

ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ АВТОНОМНОЕ  
ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ  
«КРЫМСКИЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ  
ИМЕНИ В.И. ВЕРНАДСКОГО»

Институт экономики и управления  
(структурное подразделение)

Кафедра менеджмента

# **УСТОЙЧИВОЕ РАЗВИТИЕ СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКОЙ СИСТЕМЫ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ**

**материалы  
XIX региональной научно-практической конференции**

01-02 декабря 2017 г.  
г. Евпатория

Симферополь  
ИТ «АРИАЛ»  
2017

УДК 338.242.2 (470+571)  
ББК 65.050  
У81

**Сборник зарегистрирован в базе  
Российского индекса научного цитирования**

**Организационный комитет конференции:**

Ячменева В.М. – д.э.н., профессор, заведующая кафедрой менеджмента  
Воробец Т.И. – к.э.н., доцент кафедры менеджмента  
Фокина Н.А. – к.э.н., доцент кафедры менеджмента  
Ячменев Е.Ф. – к.э.н., доцент кафедры менеджмента  
Пушкарева Е.В. – старший преподаватель кафедры менеджмента  
Тарасюк В.Д. – ассистент кафедры менеджмента, секретарь  
Тимаев Р.А. – ассистент кафедры менеджмента, секретарь

**Редакционная коллегия:**

Ячменева В.М. – д.э.н., профессор, заведующая кафедрой менеджмента,  
ответственный редактор  
Ячменев Е.Ф. – к.э.н., доцент кафедры менеджмента, технический редактор  
Тимаев Р.А. – ассистент кафедры менеджмента, компьютерная вёрстка

У81 **Устойчивое развитие социально-экономической системы  
Российской Федерации:** материалы XIX региональной научно-  
практической конференции, г. Евпатория, 01-02 декабря 2017 г. /  
под общ. ред. В. М. Ячменевой. — Симферополь : ИТ «АРИАЛ»,  
2017. — 296 с.

ISBN 978-5-906962-84-3

УДК 338.242.2 (470+571)  
ББК 65.050

Все материалы конференции публикуются в авторской редакции.  
Ответственность за достоверность фактов, цитат и других сведений  
несут авторы.

ISBN 978-5-906962-84-3

© Авторы публикаций, 2017  
© ИТ «АРИАЛ», 2017

# СЕКЦИЯ 1. ИНВЕСТИЦИОННАЯ ПОДДЕРЖКА ИННОВАЦИОННОГО РАЗВИТИЯ ЭКОНОМИКИ РЕГИОНА

УДК 005.8

## УПРАВЛЕНИЕ ИНВЕСТИЦИОННЫМИ ПРОЕКТАМИ

## MANAGEMENT OF INVESTMENT PROJECTS

**Аблякимова Л.Р.**, обучающаяся группы МО-332-о,  
**Дышловой И.Н.**, д.э.н, профессор,  
ФГАОУ ВО «КФУ им. В.И. Вернадского»,  
Институт экономики и управления, г. Симферополь

**L.R. Ablyakimova**, student, gr. MO-332-o,  
**I.N. Dyshlovoi**,  
Doctor of Economics Sciences, Professor,  
V.I. Vernadsky Crimean Federal University,  
Institute of Economics and Management, Simferopol

### Аннотация

В данной работе рассматривается технология управления инвестиционным проектом; ставится задача описания его сущности, определения методологических основ управления инвестиционными проектами и принципов системы управления инвестиционной деятельностью.

### Annotation

This article discusses the technology of investment project management; the task is to describe its essence, determine the methodological basis for managing investment projects and the principles of the management system of investment activities.

**Ключевые слова:** инвестиционная деятельность, инвестиционный проект, экспертиза, анализ инвестиционного проекта.

**Keywords:** investment activity, investment project, expertise, analysis of the investment project.

**Введение.** Инвестиционная деятельность — это один из самых сложных видов управленческой деятельности, поскольку от нее зависит будущее состояние организации, которое нужно правильно спрогнозировать [1].

