдаваясь до раскрытия всех подходов к классификации угроз остановимся лишь на тех из них, которые имеют существенное значение для рассмотрения вопросов, связанных с обеспечением безопасности индивидуального предпринимателя.

В первую очередь важной является классификация за происхождением субъектов угроз. Здесь угрозы классифицируются как внутренние и внешние.

Внутренние угрозы деятельности индивидуального предпринимателя обусловлены, прежде всего, недостаточной квалификацией его работников, недобросовестным, конфликтным, преступным поведением. Кроме того, внутренние угрозы могут образовываться от использования несовершенных, неэффективных технологий производства или информационного обеспечения, неадекватного предпринимательской деятельности внутри объектного режима в учреждениях субъектов предпринимательства. При всех условиях, источником таких угроз являются персонал субъектов предпринимательства, лица, привлеченные к обеспечению его деятельности, а также технологии производства или управления в процессе деятельности субъекта [2, с. 6].

Наиболее распространенной угрозой, которая поступает от персонала – непрофессиональная его деятельность, особенно исполнителей.

Кроме того, значительное место здесь занимает мошенничество с финансовыми ресурсами и имуществом, финансовыми инструментами, пластиковыми платежными средствами. Следует обратить внимание, что по

объемам причиненного вреда мошенничество как угроза в деятельности субъектов предпринимательства находится на первом месте. Причем схемы мошеннических действий, как правило, каждый раз применяют более совершенные, а то и вовсе новые.

Распространенными в деятельности индивидуального предпринимателя являются кражи, совершенные их персоналом как имущества, так и средств. Значительное место занимает фальсификация документов, кассовых и бухгалтерских книг, договоров, сумм на банковских счетах, подделка документов, оплата личных счетов средствами субъектов, «откаты» при проведении операций, использование созданных работниками фиктивных фирм, незаконное использование с корыстной целью имущества индивидуального предпринимателя, незаконное внесение изменений в бухгалтерский учет, скрытое (под видом получения авансовых сумм) кредитование, несанкционированное распространение информации, модификация электронной информации, оплата невыполненных работ, создание конфликтных ситуаций в коллективах и др. Как видим, перечень проблем, которые могут получить индивидуальные предприниматели от своих работников довольно большой и такие неурядицы имеют тенденцию к усложнению.

Итак, практика обеспечения безопасности предпринимательской деятельности показывает, что основными причинами формирования угроз в деятельности и поведении персонала субъектов предпринимательства являются:

- низкий уровень профессиональной подготовки работников;
- низкое состояние воспитательной и профилактической работы в учреждениях субъектов предпринимательства;
- несовершенная система заработной платы и стимулирования труда персонала;
- нарушение правил кадровой работы, несоответствие кадровой политики условиям предпринимательской деятельности;
- психологические и коммуникационные особенности работников;
- отсутствие нормативной базы субъектов предпринимательства, которая бы устанавливала режимы их деятельности и правила поведения персонала;
- низкое состояние трудовой и производственной дисциплины, слабая требовательность руководящего состава субъектов предпринимательства к персоналу;
- отсутствие адекватной ситуации системы кадровой безопасности в деятельности субъектов предпринимательства [1, с. 307].

Угрозы, возникающие вследствие несовершенных технологий могут обуславливаться использованием высоко-затратных материалов, оборудования, программного обеспечения, в целом технологий, а также технологий, в которых отсутствуют элементы защиты или элементы неадекватной ситуации, в которых проводится предпринимательская деятельность. Такие недостатки формируют определенные предпосылки для негативного поведения отдельных работников, связанного с бесконтрольным использованием средств субъектов предпринимательства, нарушением режимов их деятельности.

Основными субъектами внешних угроз в предпринимательской деятельности предприятий, фирм, банков могут быть:

- их конкуренты;
- лица, осуществляющие криминальную деятельность и криминальные группировки;
- клиенты и партнеры субъектов предпринимательства;
- органы контроля и надзора;
- отдельные недобросовестные работники государственных учреждений, правоохранительных органов и органов власти;
- средства массовой информации;
- бывшие работники субъектов предпринимательства;
- спецслужбы иностранных государств, связанные с ними лица и организации, целью деятельности которых является получение экономической информации;
- лица и организации, которые занимаются рейдерской деятельностью;
- лица и организации, в действиях которых есть признаки террористической деятельности [3].

Кроме того, внешние угрозы могут образовываться стихийными бедствиями, техногенными авариями и катастрофами, которые могут возникать вблизи учреждений индивидуального предпринимателя и своими поражающими факторами угрожать им.

Особый вид угроз для деятельности субъектов предпринимательства может образовываться через определенную политическую ситуацию, как в стране, так и в отдельных ее регионах. Разбалансированность в деятельности органов власти, негативные последствия реформирования экономики, коррупция, обострение криминальной ситуации, ограничения демократических достижений общества могут образовывать ситуации длительного или даже постоянного повышенного риска в деятельности индивидуального предпринимателя, обуславливать агрессивное поведение к ним со стороны клиентов, недоверие населения.

Экономические угрозы могут реализовываться в форме коррупции, мошенничества, недобросовестной конкуренции, использования субъектами предпринимательства неэффективных технологий, рейдерства. Реализация таких угроз ведет к нанесению ущерба субъектам предпринимательства, упущение ими выгоды или вообще потери ликвидности.

Основными причинами возникновения экономических угроз могут быть: недостаточная адаптация отдельных субъектов предпринимательства в постоянно меняющихся условиях рынка; общая неплатежеспособность субъектов хозяйствования; растущая преступность; потребительский менталитет значительного числа граждан; низкий уровень трудовой дисциплины и ответственности работников предприятий, банков; недостаточное правовое регулирование определенных видов деятельности; низкий профессиональный уровень субъектов предпринимательства и др.

Физические угрозы реализуются в форме краж, грабежей имущества и средств субъектов предпринимательства, поломок, вывода из строя их оборудования, неэффективной его эксплуатации. В результате реализации таких угроз субъектам предпринимательства наносятся убытки, связанные с потерей своей собственности и необходимостью нести дополнительные расходы на восстановление средств производства и других материальных средств.

Основными причинами физических угроз является неэффективная кадровая политика субъектов предпринимательства, низкая профессиональная подготовка специалистов, недостаточный уровень охраны и режима безопасности, низкий контроль состояния работы работников.

Интеллектуальные угрозы проявляются как разглашение или неправомерное использование информации субъектов предпринимательства, их дискредитация на рынке, а также могут быть реализованными в форме различного рода социальных конфликтов. Кроме того, к интеллектуальным угрозам следует отнести проведение против субъектов предпринимательства психологических и идеологических диверсий. Результатом реализации таких угроз могут быть убытки, ухудшение имиджа, социальная или психологическая напряженность вокруг индивидуального предпринимателя или в его коллективе, дестабилизация внутренней работы. Причинами таких угроз, как правило, выступают обострения конкуренции на региональных рынках, неэффективная кадровая политика субъектов предпринимательства, нарушения принципа гласности результатов деятельности, отсутствие или неэффективность мероприятий информационного режима субъектов предпринимательства, нарушения ими законодательства.

Таким образом, угрозы экономической безопасности субъектов предпринимательства достаточно разнообразны, имеют значительное количество источников, характерные для различных условий и видов деятельности. Главное, что указанные угрозы имеют постоянный характер, они являются постоянными спутниками рыночных отношений, особенностей общественной жизни, условий жизнедеятельности. Полностью побороть их невозможно, что требует от предпринимателей обязательного учета их наличия и принятия необходимых мер защиты от них и противодействия им.

Список литературы:

1. Асаул А.Н. Организация предпринимательской деятельности: учебник для вузов [Текст]. – 4-е изд. Стандарт третьего поколения. – СПб.: Питер, 2013. – 352 с.
2. Безверхая Е.Н. Экономическая безопасность предприятия: сущность и факторы [Текст] / Е.Н. Безверхая, И.И. Губа, К.А. Ковалева // Политематический сетевой электронный научный журнал Кубанского государственного аграрного университета. – 2015. – № 108. – С. 1-12.
3. Гладченко Т.Н. Индикаторы экономической безопасности предпринимательской деятельности / Т.Н. Гладченко [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://universal-group.in.ua>.
4. Захаров О.Л. Обеспечение комплексной безопасности предпринимательской деятельности [Текст]. – М.: АСТ, Астрель, ВКТ, 2009. – 320 с.
5. Иванова Л.К. Экономическая безопасность предприятия [Текст] / Л.К. Иванова // Вестник Уфимского государственного авиационного технического университета. – 2013. – № 7 (60), Т. 17. – С. 30-33.

Секция 10

***ПРАВОВОЕ РЕГУЛИРОВАНИЕ
СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКИХ
ОТНОШЕНИЙ***

ОЦЕНКА ЭФФЕКТИВНОСТИ ПРАВОВОГО ВОЗДЕЙСТВИЯ: ПОДХОДЫ, КРИТЕРИИ И НЕРЕШЕННЫЕ ВОПРОСЫ ТЕОРИИ¹

© **Воронцов С.Г.**²

Пермский государственный национальный исследовательский университет,
г. Пермь

Понятия «эффективность права», «эффективность правового воздействия», «эффективность правового регулирования», или «эффективность правовых норм» не имеют в российской юридической науке однозначного понимания. Нет среди российских ученых и единого мнения о том, какие же критерии и показатели необходимо использовать при оценке правового воздействия. Можно утверждать, что единство взглядов российских ученых правоведов по проблемам названной тематики достигнуто только по двум вопросам. Во-первых, признается, что поиск действенного рецепта оценки эффективности правового воздействия есть дело архиважное. Второе: проблема пока все еще не нашла своего отражения в системном комплексном научном исследовании.

Ключевые слова: эффективность права, эффективность правового регулирования; механизмы правового стимулирования должника к надлежащему исполнению обязательств; условия обеспечения исполнения обязательств.

Краткий обзор отдельных позиций, высказанных в российской юридической литературе по вопросам оценки эффективности права.

Классической дефиницией понятия «эффективность права», как отмечает профессор Г.С. Беляева, считается определение, данное в 1980 г. группой авторов (В.В. Глазырин, В.Н. Кудрявцев, В.И. Никитинский, И.С. Самощенко) [3, с. 124]. Суть его сводится к пониманию эффективности права как соотношения фактического результата действия норм права с теми социальными целями, для достижения которых эти нормы были приняты [8, с. 22]. При этом условия эффективности права должны относиться: 1) к самой норме; 2) к деятельности правоприменительных органов; 3) к особенностям

¹ Статья подготовлена при финансовой поддержке РГНФ, грант № 16-03-00741 «Система правовых механизмов стимулирования должника к надлежащему исполнению обязательств и гарантирования интересов кредитора в российском гражданском праве».

² Доцент кафедры Предпринимательского права, гражданского и арбитражного процесса, кандидат юридических наук.

правосознания и поведения граждан, соблюдающих или нарушающих требования правовой нормы. Соединение этих условий воедино обеспечивает высокую эффективность действия правовой нормы. Данная теория именуется в российской юридической литературе как «целевая концепция эффективности».

Обозначенный подход является классическим не только в плане данного определения, но и благодаря тому, что соотношением «цель-результат» в качестве приема оценки эффективности права пользовались еще древние греки. В качестве доказательства достаточно привести цитату из сочинений Платона, в которых он пишет о том, что цель законодателя – «сделать людей возможно более счастливыми и дружелюбными. Но разве будут граждане дружелюбны там, где между ними много тяжб и несправедливостей? Нет...» [11, с. 195].

Не смотря на богатое историческое прошлое и классицизм целевая концепция эффективности не находит должной поддержки у современных российских правоведов, которые пытаются дополнить и усовершенствовать ее.

Одной из таких попыток является «плюралистический, интегративный подход» в оценке эффективности права. По сути, он объединяет в себе несколько уже известных вариантов, пытаясь рассмотреть проблему с разных сторон. Среди комплексных критериев оценки профессор Г.С. Беляева, являющаяся сторонником этого подхода, к примеру, выделяет: результативность; соответствие нормы права социальным ценностям и интересам; известность адресату, понятность, непротиворечивость, соразмерность целей и средств, действенная работа правоохранителей, адекватность правовой культуре и правосознанию [3, с. 126].

Разновидностью интегративного понимания проблемы эффективности права является и позиция А.А. Абрамовой, разделяющей критерии эффективности механизма правового регулирования (далее МПР) на общесистемные, статические и динамические. К ним она в частности относит: общесистемные (устойчивость, мобильность МПР, взаимообеспеченность, непротиворечивость, беспробельность, полнота); статические (рациональная структура МПР, структурная полнота, соответствие структуры поставленной цели); динамические (кумулятивность, краткость, упорядоченность, гибкость и темп процесса) [1, с. 6].

Третьим вариантом оценки эффективности права обозначенным в отечественной юридической литературе является так называемая «полезная концепция». В рамках этого подхода результат правового воздействия сопоставляется уже не с целью, изначально ставившейся законодателем, а с

интересами социума. При этом оценивается «способность оказывать влияние на общественные отношения в полезном для общества направлении» [10, с. 3; 13, с. 31-35].

Четвертым вариантом диагностики является «информационный» подход, сформулированный на кафедре предпринимательского права, гражданского и арбитражного процесса Пермского государственного национального исследовательского университета. Согласно этой концепции право рассматривается как один из видов массовой информации, имеющей конкретные и просчитываемые IT-характеристики [7, с. 16-22]. Этот вариант оценки осуществляется через применение кибернетических моделей и схем, используемых, как правило, при «оцифровке» результативности работы средств массовой информации, рекламных и пропагандистских компаний. Классическим способом такой диагностики является, к примеру, пятивопросная модель Г. Лоссуэлла (Кто говорит? Кому говорит? Что говорит? По какому каналу? С каким эффектом?) [5, р. 88-93].

В качестве следующей, пятой по счету методики, можно считать подход, в соответствии с которым результат правового воздействия сопоставляется с произведенными при этом затратами [4, с. 17-18]. Собственно говоря, это и есть истинное, неправовое, а экономическое понимание термина «эффективность». Значение «экономической» эффективности права трудно переоценить. Очевидно, что величину затрат, производимых при совершении каких-либо действий, необходимо учитывать. Бесспорно, что величина затрат может сделать бессмысленным само достижение цели или свести к нулю все произведенные усилия. При всей очевидности этого утверждения, российское правоведение не особо жалуется этот подход и здорового экономизма в современном российском праве явно не хватает. Даже преподаваемые в отдельных вузах страны учебные курсы на тему «Экономика права» содержательно представляют собой лишь один из вариантов дисциплины «Правоведение».

Нерешенные вопросы теории. Какие вопросы остались за рамками высказанных рассуждений об эффективности права? Чего не хватает в имеющейся теории для того, что бы она без преувеличения могла называться системной и полной? Отвечая на эти вопросы, можно сказать следующее.

Во-первых, не трудно заметить, все имеющиеся рассуждения на тему эффективности представляют собой попытки ответить на вопрос: хорошо ли работает право? То есть то, что право есть и каким-то образом уже работает, во всех вышеназванных подходах презюмируется.

А если права нет? К примеру, из содержания действующих конституций многих стран, в том числе и из текста Конституции России, следует, что не все государства являются правовыми.

Кроме того, отечественному правоведению известна позиция, выказанная Романом Зиновьевичем Лившицем, согласно которой право есть нормативно закреплённая справедливость, несправедливый закон не есть право [9, с. 16]. В развитие этой идеи профессор Л.Ю. Бугров, в свое время, сформулировал целый ряд принципов «неправа»: «отрицание верховенства законов, в узком смысле слова и признание ведущей роли подзаконных нормативных актов; расхождение деклараций и принципов в законодательстве с другими нормами; изложение содержания нормативных актов, затрудняющие их понимание и адекватное толкование; доведение до широкого сведения только части нормативных актов и, как правило, со значительным опозданием; келейная подготовка проектов нормативных актов в основном силами аппаратчиков при формальном участии общественности; нестабильность юридических нормативных актов [6, с. 76-77].

Таким образом, возникает закономерный вопрос, а что делать с теорией эффективности, когда речь идет о неправовых государствах или нормативно-правовых актах, или даже целых отраслях права, которые не являются правовыми по своей сути? Применимы ли в этих случаях имеющиеся подходы?

Представляется, что нет. Прежде чем начинать «лечение», необходимо выяснить, а «жив ли пациент»? Поэтому оправданно начинать решение рассматриваемой проблемы не с понятия и критериев оценки правовой эффективности, а с разработки методик постановки общего диагноза государственно-правовым системам. Примерно так, как это делал Платон. Пользуясь его методикой из вышеприведенной цитаты и данными российской судебной статистики, можно действующее российское законодательство и право на предмет эффективности дальше не исследовать. По Платону право у нас просто не работает.

Фактически критерии эффективности права должна плавно вытекать из положений теории правового государства, которая к стати говоря, тоже пока не обзавелась вразумительными показателями деления государств на правовые и неправовые.

Во-вторых, при разработке теории эффективности необходимо исходить из дуалистической, информационно-административной природы права. Вывод о двойной, дублирующей природе правовых норм вытекает, и из структуры, и из функций правовых норм, и из особенностей механизма правового регулирования. Указание на эту особенность можно найти еще у Платона:

«Издавая законы можно пользоваться двумя средствами – убеждением и силой» [11, с. 175]. Современное правоведение тоже учитывает эту двойственность. В качестве подтверждения можно сослаться и на имеющееся деление основных функций права (регулятивная, охранительная), и на классификации правовых норм. К примеру, профессор А.А. Ушаков, исходя из положений структурно-функционального подхода, делил все правовые нормы на две подсистемы: положительную (или регулятивную) и отрицательную (или охранительную) [12, с. 3-25].

Следовательно, необходимость четко разделять «рецепты» эффективно-го права на два состава. Первые советы будут касаться вопросов, связанных с правилами составления текстов, языком нормативных актов, порядком их опубликования, разъяснения и толкования. А вторая часть рекомендаций должна быть посвящена структуре правоохранительных органов, порядку их работы, распределению полномочий и т.д.

Третье. В науке, в том числе и юридической, существует правило, в соответствии с которым явление, предмет не может быть понят или объяснен из самого себя. Это диктует необходимость изучения вопросов эффективности через сопоставление права с иными видами социальных норм.

В отечественной экономической науке известно и активно используется понятие синергии. Представляется, что этот эффект может достигаться и при осуществлении нормативно-правового воздействия. Эта возможность в российском правоведении пока остается не изученной. Вместе с тем, очевидно, что эффективность права при определенных условиях может блокироваться разнонаправленным действием других видов социальных норм. Право может попадать с ними в резонанс, а может и прибывать в грубом диссонансе.

Сравним, к примеру, правила религиозных норм с отдельными институтами российского гражданского права. Как стимулировать должника к надлежащему исполнению обязательств, если ряд гражданско-правовых правил противоречат религиозным установкам? Тексты Библии (Евангелие от Матфея. 5.42), Тора (Исход. 22:25; Второзаконие. 23:19-20) и Коран (2:275), как известно, не только осуждают, но и запрещают ростовщичество.

Позиция же российского гражданского законодательства иная, ее можно обозначить как «проростовщическую». Поэтому не случайно, что в период экономического кризиса российский банковский сектор только наращивает свои прибыли на фоне продолжающегося обнищания основной массы населения. За период январь-июль 2016 г., к примеру, «кредитные ор-

ганизации заработали в 13.5 раза больше, чем за аналогичный период прошлого года» [2, с. 4].

Очевидно, что добиваться надлежащего исполнения гражданско-правовых обязательств, при дальнейшей реализации этого подхода будет все сложнее.

Рассмотрим еще один пример. Прощение долга является одним из самых поощряемых Новым заветом способом прекращения обязательств. В частности, он упоминается и в тексте одной из основных христианских молитв (... и прости нам долги наши, ибо и мы прощаем должникам нашим...). Гражданский кодекс РФ тоже предусматривает эту возможность. И российские кредитные организации действительно часто отказываются от права требования, продавая долги своих заемщиков за символическую плату в 1.5-3 %. Продажа долга за эту цену является фактическим прощением. Но суть проблемы, возникающей при этом, заключается в том, что эта уступка производится не в пользу должников, или потребительских объединений, способных нивелировать социальный конфликт, а в пользу третьих лиц. Чаще всего такими лицами выступают коллекторские агентства. Чем заканчивается подобное «прощение», обычным гражданам России хорошо известно. С какой целью создается эта социальная напряженность, остается только гадать.

Подобных примеров по отраслям российского права можно привести достаточно много («законность» вместо «справедливости», «состязательность» вместо принципа «объективной истины»... и т.д.). Все это примеры социально-нормативных диссонансных состояний. Степень влияния этих соотношений на эффективность правового воздействия, пути разрешения имеющихся коллизий и другие смежные вопросы, на наш взгляд, еще только ждут своего исследователя.

Список литературы:

1. Абрамова А.А. Эффективность механизма правового регулирования: автореф. дис. ... канд. юрид. наук. – Красноярск, 2006. – 27 с.
2. Бадмаева И. Когда россияне нищают, банкиры жиреют // Моск. комсомолец. РРЕ. 2016. 17-24 авг.
3. Беляева Г.С. К вопросу о доктринальных и нормативно-правовых критериях оптимизации правового регулирования [Электронный ресурс] // Юридические исследования. – 2015. – № 3. – С. 124-135. – Режим доступа: http://e-notabene.ru/lr/article_14462.html3.
4. Берекашвили Л.Ш. Проблемы оценки деятельности органов внутренних дел. – М., 1981. – 136 с.

5. Braddock R. An Extension of the «Lasswell Formula» // Journal of Communication. – 1958. – № 8.

6. Бугров Л.Ю. Проблемы свободы труда в трудовом праве России. – Пермь: Изд-во Перм. ун-та; Информационно-правовое агентство ИНПЭА. 1992. – 236 с.

7. Воронцов С.Г. К вопросу о проблеме эффективности правового регулирования в современной России // Вестник Пермского университета. Юридические науки. – 2012. – № 3.

8. Глазырин В.В., Кудрявцев В.Н., Никитинский В.И., Самощенко И.С. Эффективность правовых норм. – М.: Юридическая литература. 1980. – 280 с.

9. Лившиц Р.З. Право и закон в социалистическом правовом государстве // Советское государство и право. – 1989. – № 3.

10. Пашков А.С., Чечот Д.М. Эффективность правового регулирования и методы ее выявления // Советское государство и право. – 1965. – № 8.

11. Платон. Законы / Пер. с древнегреч.; Общ. ред. А.Ф. Лосева, В.Ф. Асмуса, А.А. Тахо-Годи. – М.: Изд-во «Мысль». 1999. – 832 с.

12. Ушаков А.А. О функциональной и федеративной структуре системы советского общенародного права // Государство. Право. Законность. Перм. ун.-т. – Пермь, 1973. – С. 3-25.

13. Эффективность действия правовых норм / А.С. Пашков [и др.]. – Л., 1977. – 138 с.

К ВОПРОСУ ОБ УГОЛОВНОЙ ОТВЕТСТВЕННОСТИ ЗА СОЗДАНИЕ «ФИНАНСОВЫХ ПИРАМИД»

© Лавелина В.С.¹

Финансовый университет при Правительстве РФ, г. Москва

Статья посвящена вопросам уголовной ответственности за создание финансовых пирамид. Масштаб деятельности эти организаций представляют реальную угрозу экономической безопасности государства, так как препятствуют притоку капитала в реальный сектор экономики в результате того, что граждане, мотивированные обещанием высокого дохода, инвестируют свои денежные средства не в покупку ценных бумаг или иных финансовых инструментов либо во вклады в банках, а

¹ Студент.

передают их в пользу определенной группы лиц, не осуществляющих никакой предпринимательской или иной экономической деятельности. Кроме того, последующее прекращение выплат по взносам влечет за собой массовое недоверие населения к иным финансовым институтам, а также острые социальные конфликты.

При всей очевидности общественной опасности функционирования финансовых пирамид в России, долгое время отсутствовал прямой уголовно-правовой запрет на их создание и функционирования, а правоприменитель весьма неоднозначно трактовал действия по созданию финансовых пирамид. В связи с чем, введение в УК РФ ст. 172.2 УК РФ «Организация деятельности по привлечению денежных средств и (или) иного имущества» является адекватной и действенной мерой, направленной как на борьбу с созданием и функционированием финансовых пирамид, так и на предупреждение совершения данного преступления.

Ключевые слова: финансовая пирамида, привлечение денежных средств или иного имущества, мошенничество, экономическая деятельность, предпринимательская деятельность.

В 2016 году было внесено немало изменений в Уголовный кодекс РФ. Но мы хотели бы обратить внимание на статью 172.2 «Организация деятельности по привлечению денежных средств и (или) иного имущества», которая была введена Федеральным законом № 78 от 30.03.2016 г.; вступила в силу 10.04.2016 г. [1].

Следует отметить тот факт, что не всегда какие-либо новеллы отечественного уголовного законодательства играют положительную роль, так как, зачастую, их появление не только не решает стоящую перед государством задачу борьбы с преступностью, но наоборот порождает разного рода проблемы у правоприменителя. Что касается анализируемой нормы, то она, на наш взгляд, восполнила пробел, существовавший в нашем законодательстве долгое время.

В последнее время в России стало увеличиваться число преступников, привлекающих денежные средства граждан, организаций и компаний в замен на обещанную высокую прибыль и, в последствии, обманывающих их. Такие маневры называются «финансовыми пирамидами», хотелось бы заметить, что история их развития начинается аж с XVII века: самая известная «пирамида» того времени – Компания Южных морей 1711 года, которую организовал британский казначей Р. Харли. Она существовала около 10 лет и стала одним из крупнейших кредиторов Англии (за выпущенные акции получила почти 9 миллионов фунтов).

В России этот способ завладения чужими денежными средствами получил свое развитие в 90-х годах XX века. Одна из таких компаний, «затянувшей в свои сети» миллионы граждан всей страны, стала «МММ». В довольно сложный исторический период люди не смогли отказаться от разрекламированных огромных дивидендов: за акциями выстраивались очереди, которые не прекращались сутками. Главный организатор этой «финансовой пирамиды» Сергей Мавроди был арестован, но деятельность не прекращалась. По подсчетам экспертов ущерб составил более 110 миллионов рублей [2].

Число лиц, совершающих подобного рода деяния возрастало: в 2013 году их насчитывалось около 20 000, а в 2014-2015 гг. стали выделять их рост: «Нужно признать, что в 2014-2015 годах мы наблюдали лавинообразное увеличение числа финансовых пирамид: они стали менее крупными, но их стало гораздо больше, особенно в регионах» – говорил начальник Главного управления противодействия недобросовестным практикам поведения на открытом рынке Центробанка РФ Валерий Лях. Причем стала заметна тенденция повышения финансовой грамотности населения и, в отличие от 90-х годов, специальных и запланированных рисков участников таких организаций. Люди стали пытаться успеть «выскочить» из «финансовой пирамиды» до ее развала, тем самым заработав на «ближнем». Из-за этого число мошенников увеличилось, они стали менее крупными, но более развитыми, особенно в субъектах Федерации. Именно в тот промежуток времени был одобрен законопроект, направленный на создание уголовной ответственности за создание «пирамид», в I чтении в Государственной Думе.

В 2016 году началась активная борьба с «финансовыми пирамидами» на уровне законодательства. Федеральным законом от 09.03.2016 № 54-ФЗ установлена административная ответственность за организацию финансовых пирамид, после чего в КоАП появилась соответствующая статья 14.62 «Деятельность по привлечению денежных средств и (или) иного имущества» [3].