**Цель исследования.** Описание сущности инвестиционного проекта, методологических основ управления ИП, определение основных принципов оценки инвестиционных проектов.

**Результаты исследования.** Осуществление инвестиции — это долгий процесс. Поэтому для наиболее эффективного использования финансовых ресурсов компания образует свою инвестиционную политику. Главная

задача – обеспечить баланс между инвестиционными ресурсами в краткосрочной и долгосрочной перспективе и обеспечить определенный рост валовой продукции через инвестиционный процесс.

Инвестиционный проект (ИП) представляет собой планируемую и внедренную систему мер по инвестированию капитала в создаваемые материальные объекты, технологические процессы, а также в различные виды предпринимательской деятельности с целью их сохранения и расширения. Методология управления инвестиционными проектами обычно включает следующие шаги:

- планирование, которое занимает основное место в инвестиционном бизнесе и представляет собой организационное начало всего инвестиционного процесса. Характер инвестиционного планирования заключается в том, чтобы подкрепить цели и пути их достижения на основе подробных инвестиционных проектов;

- реализация инвестиционного проекта, которая включает создание структуры управления проектом и функциональное и целевое распределение обязанностей участников проекта;

- текущий контроль и регулирование инвестиционного процесса на всех этапах - от первоначальных инвестиций до ликвидации компании;

- оценка и анализ качества выполнения проекта и достижения его целей [1].

Управление инвестиционными процессами должно основываться на регулировании инвестиционной привлекательности экономической системы, поскольку это приводит к притоку / оттоку капитала.

Вопрос о целесообразности реализации проекта учитывается в рамках обоснования инвестиций. Экономическая эффективность проекта оценивается с точки зрения затрат, продолжительности реализации и прибыльности. Оценка помогает определить надежность, окупаемость и эффективность проекта.

При принятии решения о необходимости инвестирования в проект, нужно учитывать результаты экспертизы проекта. Экспертиза – оценка проекта для устранения объектов, использование которых выходит за пределы интересов государства, прав физических и юридических лиц или не соответствуют требованиям стандартов [3].

Анализ ИП базируется на следующих принципах, которые применимы к любому виду проекта вне зависимости от их характеристик:

- учет проекта в течение всего жизненного цикла – от осуществления прединвестиционного исследования до завершения проекта;

- составление моделей денежных потоков с учетом доходов и расходов, связанных с проектом;

- принцип максимального эффекта. Для того, чтобы инвестиционный проект считался эффективным, необходимо, чтобы отдача от проекта был положительной. При сравнении различных вариантов инвестиционных проектов выбирать необходимо проект с наивысшей отдачей;

– учет фактора времени. При анализе эффективности инвестиционного проекта нужно учитывать различные аспекты этого фактора, включая динамику характеристик проекта и его экономическую обстановку; различия во времени между производством или получением необходимых ресурсов и их оплатой.

– учет существования всех участников проекта, расхождения их интересов;

– многоуровневость оценки. На различных этапах разработки и реализации инвестиционного проекта его эффективность определяется повторно;

– учет влияние потребности в оборотном капитале, необходимом для поддержания производственных мощностей;

– учет воздействия инфляции, неточностей и рисков событий.

Таким образом, оценка эффективности ИП состоит из двух основных аспектов: финансового (для анализа ликвидности инвестиционного проекта при его реализации) и экономического (для оценки возможности проекта поддерживать стоимость приобретения инвестиций и обеспечения необходимого темпа роста) [2].

**Выводы.** Профессиональное управление ИП и инвестиционными процессами в целом, с учетом основных принципов анализа проекта и использованием различных методов для оценки их эффективности, позволяет обеспечить качественную и последовательную реализацию развития компании, то есть достижение целей с наименьшими инвестиционными расходами.

## СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Управление инвестиционным процессом. Принципы анализа инвестиционных проектов // Теоретические основы менеджмента, системы управления, алгоритмы принятия управленческих решений. — Режим доступа : <http://bmanager.ru/articles/upravlenie-investicionnym-processom-principyu-analiza-investicionnyx-proektov.html>. — Дата доступа : 28 октября 2017.