Уголовная ответственность за создание «пирамид» была предусмотрена в Австрии, Великобритании, Германии, Италии, Франции, США и других странах. В некоторых из них УК так и называет общественно-опасное деяние «финансовой пирамидой» (в Австрии, США), в других его именуют «игрой» или «игрой по цепочке». В России оно получило название «организация деятельности по привлечению денежных средств и (или) иного имущества» [4]. Наконец-то, перемены коснулись Уголовного кодекса РФ: ранее строители «финансовых пирамид» были зависимы от статьи 159 УК РФ

«Мошенничество», которую преступники научились «обходить», пользуясь пробелами законодательства, ведь она предполагает такой признак как обман при получении имущества от потерпевшего, но руководители и иные представители мошеннических организаций предупреждают потенциальных вкладчиков о том, что их организация не ведет предпринимательскую деятельность, а осуществляет выплату дохода за счет взносов, производимых иными лицами, следовательно, их невозможно привлечь к ответственности по этой статье [5].

Теперь же им грозит уголовная ответственность в рамках анализируемой нами статьи 172.2 УК РФ, диспозиция которой гласит: «Организация деятельности по привлечению денежных средств и (или) иного имущества физических лиц и (или) юридических лиц в крупном размере, при которой выплата дохода и (или) предоставление иной выгоды лицам, чьи денежные средства и (или) иное имущество привлечены ранее, осуществляются за счет привлеченных денежных средств и (или) иного имущества иных физических лиц и (или) юридических лиц при отсутствии инвестиционной и (или) иной законной предпринимательской или иной деятельности, связанной с использованием привлеченных денежных средств и (или) иного имущества, в объеме, сопоставимом с объемом привлеченных денежных средств и (или) иного имущества.» При этом стоит отметить, что крупным размером привлекаемых денежных средств признается сумма превышающая 2 250 000 рублей. В этом случае преступление предусмотренное ч. 1 ст. 172.2 отнесено законодателем к категории средней тяжести (максимальное наказание – 4 года лишения свободы), а том случае, если привлекаются денежные средства в особо крупном размере (т.е. свыше 9 000 000 рублей), максимальное наказание, предусмотренное ч. 2 ст. 172.2 – шесть лет лишения свободы (т.е. тяжкое преступление).

Не для кого не секрет, что на сегодняшний день наблюдается тенденция либерализации уголовной политики государства, направленной на борьбу с преступлениями в сфере экономической деятельности. Однако, анализируемая нами норма не нашла своего места в положениях ст.76.1 УК РФ «Освобождение от уголовной ответственности по делам о преступлениях в сфере экономической деятельности», где дан исчерпывающий перечень преступлений в сфере экономической деятельности и указаны основания и условия освобождения от уголовной ответственности. При этом следует отметить, что положения ст. 76.1 УК РФ носят императивный характер и лицо фактически возместившее причиненный ущерб, в установленном законом размере, в обязательном порядке освобождается от уголовной ответственности.

ности. В отношении лиц, создавших «финансовую пирамиду» это невозможно.

В тот же момент, лицо впервые совершившее преступление предусмотренное ч. 1 ст. 172.2 УК РФ может быть освобождено от уголовной ответственности в связи с деятельным раскаянием (ст. 75 УК РФ) или в связи с примирением с потерпевшим (ст. 76 УК РФ). Но положения указанных норм носят для правоприменителя диспозитивный характер, а это значит, что факт раскаяния и примирения с потерпевшими еще не гарантирует освобождение от ответственности. А в отношении лица, совершившего преступление, предусмотренное ч. 2 ст. 172.2 УК РФ такая возможность вообще исключена. Такой подход законодателя, как нам кажется, свидетельствует о достаточно серьезном подходе государства к решению проблемы функционирования «финансовых пирамид».

По оценкам специалистов показатели экономической преступности 2016 года более благоприятные нежели раньше. Валерий Лях заявил, что «благодаря работе Банка России и правоохранительных органов количество крупных финансовых пирамид снижается: выявляемые организации – все более и более мелкие» [6]. Следовательно, внесенные изменения в законодательство сказались на деятельности отдельных индивидов: кто-то прекратил свою преступную деятельность, кто-то не осуществил ее.

В будущем хотелось бы проследить статистику численности «финансовых пирамид» и увидеть снижение уровня преступности в экономической сфере, ведь благодаря этому не только экономика страны перестанет терять значительные суммы денежных средств, но и доверие общества станет выше, а это, как известно, очень значимый показатель для социального, правового государства, каковым является Российская Федерация.

Список литературы:

1. Федеральный закон от 30.03.2016 N 78-ФЗ «О внесении изменений в Уголовный кодекс Российской Федерации и статью 151 Уголовно-процессуального кодекса Российской Федерации» // «Российская газета». – 01.04.2016. – N 69.
2. Что такое финансовые пирамиды? [Электронный ресурс] // Журнал «Финкл». – Режим доступа: <http://fincle.ru/finansovyie-piramidy.html>.
3. Госдума ужесточила ответственность за организацию и рекламу «финансовых пирамид» [Электронный ресурс] / ТАСС. – Режим доступа: <http://tass.ru/proisshestviya/2683516>.

4. Зачем Уголовному кодексу статья о финансовых пирамидах? [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://jus.ee/news/1/695/achem-golovno-mu-koдексу-statya-o-finansovyh-piramidah/>.

5. Зачем Уголовному кодексу статья о финансовых пирамидах [Электронный ресурс] // Право.ru. – 12.11.2012. – Режим доступа: <http://pravo.ru/review/face/view/79658/>.

6. Центробанк обнаружил еще 50 организаций с признаками финансовых пирамид [Электронный ресурс] // Banki.ru. – 15.09.2016. – Режим доступа: <http://www.banki.ru/news/lenta/?id=8816813>.

РАЗВИТИЕ СИСТЕМЫ ПЛАТЕЖЕЙ ЗА ПРИРОДОПОЛЬЗОВАНИЕ В РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

© Седаев П.В.¹

Приволжский институт повышения квалификации ФНС России,
г. Нижний Новгород

В статье рассмотрена история становления налогообложения природных ресурсов в РФ. Здесь рассматриваются недостатки и положительные аспекты водного налога, налога на добычу полезных ископаемых, а также сбора за пользование объектами животного мира и водных биологических ресурсов.

Ключевые слова: ренталс, роялти, бонусы, природно-ресурсные платежи, НДСП, водный налог.

Природа России, богатство ее недр и водоемов – это один из основных стратегических ресурсов нашего государства. Взимание платежей за их использование является важным источником пополнения федерального и регионального бюджетов. Виды платежей, взимаемые в бюджет РФ за пользование природными ресурсами: Плата за недра; Плата за воду; Плата за землю; Сбор за пользование объектами животного мира и водных биологических ресурсов; Плата за лесопользование.

В данной статье будут рассмотрены: налог на добычу полезных ископаемых – (далее НДСП); водный налог и сбор за пользование объектами

¹ Доцент кафедры Налогов и налогообложения, к.ф.н.

животного мира и водных биологических ресурсов. Земельный налог не рассматривается в так как определяется в сознании налогоплательщиков как местный налог. Плата за лесные ресурсы выведена из администрирования Налоговым кодексом РФ – (далее НК РФ) еще с 2002 года и производится на основании Лесного кодекса.

НДПИ. Для стран с высокой долей сырьевого сектора важно построение эффективной системы налогообложения природных ресурсов. Суть налогообложения ресурсов заключается в перераспределении ренты или сверхприбыли для эффективного использования природных ресурсов с помощью бюджетно-налогового механизма. Основными видами платежей являются бонусы, ренталс, роялти.

Бонусы – это разовые платежи при наступлении определенных событий. Они могут быть приурочены к различным этапам реализации проекта разработки месторождения. Ренталс – это вид платежа, не зависящий от наличия добычи или прибыльности производства, дающий государству возможность получать систематический доход с момента заключения соглашения. Размер его может быть установлен как за всю территорию разработки месторождения, так и за единицу его площади. Роялти – выплачиваемая государству-собственнику фиксированная доля стоимости произведенной продукции из природных ресурсов за право разработки запасов.

В мире существует практика изменения роялти в зависимости от специфических условий. В США ставка дифференцирована только по одному параметру – по месту добычи (на суше – 16 %, на шельфе – 12 %), в Нигерии – по глубине добычи в море.

Необходимо отметить, некоторые элементы платности природопользования имели место в нашей стране в период плановой и централизованной экономики. Вместе с тем наличие платежей за природные ресурсы в СССР не имели фактически никакого экономического эффекта. Это было связано с тем, что установленные платежи в силу их незначительности при полном отсутствии у предприятий финансовой самостоятельности не играли ни финансовой, ни стимулирующей, ни социальной роли.

В Российской Федерации платность недропользования была введена законом РФ от 21.02.1992 № 2395-1 «О недрах», который установил основные виды налогов за использование недр (кроме акцизов на минеральное сырье). При этом введенные налоги, так же, как и в советское время, были не слишком обременительны для налогоплательщиков и не имели существенного фискального значения для государства, за исключением акцизов.

Таким образом, до принятия специально главы во второй части НК РФ «Налог на добычу полезных ископаемых» вопросы платности пользования природными ресурсами были включены не в законодательство о налогах и сборах, а в законодательство о природопользовании. При этом важнейшие положения налогообложения природопользования, в том числе объект налогообложения, налоговая база, налоговые ставки, льготы и т.д. устанавливались межведомственными инструкциями.

По отдельным же платежам, по таким как плата за пользование недрами, ставка налога регулировалась в лицензионных соглашениях, т.е. определялась органами исполнительной власти совместно с налогоплательщиком. Кроме того, законодательство о недропользовании допускало внесение налогов в бюджет не только в денежной, но и в натуральной формах, т.е. добытыми полезными ископаемыми. Это также противоречило нормам НК РФ и приводило к тому, что бюджет не получал значительные финансовые поступления.

На сегодняшний день НДС регулируется главой 26 НК РФ и Методическими рекомендациями по применению главы 26 «Налог на добычу полезных ископаемых» НК РФ. НДС был введен в действие в Российской Федерации с 1 января 2002 года. Одновременно были отменены действовавшие ранее отчисления по воспроизведению минерально-сырьевой базы и некоторые платежи за пользования недрами.

Налог является обязательным, взимаемым с пользователей недр при добыче (извлечении) полезных ископаемых из недр.

Водный налог является федеральным налогом и наряду с НДС относится к разряду природно-ресурсных платежей. Поэтому помимо фискальной функции, отвечающей за формирование доходов бюджета, водный налог реализует значимую регулирующую функцию:

- Стимулирует хозяйствующих субъектов к осуществлению рационального и эффективного водопользования, повышая их ответственность за сохранение водных ресурсов страны и поддержания экологического равновесия;
- Имеет воспроизводственное назначение, так как часть собранных средств целевым образом предназначена для осуществления мероприятий по охране и восстановлению водных объектов.

Российской практике известны различные формы платы за использование водных ресурсов. В Советском Союзе в 1920-1930 гг. взимался водный сбор с единицы орошаемой площади, который был отменен после завершения коллективизации. В период с 1949 по 1956 г. существовала плата за во-

ду, подаваемую оросительными системами. С 1982 по 1998 г. взималась плата за воду, забираемую промышленными предприятиями из водохозяйственных систем. В 1999 г. после принятия Закона «О плате за пользование водными объектами, который предусматривал помимо платы за забор воды из водных объектов платность и других аспектов водопользования, в частности сбора предприятиями отработанной воды в водные объекты и пользования водными объектами без изъятия воды и сброса сточных вод, существенно расширявший не только состав объектов обложения, но и круг налогоплательщиков.

Начиная с 1 января 2005 г. взимание платежей за использование водных ресурсов осуществляется на основе главы 25.2 НК РФ. С момента ее введения в налогообложение водопользования привнесен ряд изменений, которые можно обобщить следующим образом:

- Были отменены отдельные налоговые льготы, которые устанавливались законодательными органами субъектов РФ, а также значительно расширен перечень налогоплательщиков. Так, наряду с организациями и индивидуальными предпринимателями плательщиками налога стали и физические лица, не являющиеся ИП;
- Из объекта налогообложения исключен такой вид водопользования, как сброс сточных вод в водные, что объясняется стремлением исключить ситуацию двойного налогообложения, поскольку за сброс загрязняющих веществ в водные объекты взималась плата за негативное воздействие на окружающую среду;
- В целях сохранения поступлений в бюджет от данного налога одновременно увеличены ставки налога за забор воды из водных объектов. Помимо этого, ставки налога теперь установлены для всей территории РФ, а законодательные органы субъектов РФ теперь лишены права их регулировать;
- В качестве самостоятельного объекта налогообложения дополнительно выделено использование водных объектов без забора воды для целей гидроэлектроэнергетики.

Плата за пользование водными объектами устанавливается на основе принципов:

- Стимулирования экономного использования водных ресурсов, а также охраны водных объектов;
- Дифференциации ставок платы за пользование водными объектами в зависимости от речного бассейна;
- Равномерности поступления платы за пользование водными объектами в течение календарного года.

Сбор за пользование объектами животного мира и водных биологических ресурсов. Российская Федерация обладает одними из самых богатых запасов водных биологических ресурсов в мире, что является заметным конкурентным преимуществом в мировой экономике. Задачей государства является то, чтобы не только получать максимальный доход от использования водных биологических ресурсов, но и стимулировать рыбопереработку на территории страны. К сожалению, необходимо констатировать тот факт, что данные задачи на сегодняшний момент решаются не в полной мере и перед рыбной отраслью Российской Федерации стоит целый ряд проблем. Для более эффективного разрешения задач необходимо разработать целый комплекс мероприятий. Одним из составляющих данного комплекса должна являться грамотная налоговая политика в данной сфере.

Пользование объектами животного мира и водных биологических ресурсов является платным. Помимо налоговых платежей при пользовании водными биологическими ресурсами доходы федерального бюджета формируются за счет других доходов, функции администратора которых исполняет Федеральное агентство по рыболовству. К таким доходам относятся:

- Плата за пользование водными биологическими ресурсами по межправительственным соглашениям;
- Доходы, полученные от применения рыночного механизма оборота долей, определяемых федеральными органами исполнительной власти, в общем объеме квот на вылов (добычу) водных биологических ресурсов;
- Доходы от проведения аукционов по продаже долей в общем объеме квот на вылов (добычу) водных биологических ресурсов, вновь разрешаемых к использованию в промышленных целях, а также во вновь осваиваемых районах промысла. Порядок проведения аукционов утвержден приказом Минсельхоза России от 5 сентября 2005 г. № 163.

С 1 января 2004 году в Налоговый кодекс Российской Федерации (НК РФ) была введена глава 25.1 «Сбор за пользование объектами животного мира и за пользование водными биологическими ресурсами». Кроме этого в 2004 году был принят Федеральный Закон ФЗ-166 «О рыболовстве и сохранении водных биологических ресурсов».

До принятия данной главы НК РФ вопросы взимания платы за пользование объектами животного мира и водными биологическими ресурсами регулировались не налоговым законодательством, а федеральными законами от 24.04.1995 № 52-ФЗ «О животном мире», от 17.12.1998 № 191-ФЗ «Об

исключительной экономической зоне Российской Федерации» и от 30.11.1995 г. № 187 «О континентальном шельфе Российской Федерации».

Введение главы 25.1. НК РФ указанный платеж приведен в полное соответствие с первой частью НК РФ, поскольку определены все необходимые элементы налога.

Введение данного сбора преследовало две цели:

- Повысить бюджетообразующее значение налогов, связанных с использованием природных ресурсов;
- Добиться оптимального соотношения между стимулирующей и фискальной функциями налогов.

На сегодняшний день необходимо отметить, что сборы за пользование объектами животного мира и водных биологических ресурсов относятся к федеральным налогам и, следовательно, обязательны к уплате на всей территории России.

Таким образом, следует констатировать тот факт, что за последние годы налогообложение природных ресурсов в РФ претерпело достаточно серьезные изменения, но при этом она остается далекой от своего совершенства. До сих пор не удается добиться гармонизации двух основных функций налогов, а именно стимулирующей и фискальной. На наш взгляд, государство уделяет больше внимания именно фискальной функции, что не способствует грамотному использованию природных ресурсов в РФ.

Список литературы:

1. Налоговый кодекс РФ.
2. Информационно-правовая система «Гарант».
3. Информационно-правовая система «Консультант плюс».
4. Налоговый Лоцман [Электронный ресурс]. – Режим доступа: www.nl.chl.ru.
5. Налоговая помощь [Электронный ресурс]. – Режим доступа: www.tax-help.ru.

Секция 11

***ПОЛИТИЧЕСКИЕ ИНСТИТУТЫ,
НАЦИОНАЛЬНЫЕ
И ПОЛИТИЧЕСКИЕ
ПРОЦЕССЫ И ТЕХНОЛОГИИ***

СОВРЕМЕННЫЕ ПОЛИТИЧЕСКИЕ КОНФЛИКТЫ: АСПЕКТЫ КЛАССИФИКАЦИИ

© Сайханова Х.И.¹

Пятигорский государственный университет, г. Пятигорск

Политический конфликт – это непосредственное разногласие политических субъектов, вызванное противоположностью их политических интересов, ценностей и взглядов. В основном, политический конфликт протекает из-за стремления получить влияние в политической сфере, достичь возможности принятия значимых решений и распоряжения ресурсами, т.е. участники хотят реализовать свои интересы на политической арене. Рассмотрение политических конфликтов является сложным исследованием, так как они обширны по формам проявления и сложны по противодействию, решению и урегулированию.

Ключевые слова: политический конфликт, конфликт интересов, конфликт ценностей, урегулирование.

Несмотря на то, что лучшие умы человечества стояли и стоят на страже мира и выступают за мирное разрешение политических конфликтов, они принимают все более ожесточенный характер. Конфликтологи, которые выступают против подобных конфликтов, пытаются вывести формулы бесконфликтного существования на земле. Но мир еще далек от мирного сосуществования, а наука еще не смогла изобрести формулу бесконфликтного общества.

Но единства мнений по поводу того, что именно надо считать политическим конфликтом, до сих пор нет. Существуют разные точки зрения, среди которых отметим несколько. Большинство исследователей придерживается мнения, что политический конфликт представляет собой противоречие между противоположными общественными силами, обусловленное разнонаправленными политическими целями и интересами, которое приводит к столкновению между разными лагерями.

На наш взгляд, ограничиваться теорией рассмотрения политических конфликтов как сугубо конфликта власти, неправомерно. Больше подходит пониманию политического конфликта трактовка разнонаправленных политических целей и интересов, так как всякий конфликт есть отношение между противоборствующими сторонами. А политические отношения так и клас-

¹ Студент.

сифицируются в политических науках: по субъекту (кто вступает в политические отношения) и по объекту (по поводу чего данные отношения возникают). Но четко отделить политические конфликты от социальных затруднительно: например, конфликтные отношения между классами невозможны без отношений по поводу собственности на определенные ресурсы, без права на средства производства (это будут экономические отношения), невозможны без идеологической подоплеку происходящих преобразований и притязаний, социальных катаклизмов. В итоге мы получаем политический конфликт, так как борьба за власть, за территории, а в перспективе – кто будет владеть средствами производства, приводит общество к жестоким классовым конфликтам.

Объекты и предметы политических конфликтов – это обладание политической государственной властью, непосредственно институты власти, политический статус социальных групп, а также ценности и символы, которые заложены в основу политического общества.

Урегулирование предполагает снятие остроты противоборства сторон с целью ухода от негативных последствий конфликта. Однако причина конфликта не устраняется, поэтому могут возникнуть рецидивы.

Как правило, конфликт проходит несколько стадий развития, среди которых отметим основные:

- возникновение противостоящих точек зрения,
- пик подготовки – эскалация,
- сам конфликт,
- пути его разрешения.

Принято выделять три основных типа политических конфликтов [3, с. 21]:

1. Конфликты интересов. На наш взгляд, преобладающей сферой их распространения являются экономически развитые страны, где в качестве политической традиции выступает спор по поводу размеров налогов, объема социального обеспечения и т.д. Данный тип конфликта наиболее легко разрешим, поскольку в нем всегда можно прийти к компромиссу, который в какой-то мере устраивал бы и власти, и народ.
2. Конфликты ценностей. Область развития данного типа конфликтов – развивающиеся неустойчивые государства. При таком типе конфликта найти компромиссное решение достаточно тяжело, поскольку такие понятия как «свобода», «равенство», «терпимость» каждый человек имеет свойство интерпретировать по-своему и по-своему к ним относиться, что предопределяет эскалацию и сложность конфликта.

3. Конфликты идентификации, которые чаще распространены в обществах, в которых происходит отождествление себя с определенной группой (этнической, религиозной, языковой), а не с государственным устройством в целом.

Конфликт может развиваться на нескольких уровнях и быть: межгосударственным, во главе которого находятся государства и их коалиции; государственным, где главные действующие лица – это ветви власти и политические партии; региональным с субъектами в виде региональных политических сил; а также местным или локальным.

Внутриполитические конфликты принято разделять на позиционные (горизонтальные) и оппозиционные (вертикальные) [5, с. 88]. Непосредственные участники первых – руководящие политические институты и организации, осуществляющие власть, но занимающие различные позиции. Таковы, например, органы и занятые в них группы людей, представляющие разные ветви государственной власти, институты федеральной власти и субъектов федерации [7, с. 10]. Предмет таких конфликтов – определённая манера осуществления политической власти, которая не соответствует в какой-то степени намерениям и целям всей системы, а также отдельным правящим группам. При решении данной проблемы происходит частичное изменение в политике властвующих органов. Такие конфликты являются частичными.

Участниками внутриполитических вертикальных конфликтов являются как властвующие элиты, в том числе представляющие их интересы партии, государственные институты, лидеры, так и организации, которые представляют подвластные массы, а также «политически активные группы, выступающие против действующих режимов власти» [4, с. 38]. Такой конфликт протекает из-за существующей системы государственной власти в целом и её режима. Конфликт разрешается путём смены политической всей системы.

Конфликты подобного толка аналитиками именуется радикальными, поскольку происходят коренные изменения внутри всего общего, а не в какой-либо отдельной её части. Данный конфликт возникает из-за существующих столкновений между действующими политическими интересами и ценностями большинства; первопричина частичного конфликта – противоборства между временными, неосновными интересами и ценностями конфликтующих сторон.

В радикальных конфликтах участвуют все политические институты и достаточно большие массы людей. В частичных конфликтах принимают участие малая часть институтов и групп, конкурирующих партий, заинтере-

сованных в разрешении (а иногда и в намеренном оттягивании) определённых политических проблем, касающихся изменения политических отношений и институтов. Радикальные конфликты разделяют общество на противостоящие политические силы, а частичные появляются из взаимодействия многих политических субъектов, действующих по правилам плюрализма. Более того, как отмечают исследователи, «в институциональном пространстве, сочетающем ценности и нормы, традиционных институтов и новых, современных, возрастает уровень институциональных рисков и угроз, подрывающих основы социальной безопасности общества» [8, с. 108].

Важно отметить, что многообразие существующих властных отношений диктуют многообразие типов политических конфликтов. Таким образом, политические конфликты изначально выделяются среди социальных конфликтов именно объектом притязаний их субъектов. Например, это может быть притязание противоположных сторон на одну и ту же статусную позицию в системе институализированных отношений власти: это могут быть государственные административные должности, чиновники высшего ранга, даже среднего звена, руководящие партийные должности и т.д.

Не менее значим в теории политического конфликта фактор политизации культурно-ценностных аспектов, в качестве которых может выступить политизация религии. Ряд исследователей акцентирует внимание на данной сложной проблеме, определяя политизацию религии «как феномен современного мира» и выявляя «факторы политизации неполитических факторов», где уточняется сущность нетрадиционных религиозных объединений, исследуется деструктивный потенциал ряда нетрадиционных религиозных объединений как сетевого субъекта в системе угроз [6, с. 125].

На наш взгляд, не менее актуально рассматривать в данном ракурсе «потенциал этнической экстремальности», который «состоит из межэтнических и межнациональных противоречий следующего характера: исторического, территориального, политического, социального, этнокультурного и иных противоречий, способных в определенных условиях реализоваться в форме экстремизма с применением террористического насилия» [2, с 8]. Часто идеологизация политических конфликтов детерминирована тем, что процесс перераспределения политической власти в обществе почти никогда не проходил в добровольной форме. Как следствие, субъектами политического конфликта выработана следующая тактика – если желаешь повысить свой политический статус или обрести новые возможности влияния на массы – надо быть убедительным и искренним в донесении до масс тезиса, что все это делается во благо народа, ради народных масс. Для этого использу-

ется идеологическая концепция из ряда уже существующих, или разрабатывается новая. Но опора на идеологическую компоненту при политическом конфликте – аксиома, причем идеологическое прикрытие может быть сфабриковано, иметь явно декларативный характер.

В заключение отметим, что такие виды политического насилия, как война, диверсии, терроризм и т.д. – демонстрируют высший накал конфликтного состояния в обществе. При этом, терроризм остается самой малоизученной проблемой конфликтологии, хотя «единое понимание разнообразия видов терроризма необходимо для создания эффективных международных и национальных систем предупреждения его проявлений [1, с. 2311]. Таким образом, политические конфликты остаются одними из сложных столкновений субъектов политики, вызванное противоположностью их политических точек зрения, порой несовместимостью представлений о правильном обустройстве экономико-политического пространства.

Список литературы:

1. Боташева А.К. Современный терроризм: проблема классификации видов // Право и политика. – 2008. – № 10. – С. 2311-2319.
2. Боташева А.К. Политический терроризм: детерминация и формы проявления: автореф. дис. ... канд. полит. наук. – Ставрополь: Ставропольский государственный университет, 2004. – 26 с.
3. Большаков А.Г., Мансуров Т.З. Политическая конфликтология. – Казань, 2014. – С. 21.
4. Василик М.А. Политология. – Минск, 2014. – 432 с.
5. Вершинин М.С. Конфликтология. – СПб.: Изд-во Михайлова В.А., 2000. – 64 с.
6. Косов Г.В., Панин В.Н., Станкевич Г.В., Волочаева О.Ф., Горбунова М.А., Гусев Г.Г., Потапов В.А., Ширяев В.А. Политизация религиозного фактора в контексте региональной безопасности: северокавказская проекция: монография. – М.: МИРАКЛЬ, 2014. – 192 с.
7. Сирота Н. М. Политическая конфликтология. – СПб.: Ин-т внешнеэкон. связей, экономики и права; ИВЭСЭП, 2015. – 106 с.
8. Чумак И.А. Роль институциональной парадигмы в становлении системы социальной безопасности // Новое слово в науке и практике: гипотезы и апробация результатов исследований. – 2014. – № 12. – С. 107-112.