2. Основные принципы оценки эффективности / И. И. Гребенюк, Н. В. Голубцов, В. А. Кожин и [др] // Анализ инновационной деятельности высших учебных заведений России. — Режим доступа : <https://www.monographies.ru/ru/book/section?id=4733>. — Дата доступа : 28 октября 2017.

3. Полянская О. А. Оценка эффективности инвестиционных проектов: учебное пособие / О. А. Полянская, З. А. Дикая. — СПб : СПбГЛТУ, 2012. — 44 с.

© Л.Р. Аблякимова, И.Н. Дышловой

## ОСОБЕННОСТИ ИННОВАЦИОННОЙ ИНФРАСТРУКТУРЫ ЦИФРОВОЙ ЭКОНОМИКИ

### INNOVATIVE INFRASTRUCTURE FEATURES OF DIGITAL ECONOMY

**Апатова Н.В.**, д.э.н., д.п.н., профессор,  
ФГАОУ ВО «КФУ им. В.И. Вернадского»,  
Институт экономики и управления, г. Симферополь

**N.V. Apatova**,  
Doctor of Economic Sciences,  
Doctor of Pedagogical Sciences, Professor,  
V.I. Vernadsky Crimean Federal University,  
Institute of Economics and Management, Simferopol

#### **Аннотация**

Цифровая экономика предъявляет особые требования ко всем сферам социально-экономической деятельности, к которым относится создание инновационной инфраструктуры на каждой территории для обеспечения жизнедеятельности и управления на основе информационно-коммуникационных технологий.

#### **Annotation**

The digital economy makes special demands on all spheres of social and economic activity, which include the creation of an innovative infrastructure in each territory to ensure life and management based on information and communication technologies.

**Ключевые слова:** цифровая экономика, инновационная инфраструктура, регион.

**Keywords:** digital economy, innovation infrastructure, region.

**Введение.** В середине 1970-х годов в ряде развитых стран доля сервиса в структуре ВВП превысила 50% и с тех пор период социально-экономического развития стали называть постиндустриальным. Однако, еще в 1950-е годы был отмечен «информационный взрыв», который только усиливается в настоящее время, поскольку все производственные и управленческие процессы, а также коммуникации в Интернет основаны на передаче и переработке информации. В связи с тем, что информация стала одним из основных предметов производства и с появлением средств ее обработки и передачи – компьютеров и компьютерных сетей, – современную социально-экономическую систему более точно можно назвать информационной [1]. В западной литературе уже несколько десятков лет употребляется термин «цифровая экономика» как синоним «информационной». Однако более

точно цифровой экономикой следует называть систему хозяйствования, основанную на обработке данных, а термин «информационная» оставить за всей формирующейся социально-экономической системой.

Взятый Российской Федерацией курс на развитие цифровой экономики в государстве ставит задачи перед каждым регионом по созданию и развитию инновационной инфраструктуры, обеспечивающей оптимизацию потребления ресурсов жизнеобеспечения, подготовку кадров высокой квалификации, создание условий для разработки и внедрения инноваций. Такие задачи требуют комплексного решения построения «умного региона» с оцифрованным государственным и муниципальным управлением, промышленностью, сельским хозяйством и систем социальной поддержки. В основе инновационной инфраструктуры региона находится управляющая цифровая платформа, к которой подключены все субъекты социально-экономической деятельности и к ряду ее блоков – население.

**Цель исследования.** Целью исследования является рассмотрение особенностей формирования инновационной инфраструктуры региона в условиях становления цифровой экономики.

**Результаты исследования.** В июле 2017 года была принята правительственная Программа «Цифровая экономика Российской Федерации», в которой до 2024 намечено функциональное преобразование социально-экономических структур с целью их оптимизации и развития [2]. Выступая 5 июля 2017 г. в Ново-Огарево, Президент России В.В. Путин сказал: «Цифровая экономика - это не отдельная отрасль, по сути это уклад жизни, новая основа для развития системы государственного управления, экономики, бизнеса, социальной сферы, всего общества, – отметил он. – Формирование цифровой экономики – это вопрос национальной безопасности и независимости России, конкуренции отечественных компаний». Программа ставит перед страной три главные цели: 1) создание экосистемы РФ, в которой данные в цифровой форме являются ключевым фактором производства во всех сферах социально-экономической деятельности и в которой обеспечено эффективное взаимодействие, включая трансграничное, бизнеса, научно-образовательного сообщества, государства и граждан; 2) создание необходимых и достаточных условий институционального и инфраструктурного характера, устранение препятствий для развития высокотехнологических бизнесов и рынков; 3) повышение конкурентоспособности – на глобальном рынке как отдельных отраслей экономики РФ, так и экономики в целом. Программа реализуется на трех уровнях: 1) рынки и отрасли экономики – (сферы деятельности), где осуществляется взаимодействие конкретных субъектов (поставщиков и потребителей товаров, работ и услуг); 2) платформы и технологии и, где формируются компетенции для развития рынков и отраслей экономики (сфер деятельности); 3) среда, которая создает условия для развития платформ и технологий и эффективного взаимодействия

субъектов рынков и отраслей экономики и охватывает нормативное регулирование, информационную инфраструктуру, кадры и информационную безопасность.

В каждом регионе России должны быть созданы технологические условия для создания и развития цифровой экономики, которые включают следующие сквозные технологии для промышленности, сельского хозяйства, транспорта, здравоохранения, образования, инфраструктуры и сферы услуг: большие данные, нейротехнологии и искусственный интеллект, системы распределенного реестра, квантовые технологии, новые производственные технологии, промышленный интернет, компоненты робототехники и сенсорики, технологии беспроводной связи, технологии виртуальной и дополненной реальности. Для полноценного развития цифровой экономики на региональном уровне необходимо, во-первых, ликвидировать цифровой разрыв (или цифровое неравенство) регионов России, которое зависит как от распространения информационно-коммуникационных технологий и Интернет, так и от образовательного уровня населения, его готовности к использованию данных технологий; во-вторых, от доминирующих в регионе и бюджетообразующих отраслей, которые охвачены цифровизацией; в-третьих, от цифрового потенциала региональных рынков, развития интернет-продаж и услуг, электронного взаимодействия имеющихся в регионе предприятий, власти и образования.

Инновационная инфраструктура цифровой экономики состоит из информационной инфраструктуры, исследовательской инфраструктуры, инфраструктуры цифрового пространства доверия, институциональной среды, «Умных городов» и инфраструктуры экосистемы.

Каждый регион имеет свои инновационные преимущества, которые можно разделить на внешние и внутренние [3]. Внешние – или инструментальные, – это государственная поддержка формирования инновационной инфраструктуры, стимулирования инновационного развития в краткосрочной и долгосрочной перспективе. В мероприятиях Программы первое место отводится государственному регулированию, способствующему созданию благоприятной среды для разработки и использования информационных технологий и связанной с ней экономической деятельностью.

Прежде всего, поддержка со стороны государства относится к инновационным предприятиям, готовым к выпуску или уже выпускающие инновационную продукцию. Сюда также входит подготовка кадров, создание новых, инновационных, культурных ценностей, проявляющихся как в культуре потребления, так и в готовности использовать инновационные товары и услуги, общей технической грамотности. Как показывает опыт последних лет, особенно открытой к потреблению инновационных продуктов является молодежь, что видно по использованию новых версий мобильных телефонов и их программных приложений, компьютеров и других гаджетов. Цен-

ностные ориентиры определяют внутренние преимущества региона, они касаются также и моделей экономического и общественного поведения, развития предпринимательства, органов управления.

**Выводы.** В современных условиях цифровизации развития региона инфраструктура становится не только базой поддержки инновационных предприятий, но и сама основана на использовании информационно-коммуникационных технологиях для оптимизации управления и ресурсосбережения.

## СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Апатова Н. В. Теория информационной экономики / Н. В. Апатова. — Симферополь : «ЧП Бондаренко», 2005. — 336 с.

2. Программа «Цифровая экономика Российской Федерации». — Режим доступа : <http://d-russia.ru/wp-content/uploads/2017/05/programmaCE.pdf>. — Дата доступа : 20 ноября 2017.

3. Михайлин О. И. Особенности формирования региональных инфраструктурных факторов инновационного развития / О. И. Михайлин // Вестник Брянского государственного университета. — 2013. — № 3. — С. 143–145.

© Н.В. Апатова

УДК 330.341

## ПРОБЛЕМЫ ИННОВАЦИОННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В РЕСПУБЛИКЕ КРЫМ

### PROBLEMS OF INNOVATION ACTIVITIES IN THE REPUBLIC OF CRIMEA

**Донченко А.С.**, обучающаяся группы МО-231-о,  
**Тимаев Р.А.**, ассистент,  
ФГАОУ ВО «КФУ им. В.И. Вернадского»,  
Институт экономики и управления, г. Симферополь

**A.S. Donchenko**, student, gr. MO-231-o,  
**R.A. Timaev**, Assistant Professor,  
V.I. Vernadsky Crimean Federal University,  
Institute of Economics and Management, Simferopol

#### Аннотация

В работе описано современное состояние инновационной сферы Республики Крым. Выявлены проблемы, которые препятствуют развитию инновационной деятельности в регионе. На основе анализа внутренней и внешней среды сформулированы рекомендации, направленные на улучшение сложившейся ситуации в инновационной деятельности Республики Крым.

### Annotation

The paper describes the current state of the innovative sphere of the Republic of Crimea. The problems that hamper the development of innovative activities in the region are identified. Based on the analysis of the internal and external environment, recommendations are formulated aimed at improving the current situation in the innovation activity of the Republic of Crimea.

**Ключевые слова:** инновации, инновационная деятельность, проблемы инновационной сферы.

**Keywords:** innovation, innovative activity, problems of innovation sphere.

**Введение.** На современном этапе развития экономических отношений каждому субъекту Российской Федерации важно сохранять конкурентоспособность на высоком уровне. Достижение данной цели может быть возможно, как за счет роста объема производства, так и благодаря эффективной политике в инновационной сфере, связанной со своевременным внедрением достижений научно-технического прогресса во все отрасли региональной экономики.

Одним из главных двигателей развития экономики региона является инновационная деятельность субъектов хозяйствования, расположенных на его территории. Для того чтобы предприятия могли качественно повысить эффективность производства за счет снижения материальных затрат, необходимо своевременное внедрение современных информационных технологий и техники во все основные бизнес-процессы организаций.

**Целью исследования** является изучение состояния инновационной деятельности в Республике Крым, а также предложение рекомендаций по его улучшению в регионе.

**Результаты исследования.** Благодаря своему выгодному географическому положению, наличию большого количества высококвалифицированных специалистов (более трети всего населения Республики Крым — это граждане с высшим образованием [3]) и значительному запасу природных ресурсов, Республика Крым является одним из экономически перспективных и инвестиционно привлекательных регионов Российской Федерации с высоким научно-инновационным потенциалом.

Развитию инновационного потенциала в регионе способствует сеть образовательных учреждений различных уровней подготовки (рис. 1), осуществляющих подготовку квалифицированных кадров практически для всех отраслей и сфер экономики. Значительное содействие в данном направлении также оказывают 28 научно-исследовательских, проектных, научных и конструкторских институтов и бюро. Необходимо также отметить, что особое место среди образовательных и научных учреждений занимает ФГАОУ ВО «Крымский федеральный университет им. В.И. Вернадского», который является крупнейшей образовательной организацией высшего образования в регионе и по состоянию на начало 2017 года объединяет 35399

обучающихся, 2356 сотрудников из числа профессорско-преподавательского состава и 65 научных работников [1].