Секция 12

ПРОБЛЕМЫ ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ ЛИЧНОСТИ И ВЛАСТИ В УСЛОВИЯХ ПОСТРОЕНИЯ ПРАВОВОГО ГОСУДАРСТВА

ХАРАКТЕРНЫЕ ОСОБЕННОСТИ ПОЛИТИЧЕСКОГО ЛИДЕРА В СОВРЕМЕННОЙ РОССИИ НА ПРИМЕРЕ САРАТОВСКОЙ ОБЛАСТИ

© Каряпкина Ю.Д.¹

Саратовский национальный исследовательский государственный университет
им. Н.Г. Чернышевского, г. Саратов

В статье прослеживается попытка выявить, соответствует ли портрет избранных депутатов ожиданиям респондентов (на примере муниципальных выборов в сентябре 2014 года в Саратовской области), а также обозначить ценности и особенности современной российской политической элиты. Автором предлагается (на основе проведённого им исследования) призвать население занимать активную жизненную позицию, дабы не лишиться себя возможности избрать грамотного политического лидера, что в свою очередь, отразится на общем благополучии государства и населения в целом.

Ключевые слова: политический, депутат, элита, Саратовская область, лидер, кандидат, муниципальный, выбор, власть.

Существование и действенное функционирование политической элиты важно для государства и населения в целом. Обратим внимание на третий уровень правящей элиты (по объёму властных полномочий – низшую политическую элиту), к которому относятся руководители и депутаты местных органов власти [31]. Именно от того, кто будет избран на должности руководителей на местном уровне, зависит эффективность выполнения функций политической элиты в целом.

В нашем исследовании мы попытаемся выяснить, соответствуют ли избранные депутаты ожиданиям респондентов, и каковы особенности российской политической элиты. В связи с этим работа разделена на 3 раздела:

- 1. Выявление социально-политического портрета избранных депутатов на примере муниципальных выборов в сентябре 2014 года в Саратовской области.**
- 2. Определение образа политического лидера глазами респондентов.**

¹ Магистрант Саратовского национального исследовательского государственного университета им. Н.Г. Чернышевского; юрист в сфере банкротства, руководитель проектов.

3. Обозначение характерных особенностей российской политической элиты.

1. В фокусе нашего исследования – жизненные пути и биографические особенности всех кандидатов в депутаты муниципальных выборов в сентябре 2014 года в Саратовской области.

В исследовании использовался официальный сайт избирательной комиссии Саратовской области и 12 районных газет Саратовской области [1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 9, 10, 11, 12, 13, 14, 15, 16, 17, 18, 19, 20, 21, 22, 23, 24, 25, 26, 27, 28, 29, 30].

На выборах в органы местного самоуправления в сентябре 2014 года, претендовали 188 кандидатов. Зарегистрироваться удалось 154 кандидатам, избрано было 66 депутатов [32].

При анализе муниципальных выборов сентября 2014 года мы выявляли следующие параметры: 1. гендерный состав; 2. возраст; 3. семейное положение; 4. образование; 5. социальное положение; 6. политические предпочтения; 7. иные параметры, которые включают в себя сведения о: а) судимости; б) месте жительства кандидата; в) работе депутатом на непостоянной основе.

Анализ социально-демографических данных всех избранных депутатов (66) на муниципальных выборах Саратовской области в сентябре 2014 года: 1. 40 мужчин и 26 женщин. 2. Средний возраст избранных кандидатов составляет 46 лет, самому молодому кандидату 22 года, самому возрастному – 61 год. 3. Информацию о том, что состоят в законном браке, предоставили только 8 избранных депутатов. 4. Высшее образование имеют 45 человек, среднее профессиональное – 15 человек и среднее общее – 6 человек. 5. Из 66 избранных кандидатов: 38 занимают руководящие посты; 8 – учителя; 7 – владеют рабочими специальностями; 3 – являются специалистами различных сфер; 3 – временно не работают; 2 – трудятся в сфере здравоохранения; 1 – в юридической сфере, 1 – в экономической сфере; 1 – водитель; 1 – индивидуальный предприниматель; 1 – помощник депутата. 6. По политическим предпочтениям: 63 – представители партии «Единая Россия», 2 – самовыдвиженцы, 1 – представитель партии «Справедливая Россия». 7. Из 66 избранных депутатов: а) у одного из депутатов, представителя партии «Единая Россия» имеется погашенная судимость (использование заведомо подложного документа); б) 63 являются местными жителями тех районов, от которых избираются, 3 – местными жителями области, городского типа (Саратовская область, Саратов); в) 41 избранный депутат ранее осуществлял депутатскую деятельность на непостоянной основе, 2 депутата ранее были

Главами Созыва, 23 депутата ранее не имели опыта работы депутатской деятельности.

Социально-политический портрет всех избранных депутатов (66) на муниципальных выборах Саратовской области в сентябре 2014 г.: женатый мужчина, с 2 детьми, ≈ 46 лет, местный житель, с высшим образованием, занимающий руководящую должность, ранее являлся депутатом, партийная принадлежность – Единая Россия.

Был проведён анализ и выявлены основные слова, используемые в агитационных материалах: **собрание, мыть, окончить, наш, Саратовский, муниципальный, область, район, депутат** [33]. Возможно, это говорит о принадлежности избираемого к области, народу, общим проблемам района.

2. Был определён образ политического лидера глазами респондентов. Выборка: студенты ФГБОУ ВПО «СГЮА», в том числе лица, получающие второе высшее юридическое образование на момент 2015 года; студенты НИ СГУ им. Н.Г. Чернышевского; ССЭИ им. РЭУ им. Г.В. Плеханова; колледжа радиоэлектроники им. П.Н. Яблочкова г. Саратова в количестве 50 человек **и эксперты** (действующие преподаватели СГЮА на момент 2015 года) в количестве 10 человек.

Нами был проведён **сравнительный анализ результатов опроса среди студентов и экспертов**, по итогам которого: 50 % респондентов к политической элите относят высшие эшелоны власти: главу государства, премьер-министра и министров; открытая система формирования элиты является наиболее эффективной по мнению 78 % студентов и 60 % экспертов.

Качества, которыми должен обладать политический лидер, по мнению респондентов-экспертов: это более человеческие качества (честность, добропорядочность, стратегическое предвидение, активность), а у молодёжи «социальная оболочка» (стратегическое мышление, честность, добропорядочность, активность, уверенность, коммуникабельность, новаторство). Такая же ситуация наблюдается и по критериям выбора политического лидера: эксперты отметили честность, порядочность, опыт, деловые качества, умение принимать решения заранее, преданность родине, студенты же – политический опыт, профессионализм, ответственность, честность, добропорядочность, уверенность, активность, харизматичность, компетентность, лидерские качества, новаторство, материальность (финансовая обеспеченность), принципиальность, образованность. То есть, для экспертов политический опыт является основным критерием выбора политического лидера, для студентов же ещё необходимы и другие критерии. Фактор, который мешает кандидату стать депутатом, по мнению обеих опросных групп – нехватка

дополнительных ресурсов. Реализуют избирательное право 100 % экспертов и 40 % студентов. Считают необходимостью проведения выборов в России 100 % экспертов и 84 % студентов. Знают о дате проведения последних муниципальных выборов в Саратовской области 90 % экспертов и 38 % студентов. На вопрос – «назовите муниципальных лидеров Саратовской области», респонденты отметили депутатов городской и областной Думы Саратовской области, а также депутатов Энгельсского муниципального района. Лидировали: Суоров С.Б., Капкаев В.В., Самсонова З.М. Если бы представилась возможность выбрать политическую элиту: Путина В.В. выбрали бы 12 % студентов и 20 % экспертов. Можно выделить частные ответы студентов: выбрали бы Шойгу С.К., Лаврова С.В., депутата КПРФ, копию Сталина.

В качестве политического лидера, обе целевые группы видят: женатого мужчину, 35-55 лет, местного жителя, с 2 детьми, с высшим образованием (специалитет), занимающего руководящую должность) / для студентов лидер должен быть из сферы политики, партийная принадлежность – не имеет значения.

Таким образом, на данный момент, согласно анализу, выявлено, что **портрет среднестатистического избранного депутата на муниципальных выборах полностью соответствует ожиданиям респондентов.**

3. Нами были выявлены следующие характерные особенности, которые закономерно повторялись на различных этапах формирования и развития политической элиты: 1. желание находиться у «руля власти»; 2. возможность влиять на принятие стратегических решений; 3. наличие сторонников (заинтересованных лиц), которые поддерживают курс и политику элиты; однако если элита выдвигается кем-либо и в этом есть чья-либо заинтересованность, есть опасность продвижения и лоббирования решений, противоречащих интересам государства в целом; 4. наличие проведенной команды приближённых лиц. Её название на каждом периоде развития элиты было разное (Боярская Дума, Избранная Рада, Ближняя канцелярия, Негласный комитет, Государственный Совет и др.); 5. наличие дополнительных ресурсов: а) материальных (собственность, имущество, деньги); б) людских (примеры из истории: Екатерину I и Елизавету Петровну поддержали гвардейцы, Петра II и Петра III – старые дворяне, Анну Иоановну – гвардейцы и дворяне и др.); 6. своя тактика воздействия: мирные методы, террор, давление, погромы, убийства, революция, агитация, пропаганда. 7. программа, которая может быть популярной (импонировать населению) и непопулярной; 8. конкуренция, внутренняя борьба между группировками за власть (примеры из истории: период политической раздроб-

ленности, борьба Василия II (Тёмного) и Василия Косого, борьба между боярскими группировками Шуйских, Гельских и Глинских за власть, борьба боярских родов Милославских и Нарышкиных, период Гражданской войны и др.); **9. избавление от более слабых**, менее приспособленных, их чистка путём разорения (годы правления Николая I, Александра II), притеснения; **10. противники** – группа лиц, недовольных существованием элиты. Во время Февральской революции, большевиками выдвигалось требование конфискации земли, сейчас, население, также не против – поделить имущество элиты поровну; **11. несогласованность между собой**, что приводит к поражениям, расформированиям, разрозненности (примеры из истории: политическая раздробленность, как следствие – победа монголо-татар, несогласованность между лидерами привела к распаду первого ополчения, и явилась причиной поражения белых в гражданской войне); **12. руководящие и организаторские способности, лидерские качества**. На современном этапе, для того, чтобы выделиться, ещё в большей степени, нежели раньше, лидеру необходимы такие качества как новаторство, креативное мышление, харизма, умение подстраиваться под существующую обстановку и быть компетентным во многих областях. Возможно, это связано с веяниями Запада, где получила своё распространение концепция Т-образного (ключевого) менеджера – человека, у которого более одного стоволового умения; менеджера, который в одинаковой степени компетентен и в технологических, и в социально-психологических проблемах.

Нами выявлены **характерные особенности современных элит России**: 1. значимость неофициальных связей; 2. желание сохранить положение «у руля власти», удержать власть; 3. обострение внутри элитной конкуренции; 4. стремление бизнес-структур войти в состав политических элит, СМИ.

Можно сделать **вывод**, что процесс выборов в регионах должен сопровождаться усилением роли общества. Именно народ, в большинстве случаев, сам выбирает политическую элиту на местах. Отказываясь от участия в выборах, он лишает себя возможности избрать грамотного политического лидера, который действительно будет принимать решения в пользу граждан, и общество будет вполне реально участвовать в процессе принятия решений на местном и региональном уровне. Однако, как мы можем наблюдать, люди не знают ни о ближайших муниципальных / региональных выборах, ни кандидатов, которые выдвигаются. А ведь именно от правильного выбора депутатов на местах, честных, духовных, человеческих, готовых трудиться на благо общества, зависит эффективное государственное управление всей системы в целом, что в свою очередь, влияет на будущее нашей страны, России.

Список литературы:

1. Аткарская газета. – 2014. – № 57 (13378). – Сент.
2. Аткарская газета. – 2014. – № 58 (13379). – Сент.
3. Балашовская правда. – 2014. – № 125 (20101). – Авг.
4. Балашовская правда. – 2014. – № 131-132 (20107-20108). – Сент.
5. Балашовская правда. – 2014. – № 135-136 (20111-20112). – Сент.
6. Вестник района. – 2014. – № 67 (11927). – Авг.
7. Вестник района. – 2014. – № 71 (11931). – Сент.
8. Восход. – 2014. – 61 (10626). – Авг.
9. Восход. – 2014. – № 65 (10630). – Сент.
10. Восход. – 2014. – № 62 (10627). – Авг.
11. Знамя победы. – 2014. – № 34. – Авг.
12. Знамя труда. – 2014. – № 56 (12573). – Авг.
13. Знамя труда. – 2014. – № 57 (12574). – Авг.
14. Знамя труда. – 2014. – 58 (12575). – Сент.
15. Искра. – 2014. – № 32 (8898). – Авг.
16. Искра. – 2014. – № 34 (8900). – Авг.
17. Искра. – 2014. – № 36 (8902). – Сент.
18. Новая жизнь. – 2014. – № 65 (10242). – Сент.
19. Новая жизнь. – 2014. – № 68 (10245). – Сент.
20. Перекрёсток России. – 2014. – № 62 (15466). – Авг.
21. Перекрёсток России. – 2014. – № 68 (15472). – Сент.
22. Петровские вести. – 2014. – № 55 (12529). – Сент.
23. Петровские вести. – 2014. – № 57 (12531). – Авг.
24. Петровские вести. – 2014. – № 58 (12532). – Сент.
25. Петровские вести. – 2014. – № 59 (12533). – Сент.
26. Родная Земля. – 2014. – № 66-67 (9439 – 9440). – Авг.
27. Родная Земля. – 2014. – № 68-69 (9441-94422). – Авг.
28. Родная Земля. – 2014. – № 70-71 (9443-9444). – Сент.
29. Шиханские новости. – 2014. – № 33 (854). – Авг.
30. Шиханские новости. – 2014. – № 34 (855). – Авг.
31. Бутырина М.В. Политология: Учебно-методическое пособие [Электронный ресурс] // Учебники онлайн. – Режим доступа: <http://uchebnik-online.com/133/1868.html> (дата обращения: 11.11.2015).
32. Сайт избирательной комиссии Саратовской области [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.saratov.izbirkom.ru/>.
33. Семантический анализатор [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://htmlweb.ru/analiz/semantic.php>.

Секция 13

***ЗАКОНОДАТЕЛЬСТВО
В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ***

ИСЧИСЛЕНИЕ И ВОССТАНОВЛЕНИЕ ПРОЦЕССУАЛЬНЫХ СРОКОВ В ГРАЖДАНСКОМ И АРБИТРАЖНОМ ПРОЦЕССЕ

© Рыбкина К.В.¹

Арбитражный суд Чувашской Республики – Чувашии,
г. Чебоксары

Определенность в исчислении сроков имеет значение как для суда (сроки рассмотрения дела, отдельных заявлений в рамках процесса), так и для участвующих в деле лиц, а также лиц, чьи интересы затрагиваются процессуальным актом, в частности при подаче соответствующих документов, обжаловании судебных актов, восстановлении пропущенных процессуальных сроков. Исчисление сроков в днях наиболее часто встречается при оставлении заявления без движения, предоставлении времени участникам процесса и иным лицам для совершения определенных действий (обжалования судебного акта по административным делам, в приказном производстве, заочном и упрощенном производстве для представления возражений на заявленные требования, при исполнении предписаний судебного акта). В статье рассмотрены вопросы исчисления и восстановления сроков в днях, их отличие в арбитражном и гражданском процессе, даны рекомендации по совершенствованию правил их исчисления и порядка восстановления. Сделан вывод, что рассмотрение заявления о восстановлении срока судом первой инстанции общей юрисдикции противоречит сути обжалования (такое же противоречие наблюдается в отношении возможности судом первой инстанции общей юрисдикции оставления без движения апелляционной жалобы).

Ключевые слова: право на судебную защиту, восстановление сроков, пресекательные сроки, исчисление сроков, правовая определенность.

Процессуальным срокам в кодексах отводится отдельная глава в целях урегулирования процесса. Являясь частью публичного права, нормы о процессуальных сроках не должны вызывать неопределенность. Статья 1 ГПК РФ и статья 5 АПК РФ допускают аналогию закона и аналогию права, однако следует учитывать, что в публичных отношениях при преобладающем

¹ Секретарь судебного заседания; магистрант Чебоксарского кооперативного института (филиала) РУК.

содержании превентивных и пресекательных мер аналогия не всегда представляется допустимой. В постановлении № 52 от 27.12.2007 Пленум Верховного Суда Российской Федерации, приводя обобщения по судебной практике, отметил, что при выявлении фактов волокиты, грубого или систематического нарушения судьями процессуальных сроков, приводящих к ущемлению прав и законных интересов граждан при рассмотрении дел, квалификационные коллегии судей в установленном законом порядке привлекают судей к дисциплинарной ответственности, в том числе и в виде досрочного прекращения их полномочий [4].

Ниже приведена таблица 1 для сравнения порядка исчисления сроков в днях.

Таблица 1

Существующие правила исчисления процессуальных сроков в днях

Критерии / источники	АПК РФ (глава 10)	ГПК РФ (глава 9)
исчисление срока в календарных или рабочих днях	в сроки, исчисляемые днями, не включаются нерабочие дни (сроки исчисляются в рабочих днях)	(норма отсутствует)
начало течения срока	течение процессуального срока начинается на следующий день после календарной даты или дня наступления события, которыми определено начало процессуального срока	течение процессуального срока начинается на следующий день после даты или наступления события, которыми определено его начало
окончание течения срока	А) процессуальный срок, исчисляемый днями, истекает в последний день установленного срока; Б) в случаях, если последний день процессуального срока приходится на нерабочий день, днем окончания срока считается первый следующий за ним рабочий день; В) процессуальное действие, для совершения которого установлен срок, может быть выполнено до двадцати четырех часов последнего дня установленного срока. Если заявление, жалоба, другие документы либо денежные суммы были сданы на почту, переданы или заявлены в орган либо уполномоченному их принять лицу до двадцати четырех часов последнего дня процессуального срока, срок не считается пропущенным;	А) (норма отсутствует); Б) в случае, если последний день процессуального срока приходится на нерабочий день, днем окончания срока считается следующий за ним рабочий день; В) процессуальное действие, для совершения которого установлен процессуальный срок, может быть совершено до двадцати четырех часов последнего дня срока. В случае, если жалоба, документы или денежные суммы были сданы в организацию почтовой связи до двадцати четырех часов последнего дня срока, срок не считается пропущенным;

Окончание таблицы 1

Критерии / источники	АПК РФ (глава 10)	ГПК РФ (глава 9)
	Г) в случае, если процессуальное действие должно быть совершено непосредственно в суде или другой организации, срок истекает в тот час, когда в этом суде или этой организации по установленным правилам заканчивается рабочий день или прекращаются соответствующие операции	Г) если процессуальное действие должно быть совершено непосредственно в арбитражном суде или другой организации, срок истекает в тот час, когда в этом суде или этой организации по установленным правилам заканчивается рабочий день или прекращаются соответствующие операции

Бочарова Н.С. указывает, что «установление и соблюдение сроков является гарантией соблюдения принципа правовой определенности прав» [7]. С этим утверждением невозможно не согласиться. При этом в настоящее время интерес представляет правило исчисления сроков в днях, относящиеся к срокам, определяемым периодом времени. Если процессуальный срок относится к данному виду сроков, то субъект имеет право или должен совершить процессуальные действия, в отношении которых такой срок установлен, в любой день установленного периода времени [8]. Полагаю, что ГПК РФ в этом отношении уступает АПК РФ, поскольку не учитывает особенности проведения имущественных операций.

Лебедев М.Ю. отметил, что «процессуальный срок течет непрерывно, с зачетом рабочих и нерабочих дней» [6]. Указанное правило, как видно из сравнительной таблицы 1, касается только гражданского процесса, в арбитражном процессе исчисление производится в рабочих днях. Вместе с тем, возможно введение единого правила с учетом тенденции упорядочивания и единообразия процессуальных норм в области гражданского и арбитражного процесса. Аналогичное положение содержится в предложениях Концепции единого Гражданского процессуального кодекса Российской Федерации [5]. Данное единообразие не может ухудшить положение лиц, поскольку введет определенность в исчислении сроков, устранил безосновательность различия исчисления сроков в процессах. Следует различать и понимать, что если в уголовном процессе исчисление сроков в календарных днях связано с защитой личности, то в гражданском / арбитражном процессе затрагивается в первую очередь имущественный интерес, где исполнимость в сроки связана с имущественным оборотом, режимом работы организаций, что означает безусловную зависимость процесса от рабочего времени.

Немаловажным является вопрос о соотношении начала исчисления срока со следующего дня с правом обжалования судебных актов, подлежащих не-

медленному исполнению, а также возможностью предъявления исполнительного листа. Судебные акты арбитражных судов, в силу части 1 статьи 318 АПК РФ, приводятся в исполнение после вступления их в законную силу, за исключением случаев немедленного исполнения [1]. В ГПК отсутствует аналогичная норма. Немедленное исполнение предполагает исполнение в тот же день, в какой вынесен судебный акт, в противном случае возникает временной промежуток, в котором еще нельзя предъявить требование, обжаловать акт, но, по сути, уже нельзя совершить действие (бездействие), противное заявленному требованию в случае его удовлетворения. Также представляет интерес начало немедленности исполнения в отношении судебного акта, вынесенного в виде резолютивной части, а в последствии с полным текстом. В данном вопросе необходима правовая определенность начала исчисления его немедленности. Исчисление срока на обжалование связывается с вступлением в законную силу судебного акта, дата вступления судебного акта может быть позже даты начала его немедленного исполнения. Исчисление срока на обжалование определяется, по общему правилу, с даты вынесения полного текста судебного акта, но есть и исключения. Так, согласно статье 229 АПК РФ решение арбитражного суда по делу, рассмотренному в порядке упрощенного производства, подлежит немедленному исполнению, принятая по результатам рассмотрения дела резолютивная часть решения размещается на официальном сайте арбитражного суда в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» не позднее следующего дня после дня ее принятия. Подобная норма введена также статьей 232.4 ГПК РФ. Следовательно, исполнимость решения возможна только на следующий день после вынесения резолютивной части, при возможности ознакомления с ним лиц.

На рисунке 1 можно проследить взаимосвязь между немедленным исполнением судебного акта, вступлением его в законную силу и обжалованием судебного акта в предусмотренных пределах. Все указанные факты отражаются на исполнимости судебного акта, сроках его приведения в действия, а также начале срока предъявления исполнительного листа. Стоит учитывать, что обжалование судебного акта не только оттягивает его исполнение, но и отодвигает период возможного предъявления исполнительного документа. Одной из причин необходимости приведения норм ГПК РФ о процессуальных сроках к единообразию с нормами АПК РФ можно назвать эффективность правосудия. Так, А.Е. Баньковским и А.А. Заречневым отмечено, что установление более продолжительных сроков помогает в реализации принципа разумных сроков осуществления правосудия, повышая его

эффективность [9]. Исчисление процессуальных сроков в рабочих, а не календарных днях также можно считать увеличением продолжительности срока. В части предложения ими законодательного закрепления возможности заявления о ненамерении обжалования судебного акта невозможно согласиться, в силу ущемления права на судебную защиту. Отмечу также различие подходов к судебным расходам в АПК И ГПК при обжаловании актов: бремя извещения о поданной жалобе в ГПК РФ возложено на суд.

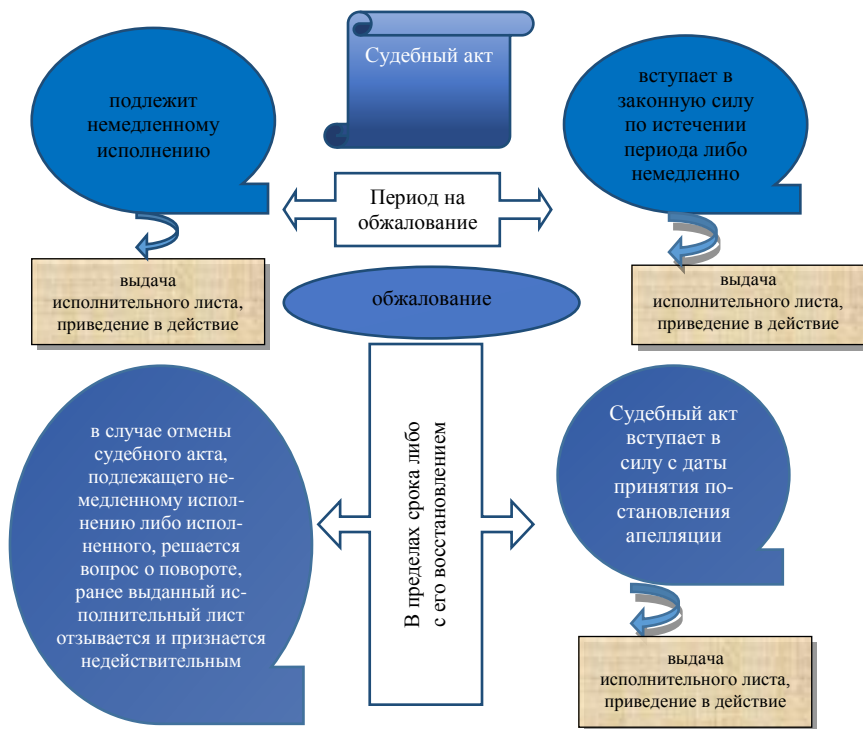


Рис. 1. Последствия исполнения и обжалования судебного акта

Восстановление процессуального срока в отличие от продления процессуального срока применяется в отношении сроков, установленных законом, а не судом. В ГПК РФ, в отличие от АПК РФ, не содержатся специальные нормы относительно восстановления судом процессуальных сроков при принятии жалобы (статьи 259, 276, 308.1 АПК РФ), общие положения приведены в статье 112 ГПК РФ, отсутствуют требования к сроку рассмотрения заявления о восстановлении срока, по неясным причинам заявление о вос-

становлении срока на обжалование судебного акта в гражданском процессе рассматривает суд первой инстанции, что противоречит сути обжалования (такое же противоречие наблюдается в отношении возможности судом первой инстанции общей юрисдикции оставления без движения апелляционной жалобы) [2]. «Погашение правомочия в результате истечения срока не приводит к невозможности совершения процессуального действия. Однако в большинстве случаев совершенное процессуальное действие не приведет к тем правовым последствиям, на которое оно было направлено» [7]. В постановлении от 25.12.2016 № 99 «О процессуальных сроках» Пленум ВАС РФ разъяснил, что несвоевременное размещение судом первой (апелляционной) инстанции судебного акта в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» не продлевает срока на апелляционное (кассационное) обжалование, но при наличии соответствующего ходатайства заявителя является основанием для восстановления пропущенного срока. Если заявителем допущена просрочка большей продолжительности по сравнению с просрочкой суда, то суду необходимо установить, имел ли заявитель достаточный промежуток времени для подготовки и подачи апелляционной (кассационной) жалобы в предусмотренный процессуальным законодательством срок [3].

Таблица 2

Порядок подачи и рассмотрения заявления о восстановлении процессуального срока

Критерии / источники	АПК РФ	ГПК РФ
Общие положения: условия правомерности подачи	ходатайство подано не позднее чем через шесть месяцев со дня вступления в законную силу обжалуемого судебного акта или, если ходатайство подано лицом, указанным в статье 42 настоящего Кодекса, со дня, когда это лицо узнало или должно было узнать о нарушении его прав и законных интересов обжалуемым судебным актом одновременно с подачей ходатайства совершаются необходимые процессуальные действия (подаются заявление, жалоба, представляются документы и другое), в отношении которых пропущен срок	обстоятельства, послужившие основанием для пропуска, имели место в период не позднее одного года со дня вступления обжалуемого судебного постановления в законную силу одновременно с подачей заявления о восстановлении пропущенного процессуального срока должно быть совершено необходимое процессуальное действие (подана жалоба, представлены документы), в отношении которого пропущен срок

Окончание таблицы 2

Критерии / источники	АПК РФ	ГПК РФ
рассматривающий суд	соответствующий суд (апелляция, кассация или надзор) при подаче жалобы	суд первой инстанции (о восстановлении пропущенного процессуального срока, установленного частью второй статьи 376, частью второй статьи 391.2 и частью второй статьи 391.11 ГПК РФ)
срок рассмотрения ходатайства	в пятидневный срок со дня его поступления в арбитражный суд (общее правило)	специальная норма отсутствует
порядок рассмотрения	в судебном заседании без извещения лиц, участвующих в деле, если иное не предусмотрено Кодексом	рассматривается в судебном заседании. Лица, участвующие в деле, извещаются о времени и месте судебного заседания, однако их неявка не является препятствием к разрешению поставленного перед судом вопроса.