Рис. 1. Численность образовательных учреждений, обеспечивающих профессиональными кадрами Республику Крым [3]

На текущий момент в Республике Крым приоритетными направлениями, которые нуждаются во внедрении инновационных продуктов, являются: пищевая, перерабатывающая и химическая промышленности, строительство, машиностроение, рекреация и туризм, гостиничное дело, а также образование и сельское хозяйство [4]. Предприятия и учреждения региона нуждаются не столько в просто идеях и теоретических научных разработках, а сколько в конкретных технологиях, способных обеспечить конкурентоспособность товаров и услуг. Так, например, для масштабной реконструкции и модернизации предприятий, функционирующих в промышленной отрасли, требуется сформировать кластер инвестиционных и инновационных проектов, который позволит получить доступ к новым энерго- и ресурсосберегающим технологиям.

Одной из значимых проблем инновационной деятельности в Республике Крым выступает инфраструктурное обеспечение, с входящими в него кадровой, консалтинговой, информационной, финансовой, сбытовой и производственно-технологической структурами. Разработка и реализация инновационных проектов не может быть реализована в полной мере без развитого инфраструктурного обеспечения. Следует отметить, что неудовлетворительное общее состояние объектов инфраструктуры остаётся главным негативным фактором, тормозящим развитие экономики Республики Крым [3].

До вхождения в состав Российской Федерации у многих предприятий Республики Крым были налажены деловые связи с международными орга-

низациями, которые финансировали достаточно большую часть инновационных проектов, однако, реализация многих из них была приостановлена после наложения экономических санкций. В основном в Крым инвестируют компании, не сотрудничающие с западными странами [2], которые в приоритете направляют свои инвестиции в сферы строительства, промышленности и услуг. Зарубежные инвесторы хоть и в меньшем количестве, но также инвестируют в экономику Республики Крым. Для них основными направлениями остаются сферы туризма, отдыха и развлечений. При этом, без внимания не остаётся и сельское хозяйство. Согласно последним аналитическим данным, немалый интерес вызывают садоводство, виноградарство и овощеводство. Также перспективным считается строительство туристических и жилищных объектов, реконструкция дорог и портов.

Как уже отмечалось выше, санкции западных стран препятствуют развитию инновационной деятельности в регионе. Помимо экономических и политических факторов отрицательное влияние на развитие инновационной сферы оказывают проблемы, связанные со сложным транспортным сообщением, низкой обеспеченностью энергетическими, сырьевыми и пресными водными ресурсами.

Несмотря на то что государственные органы принимают активное участие в регулировании инновационной деятельности в Республике Крым, в данной сфере существует ряд острых проблем. Сформулируем их:

- предприятия региона оказывают малую заинтересованность в результатах инновационной деятельности;
- отсутствуют, либо слабо налажены, связи между научной деятельностью и потребностями производства;
- недостаточно развито инфраструктурное обеспечение;
- отсутствует прямой доступ к современным западным высокотехнологичным продуктам;
- низкий уровень инвестирования в инновационную сферу;
- нехватка узкопрофильных высококвалифицированных специалистов;
- недостаточно эффективное законодательство в области инновационной деятельности.

Учитывая вышеизложенные проблемы, были сформулированы рекомендации по улучшению сложившейся ситуации в инновационной деятельности Республики Крым:

- для разработки выгодных и перспективных инновационных проектов необходимо способствовать увеличению не только государственных, но и частных заказов предприятий в реальном секторе экономики Республики Крым;
- необходимо совершенствовать законодательство, регулирующее инновационную деятельность в Республике Крым;

– увеличение налоговых льгот для субъектов хозяйствования, осуществляющих свою деятельность в сфере инноваций, будет стимулировать ее развитие;

– обеспечение государственной финансовой поддержкой хозяйствующих субъектов, которые нуждаются в инновациях, поможет ускоренными темпами модернизировать производственные мощности;

– дополнительная подготовка и переподготовка кадров позволит повысить квалификацию специалистов, что приведет к росту коммерциализации научно-технических разработок, а также к овладению навыками по продвижению инновационной продукции на внешние рынки;

– необходимо предпринять меры по повышению конкурентоспособности региона за счет имиджевых мероприятий, которые позволят получить дополнительный объем как отечественных, так и иностранных инвестиций.