В части соблюдения процессуальных сроков участниками процесса следует отметить, что в отличие от арбитражного процесса, гражданский процесс менее прозрачен уже в силу отсутствия у пользователей сети Интернет возможности отслеживания движения гражданского дела на том уровне, какой (к шести арбитражных судов) разработан для отслеживания движения арбитражного дела. Наличие соответствующего информационного обеспечения является показателем возможности эффективного применения прав участниками процесса.

Список литературы:

1. Арбитражный процессуальный кодекс Российской Федерации: федеральный закон от 24.07.2002 № 95-ФЗ (ред. от 23.06.2016) [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://base.garant.ru/12127526/>.
2. Гражданский процессуальный кодекс Российской Федерации: федеральный закон от 14.11.2002 № 138-ФЗ (ред. от 23.06.2016) [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://ivo.garant.ru/#/document/12128809/paragraph/3649723:2>.
3. О процессуальных сроках: постановление Пленума Высшего Арбитражного Суда РФ от 25.12.2013 № 99 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://base.garant.ru/70569442/>.
4. О сроках рассмотрения судами Российской Федерации уголовных, гражданских дел и дел об административных правонарушениях: Постанов-

ление Пленума Верховного Суда РФ от 27.12.2007 № 52 (ред. от 09.02.2012) [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://ппвс.пф/2007/postanovlenie-plenuma-vs-rf/N52-ot-27.12.2007.html>.

5. Концепция Единого гражданского процессуального кодекса Российской Федерации [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.garant.ru/products/ipo/prime/doc/70726874/>.

6. Лебедев М.Ю. Гражданский процесс: учебник для академического бакалавриата / М.Ю. Лебедев. – 6-е изд., перераб. и доп. – М.: Издательство Юрайт; ИД Юрайт, 2016. – С. 104.

7. Треушников М.К. Гражданский процесс: учебник / В.В. Аргунов, Е.А. Борисова, Н.С. Бочарова и др.; под ред. М.К. Треушникова. – 5-е изд., перераб. и доп. – М.: Статут, 2014. – 960 с.

8. Туманова Л.В. Основы гражданского и административного судопроизводства: учебное пособие / Под ред. Л.В. Тумановой. – Тверь: ТвГУ, 2016. – С. 73.

9. Баньковский А.Е., Заречнев А.А. О некоторых аспектах конституционного права на судебную защиту / А.Е. Баньковский, А.А. Заречнев // Актуальные проблемы борьбы с преступлениями и иными правонарушениями. – 2016. – № 14-2. – С. 99-100.

A decorative border resembling a scroll, with rounded corners and a small circular element at the top-left and bottom-left corners.

Секция 14

***ИСТОРИЯ И ПЕРСПЕКТИВЫ
РАЗВИТИЯ МЕСТНОГО
САМОУПРАВЛЕНИЯ***

ТРАНСФОРМАЦИЯ СВЯТЫНИ «ПАРПИ ОЙИМ» ИЛИ УМАЙ-ОНА

© Акчаев Ф.Ш.¹, Турсунов Д.С.

Джизакский ГПИ,
Джизакский юридический колледж,
Узбекистан, Джизак

В данной статье речь идёт о святыне «Парпиойим», расположенного на территории Джизакской области. История этой святыни связана с преданиями о Умай-матери.

Ключевые слова: Исфандармуз, древняя религиозная идеология, Парпи-ойим, Умай, покровительница младенцев, шаманиды.

Всем известно, что существуют разного рода убеждения, которые стали неотделимой частью нашей каждодневной жизни, это убеждение и связанные с ним церемонии возникли на протяжении определенного исторического развития как продукт человеческого мышления. Изучая происхождение каждого обычая, традиций, мы определяем их значение, возникновение и находим ответы на многие вопросы.

В нашей стране существует много священных мест, мест паломничества, названные в честь женщин. Это является подтверждением того, что испокон веков к женщине относились почтительно, заботливо. В частности, в произведении Абу Рейхана Беруни «Памятники древних народов» приведены интересные сведения о почтительном отношении к женщине. К примеру, один из весенних месяцев в древности называли «Исфандармуз» и этот месяц считался женским месяцем. Пятый день этого месяца отмечали как большой праздник. Беруни писал: «Этот день и месяц считались женскими, мужья преподносили своей половине подарки». Значение слова «Исфандар» означает «акл» – «ум» и «мулохаза» – размышление. Великий мыслитель даёт такое описание: «Исфандармуз» – прекрасная, совестливая, совершающая добрые дела и любящая жена, это ангел [1]. Из 6 малойик в трёх говорится о женщине. В древних церквах у зороастрийцев имелись статуи богинь-матерей. Этот факт тоже говорит о возвеличивании женщин в нашей стране.

В исторических памятниках отмечено, что до появления ислама, существовало множество древних религий и религиозных взглядов. К ним отно-

¹ Преподаватель кафедры Методики преподавания истории Джизакского ГПИ.

сят такие древние религиозные течения, как тотемизм, анимизм, в последующих периодах истории появляются зороастризм, буддизм, маздакизм. Их существование обосновывают археологические источники. Особо необходимо указать, что основную часть кочевых скотоводческих племен составляли те, которые преклонялись [2] религии томонидов.

В давние времена люди преклонялись природе, и духи назывались женскими именами.

Речь пойдёт о священном месте паломничества [2] Парпи-ойим, расположенного в селе УволЗааминского района. Сюда приезжают со всех концов области и республики с пожеланием иметь детей.

Сохранилось много древних преданий среди местного населения. (Они требуют научного анализа). Их необходимо проанализировать с научной точки зрения. Например, это место паломничества «Парпиойи» названо в честь сестры священного Парпиота, в честь которого так и названо село Парпиота, расположенного на территории Раватского сельского схода граждан Джизакской области. Общие черты двух этих священных мест, их название, наличие камня с отверстием и одна из причин паломничества – лечение детской болезни «парпи» (в медицине называется кахексия).

В переводе с арабского «парфи» – означает «белый», с возникновением исламской религии местное население дало название этому священному месту «Парпиота» – «окота» («Седой отец»), «отец в белом одеянии», «благородный отец» [3].

Если исходить из имеющихся сведений, сюда приезжают женщины, не имеющие детей, или у которых дети не достигая одного года, умирают. А после исполнения их просьб, приносят обратно сюда камни, которые они забирали с собой и проводят здесь обряды [4].

Такие же традиции существовали в период правления одного из тюркских царей.

Такой из богинь была Умай. В воспоминаниях «Тунокук» дух Умай-она покровительствовал тем, кто сражался в бою, помогал бороться против врагов.

Махмуд Кашгари так истолковывает значение слова «Умай»: переводится как «спутник». Умай – это оболочка, в которой находится ребёнок до рождения в утробе матери. Махмуд Кашгари пишет, что у древних тюркских народов существовала такая пословица: Если преклоняться Умай-матери, то родится мальчик; если от чистого сердца служить ей, то обязательно родится мальчик.

Действительно, женщины верят в дух Умай-матери, надеются, что их пожелания исполнятся. В их понятии «Умай-она» охраняла мать и дитя от злых духов [5]. Поэтому в воспитании детей в тюрском народе преобладают и религиозные понятия. Вплоть до того, пока ребёнок не станет взрослым, его одного спящего не оставляли, чтобы его не сглазили злые духи, он всегда должен быть под наблюдением взрослых. Так, в тюрском народе предотвращают отрицательные последствия испуга маленьких детей после просыпания. Для того, чтобы уберечь дитя от злых духов мать оставляла его одного, доверяя Умай-матери. В представлении тюрского народа Умай-она считалось спутником маленьких детей, охраняющей их от опасности. Они считали, что Умай-она бережёт ребёнка, пока ему не исполнится 3 года, пока он не научится говорить. Дух Умай-она живёт в пуповине у ребенка, а когда пуповина спадает, его кладут в кожаный или ситцевый мешок и вешают на колыбель ребёнка. Поэтому, по их пониманию, пока он лежит в колыбели, она всегда как бы рядом с ребёнком. Если ребёнок улыбается во сне или спит горделиво, то люди думали, что он вместе с Умай – она. А если ребёнок плачет, то будто Умай-она на некоторое время оставила ребенка. А когда ребёнок болеет, думали, что Умай-она на время оставила ребёнка и очень желая скорого её возвращения, обращались к шаманам.

Из всего этого можно сказать, это у тюрских народов Умай – она с одной стороны, считалась источником преклонения богатырей-героев к своей матери, с другой стороны, считали её спутником ребёнка, которого охраняет и бережёт его до рождения и после, охраняет от злых духов.

Делая вывод можно сказать, что «Парпиоим», о которой мы ведём речь, у тюрских народов считалась символом материнства в шаманидской идеологии, Умай-она – это богиня, защищающая младенцев от злых духов, впоследствии переименовали её как «Парпи она» – «Ок она», «безгрешная».

Исследователь Ф. Тошбоев в своей монографии «Культура античного периода уструшанских скотоводов» доказал на основе археологических исследований проживание на этой территории кочевых тюрских скотоводов. Кроме этого, на территории этого села на холме находится священное место покровителя пастухов ХазратиИсхак [6](на местном языке со временем переименован в «Оксок» – «Хромой»). Здесь проживало тюрское поселение, которое занималось скотоводством и сюда с целью излечения хромоты у скота со всех концов области приезжали скотоводы, что говорит о том, что здесь жили тюрские поселения, занимавшиеся скотоводством. После принятия ислама сохранились своеобразные обычаи и традиции скотоводов.

Эти обычаи переходят из поколения в поколение, они связаны с религией ислам и поэтому в обычаях и церемониях имеются элементы исламских традиции. К ним относятся приношение паломников в жертву барана, чтение молитв из корана, посвященные пророкам и почитаемым священным предкам.

Список литературы:

1. Корабоев У. Узбекские народные праздники. – Т., 2002.
2. Уразова Р.Т. Историко-социальный анализ богинь зороастрийцев. – Т., 2013.
3. История религий Центральной Азии. – Т., 2006.
4. Тошбоев Ф. Культура античного периода уструшанских скотоводов. – Т.: 2014.
5. Исследование полей. Священное место «Парпийим» села Увол Зааминского района. 2016 г апрель.
6. ОгаБургутли. Священные места Джизакской области. – Т., 2008.
7. Умирзоков Абдужаббор 62 года. Шейх священного места «Парпи ой-им» села Увол Зааминского района. 2016 г. апрель.
8. Жумабеков А., Аликулов Р. Понятие Умай – она у древних тюрских народов. – Самарканд, 1999.
9. Усман Турар. История Тасаввуф. – Т., 1999.

РОЛЬ АГРОНОМОВ В ИЗМЕНЕНИИ ПАТРИАРХАЛЬНОЙ ЗЕМЛЕДЕЛЬЧЕСКОЙ КУЛЬТУРЫ РОССИЙСКОГО КРЕСТЬЯНСТВА В НАЧАЛЕ XX ВЕКА

© Спиридонов М.П.¹

Воронежский государственный аграрный университет
имени императора Петра I, г. Воронеж

В статье рассматривается роль агрономов в модернизации агротехнической культуры российского крестьянства.

Ключевые слова: агрономия, общественная инициатива, земство, сельское хозяйство.

¹ Студент.

Сельское хозяйство как древняя отрасль экономики десятилетиями базировалась на традициях. Модернизационные процессы начала XX века наглядно показали отсталость сельского хозяйства в плане агрономической культуры. Осознание этого наблюдалось и ранее. В частности, старейшее общественное общество России – Императорское Вольное экономическое общество ставило перед собой одну из целей – это распространение сельскохозяйственных знаний, «что бы общим трудом стараться о исправлении земледелия и домостроительства» [4, с. 2].

Ситуацию в сельском хозяйстве пытались изменить и созданные в 1864 г. земства. В губерниях создавался «института агрономов». В уезды приглашались агрономы. Целью деятельности которых было поднятие благосостояния местного населения путем рациональной организации хозяйства и выработки и распространения улучшенных приемов техники [2, с. 40]. Создавались агрономические участки, границы которых часто не совпадали с границами волостей. В каждом участке создавался агрономический центр во главе с участковым агрономом, который обеспечивался жильем, оборудованием для метеорологических наблюдений, библиотекой с коллекцией учебных пособий и специальным инвентарем. Кроме того, в некоторых уездах приглашались инструкторы по специальным отраслям сельского хозяйства (садоводству, табаководству, ткачеству, кирпичному производству).

Первоочередными признались на начальном этапе именно распространение сельскохозяйственных знаний. Наряду с консультациями уездными агрономами выпускались агрономические листки. В целях наглядной просветительской деятельности агрономы создали первые показательные участки. Все хозяйства были снабжены необходимым инвентарем, введен четырехпольный севооборот и все работы велись под наблюдением и руководством агрономов.

Активно работали в уезде и сельскохозяйственная комиссия и агрономическое совещание, которая также является, на наш взгляд, способствовала консолидации агрономической интеллигенции. На них происходил обмен мнений, рассматривались различные вопросы общественной агрономии, принимались планы дальнейшего совершенствования сельского хозяйства в уезде [2, с. 41-42].

Таким образом, стараясь охватить агрономическими консультациями как можно более широкие круги крестьян, земства стремились опереться на коллективные объекты: общины, сельскохозяйственные общества, кооперативы.

Общественная агрономия в лице уездных агрономов выполняли на первоначальном этапе важнейшую культурологическую роль. Именно благодаря их повседневной деятельности менялась патриархальная культура крестьянства, прививались инновационные методы ведения сельского хозяйства, осуществлялась практическое применение многих агрокультурных теорий и наметился переход к ведению сельского хозяйства на научной основе.

Возрождение дореволюционного опыта агрономов оказался востребованным и в годы новой экономической политики [1]. Восстанавливались и создавались показательные хозяйства, организовывались сельскохозяйственные выставки, пропагандировались новинки агрономических культур [3]. Однако эволюционный путь развития крестьянской агрономической культуры был прерван насильственной коллективизацией.

Список литературы:

1. Бахтин В.В. Воронежская деревня в годы нэпа // П.А. Столыпин и его государственная деятельность в контексте модернизационных процессов в России. – Воронеж, 2012. – С. 13-20.

2. Бахтин В.В. Становление общественной агрономии в Усманском уезде Тамбовской губернии // Успехи современной науки. – 2015. – № 1. – С. 39-42.

3. Бахтин В.В. Частное предпринимательство в Воронежской губернии в годы нэпа: диссертация на соискание ученой степени кандидата исторических наук / Воронежский государственный университет. – Воронеж, 2002.

4. Кулябко-Корецкий Н.Г. Краткий исторический очерк деятельности В.Э. общества со времени его основания, преимущественно в деле собирания и разработки статистических сведений о России и распространения знаний в населении. – СПб.: Тип. В. Демакова, 1897. – 18 с.

Секция 15

***СОЦИАЛЬНЫЕ ПРОЦЕССЫ
В СОВРЕМЕННОМ МИРЕ***

СОЦИОЛОГИЧЕСКИЙ ПОДХОД В ИЗУЧЕНИИ МИГРАЦИИ НАСЕЛЕНИЯ

© Филькина О.Ю.¹

Рязанский государственный университет имени С.А. Есенина, г. Рязань

В статье значительное внимание уделено рассмотрению миграции населения в контексте социологического подхода. Миграция населения представлена как многогранный социальный феномен.

Ключевые слова: миграция населения, миграционный процесс, социологический подход, социальный феномен.

Миграция населения – весьма сложный, многогранный социальный феномен, формирующий общественную динамику в ее социально-экономическом, социально-политическом, демографическом и этническом аспектах. Именно в силу своей многогранности и фундаментальности миграционный феномен стал предметом исследования различных наук. Демографическая наука изучает миграцию населения с точки зрения воспроизводства человеческой популяции. Для экономической науки миграция населения – важный фактор конкуренции на рынке рабочей силы. В юридической науке существует особое направление, определяющее правовой статус разных категорий мигрантов. История проводит в отношении миграционных процессов историко-социальные и историко-демографические исследования.

Социологический подход основное внимание уделяет рассмотрению тех пластов миграционной реальности, которые не доступны для социально-экономических и социально-политических исследований [1, с. 104]. В частности отраслевая социология миграции исходит из того, что весьма разнообразные миграционные процессы влекут за собой системные социальные изменения – институциональные, демографические, этнические, психологические, культурные, экономические и политические. Поэтому социологический подход к миграционному феномену можно назвать комплексным. Область собственно социологического изучения миграции населения чрезвычайно широка [4].

Однако, несмотря на постоянно возрастающий интерес к изучению миграции населения, до сих пор, ни в российской, ни в зарубежной научной социологической литературе не выработано единого системного подхода к

¹ Доцент кафедры Социологии, кандидат исторических наук.

определению данного понятия. В современной российской науке существует более пятидесяти определений миграции населения, хотя, по-прежнему наиболее точным и распространенным остается определение, данное Л.Л. Рыбаковским, где в качестве главного признака миграционной подвижности населения выступает территориальный принцип, а следствием миграций является изменение географии расселения [5, с. 21].

В связи с этим миграционный процесс определяется как множество событий, влекущий за собой смену места жительства [2, с. 18]. Одни из этих событий явные (переселение), другие – латентные (формирование подвижности и т.д.). Для каждой территориальной совокупности людей миграционный процесс выступает как двоякое движение – как поток прибытий, т.е. происходит взаимодействие двух противоположных направлений, относительно однородных серий событий. Но для мигранта событием является не начало (выбытие) или конец (прибытие) миграционного перемещения, а само переселение, т.е. смена постоянного места жительства. Поэтому при рассмотрении миграции населения, во-первых, со стороны территориально локализованных совокупностей людей и, во-вторых, со стороны участников переселений в понятие «миграционное событие» вкладывается различный смысл. В первом случае из событий формируется процесс, а во втором – поток [2, с. 19]. То есть в самом широком смысле посредством понятия «миграционный процесс» раскрывается пространственное движение индивидов и социальных групп, которому присущи определенные, рассмотренные выше признаки.

К отличительным чертам миграционного процесса исследователи относят массовый характер (в данном случае он означает, что единичные действия людей по смене места жительства не могут называться миграционными процессами); устойчивость; социальное содержание источников и результатов миграционных процессов.

В российской научной литературе анализ миграционных процессов предпринят в рамках концепции трех стадий миграционного процесса. Основные положения концепции были сформулированы Л.Л. Рыбаковским [5]. По мнению автора, любой завершённый миграционный процесс состоит из трех стадий: исходной, или подготовительной стадии; представляющей процесс формирования территориальной подвижности населения основной стадии, или собственно переселения населения, миграционных потоков; заключительной, или завершающей стадии, выступающей как приживаемость мигрантов на новом месте, адаптация к новым условиям вселения [5, с. 28-29].

В зарубежной научной литературе встречается четырехстадийная модель миграционного процесса, включающая начальную фазу подготовки, собственно передвижение, процесс прибытия и адаптации и процесс «укоренения» в стране.

Необходимо отметить, что значение концепции трех стадий миграционного процесса определяется разработанными в ее рамках подходами и гипотезами для оценки влияния миграции на формирование структуры и численности населения.

Наиболее полная концепция подходов к изучению миграционных процессов была разработана В.А. Ионцевым и включает 17 научных подходов в изучении миграции населения, содержащих 45 научных направлений, теорий и концепций [3, с. 304].

Кроме того, значимым теоретическим вопросом в изучении миграции населения по-прежнему является проблема типологизации миграций. Цель всех типологизаций – упростить анализ и понимание сложных реалий миграции.

По мнению ряда социологов, к миграциям правомерно относить и широко распространенные в крупных городских агломерациях так называемые «маятниковые миграции», связанные с ежедневными поездками на работу и домой из пригородов в города и обратно. Эти поездки носят локальный характер и не сказываются на географическом рисунке расселения, но оказывают существенное влияние на формирование местных систем расселения.

К другим признакам миграции населения относят функциональный признак, по которому ее можно подразделить на трудовую, культурно-бытовую, рекреационную (то есть связанную с туризмом и отдыхом), служебные командировки.

По временному признаку выделяют такие формы миграции населения как временная или возвратная (маятниковая, сезонная) и постоянная или безвозвратная (переселение).

По направлению миграционных потоков их делят на внешние (межконтинентальные и межгосударственные) и внутренние (межрайонные, внутрирайонные). К внешней миграции относятся эмиграция (выезд из страны проживания) и иммиграция (въезд в страну), а также реэмиграция, или репатриация (возвращение «выехавших» на родину). Примерами внутренних миграций могут служить переезды жителей из одного города в другой, из села в город (и обратно), из одного региона (субъекта Российской Федерации) в другой. Внутренние сезонные миграции, как правило, усиливаются в период активизации сельскохозяйственных работ (весна, лето, осень), когда

повышается спрос на рабочую силу в сельской местности, или во время летних отпусков.

По форме организации миграция населения делится на организованную, то есть осуществляемую при участии и с помощью государства, и неорганизованную. Организованная миграция широко использовалась в практике хозяйственного строительства в СССР.

По причинам переезда на новое место жительства миграции населения условно можно подразделить на экономические или трудовые, связанные с поиском мест с более высокооплачиваемой работой и более высоким уровнем жизни, политические, вызванные изменением государственных границ, дискриминацией отдельных групп населения, религиозные, семейно-бытовые.

Актуальным на сегодняшний день является понятие вынужденная миграция – перемещение людей с целью поиска убежища.

Миграция населения представляет собой сложное общественное явление, которое отличается значительными масштабами и разнообразием [6, с. 125]. Она представляет собой один из лучших индикаторов спектрального состояния общества.

Прежде всего, миграция населения оказывает большое влияние на демографические процессы. Она приводит к изменениям половозрастной и социальной структуры населения в районах, откуда мигранты уезжают и куда приезжают. В районах с оттоком, превышающим темпы воспроизводства населения, численность его сокращается, снижается рождаемость, поскольку в миграциях участвует преимущественно молодое население. Соответственно, в этих регионах увеличивается доля населения старших возрастных групп. В районах же притока мигрантов повышается доля молодых возрастов и, как правило, возрастают темпы воспроизводства населения. В 2015 г., например, на долю молодежи в возрасте от 18 до 30 лет приходилось почти $\frac{2}{5}$ всех внутренних мигрантов в России.

Миграции активно вмешиваются в процессы урбанизации, оказывают влияние на формирование систем расселения.

Миграции населения способствуют территориальному перераспределению населения и трудовых ресурсов, влияют на уровень социально-экономического развития регионов. Приток квалифицированных кадров в районы нового освоения позволяет развивать в них не только сырьевые, но и технически более сложные производства по глубокой комплексной переработке добываемого сырья. Создаваемые переселенцами новые города, промышленные объекты, агропромышленные предприятия повышают экономический потенциал территории.

Вместе с тем неорганизованный приток мигрантов в районы с низким уровнем и медленными темпами социально-экономического развития приводит к ухудшению материальных и культурно-бытовых условий жизни населения в этих районах, обуславливает плохую приживаемость новоселов и текучесть населения. В случаях приезда вынужденных мигрантов требуются дополнительные расходы со стороны государства и местных бюджетов на их обустройство, организацию новых рабочих мест, строительство объектов социальной инфраструктуры.

Миграции трудоспособного населения непосредственно влияют на рынок рабочей силы, сокращая (при отъезде) или увеличивая (в случае приезда) ее предложение, зачастую обостряя конкуренцию на рынке труда.

Состав мигрантов влияет на социальную структуру, культурный и образовательный уровень населения в районах оттока мигрантов и их притока. Например, приезд городских жителей в сельскую местность или отдаленные районы нового освоения способствует формированию населения с более высоким уровнем культуры и профессиональной квалификации; усиленный приток сельских жителей в города оказывает противоположное воздействие.

Таким образом, из проведенного социологического анализа понятия «миграция населения» следует, что миграция населения – это не только простое механическое передвижение людей, но и сложный общественный процесс, охватывающий различные стороны жизни социума.

Социологический подход в изучении миграции населения акцентирует основное внимание на таких предметно-объектных свойствах миграции, как процессуальность, системность и функциональность, на институциональных характеристиках.

Список литературы:

1. Арутюнян Л.А., Заславская М.И. Возможности и особенности социологического подхода к анализу миграции // Социология. – 2010. – № 2. – С. 100-104.
2. Блинова М.С. Современные социологические теории миграции населения. – М.: КДУ, 2009. – 160 с.
3. Введение в демографию / Под ред. В.А. Ионцева, А.А. Саградова. – М., 2003.
4. Димаев А.Р. Управление миграционным процессом в современном обществе [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.demographia.ru/>.

5. Рыбаковский Л.Л. Миграция населения. Три стадии миграционного процесса. (Очерки теории и методов исследования). – М., 2001. – 114 с.

6. Филькина О.Ю., Мурадян М.А. Сущность и основные черты миграции населения в условиях глобализации // Актуальные вопросы социологии и управления: сборник научных трудов. – Рязань, РГУ, 2010. – С. 125-129.

**СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКИЕ НАУКИ
И ГУМАНИТАРНЫЕ ИССЛЕДОВАНИЯ**

СБОРНИК МАТЕРИАЛОВ

XIV Международной научно-практической конференции

г. Новосибирск, 24 августа, 30 сентября 2016 г.

Под общей редакцией
кандидата экономических наук С.С. Чернова

Подписано в печать 05.10.2016. Формат 60×84 1/16. Бумага офсетная.
Тираж 500 экз. Уч.-изд. л. Печ. л. Заказ

Отпечатано в типографии
ООО Издательство «СИБПРИНТ»
630099, г. Новосибирск, ул. Максима Горького, 39



ЦЕНТР РАЗВИТИЯ НАУЧНОГО СОТРУДНИЧЕСТВА
(г. Новосибирск)

С целью оказания помощи в опубликовании результатов научно-исследовательских работ профессорско-преподавательского состава, молодых ученых, аспирантов и магистрантов проводит *конференции*, готовит к выходу *сборники научных трудов* «АКТУАЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ СОВРЕМЕННОЙ НАУКИ», а также осуществляет подготовку и публикацию коллективных научных *монографий* по различным областям знаний.

Информацию об условиях публикации результатов научных исследований и требования к оформлению материалов можно получить на сайте <http://www.ZRNS.ru>, по телефонам Центра развития научного сотрудничества в г. Новосибирске:

8-383-291-79-01 Чернов Сергей Сергеевич, руководитель ЦРНС

8-913-749-05-30 Хвостенко Павел Викторович,
ведущий специалист ЦРНС

или по электронной почте: monography@ngs.ru
monography@mail.ru

НАДЕЕМСЯ НА ПЛОДОТВОРНОЕ СОТРУДНИЧЕСТВО!