**Выводы.** Республика Крым является перспективным регионом для ведения бизнеса в сфере инновационной деятельности, однако в связи с рядом политических и экономических проблем не может развиваться в полную силу. Государство проводит активную инвестиционно-инновационную политику в регионе, но наличие перечисленных выше препятствий не дает реализовать ее в полном объеме и с необходимым уровнем качества. Реализация приведенных в работе рекомендаций может частично решить имеющиеся проблемы, способствуя при этом повышению уровня инвестиционной привлекательности региона в целом.

## СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Макеев С. Эксперты: частный бизнес инвестирует в Крым в 13 раз больше государства / С. Макеев // Российское информационное агентство УРА.РУ. — Режим доступа : <https://ura.news/news/1052299354>. — Дата доступа : 13 ноября 2017.

2. Отчет ректора о деятельности ФГАОУ ВО «Крымский федеральный университет имени В. И. Вернадского» за 2016 год. — Режим доступа : <http://cfuv.ru/wp-content/uploads/2014/11/otchet-2.pdf>. — Дата доступа : 12 ноября 2017.

3. Постановление Совета министров Республики Крым от 18.01.2017 № 9 «Об утверждении Государственной программы Республики Крым «Экономическое развитие и инновационная экономика» на 2017-2020 годы». — Режим доступа : [http://rk.gov.ru/rus/file/pub/pub\\_324467.pdf?mid=203](http://rk.gov.ru/rus/file/pub/pub_324467.pdf?mid=203). — Дата доступа : 12 ноября 2017.

4. Романюк Е. В. Инновационная деятельность Республики Крым в новых экономических условиях: состояние и развитие / Е. В. Романюк, А. И. Волошин // Вопросы инновационной экономики. — 2017. — Т. 7. — № 1. — С. 97–108.

© А.С. Донченко, Р.А. Тимаев

## ПРОБЛЕМАТИКА ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ СОВРЕМЕННОЙ КАЗНАЧЕЙСКОЙ СИСТЕМЫ В РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

### PROBLEMATICS OF THE FUNCTIONING OF THE MODERN TREASURY SYSTEM IN THE RUSSIAN FEDERATION

**Корчинский В.Е.**, к.э.н, доцент,  
ФГАОУ ВО «КФУ им. В.И. Вернадского»,  
Институт экономики и управления, г. Симферополь

**V.E. Korchinsky**,  
Candidate of Economic Sciences, Associate Professor,  
V.I. Vernadsky Crimean Federal University,  
Institute of Economics and Management, Simferopol

#### Аннотация

В современных условиях Казначейство России стало мощной платежной, расчетной и контрольной системой в бюджетной сфере, организующей эффективный учет и превентивный государственный казначейский контроль в процессе исполнения бюджетов. В статье рассматриваются проблемные вопросы организации казначейского исполнения бюджетов и направления по совершенствованию казначейской системы.

#### Annotation

In modern conditions, the Treasury of Russia has become a powerful payment, settlement and control system in the budgetary sphere, which organizes effective accounting and preventive state treasury control in the process of budget execution. The article deals with the problematic issues of organization of treasury performance of budgets and directions for improving the treasury system.

**Ключевые слова:** Федеральное казначейство, казначейские органы, кассовое обслуживание, исполнение бюджетов, модернизация информационных систем и технологий, электронный бюджет.

**Keywords:** Federal Treasury, treasury bodies, cash services, execution of budgets, modernization of information systems and technologies, electronic budget.

**Введение.** Совершенствование казначейской системы остается одним из базовых составляющих повышения эффективности государственной бюджетной политики и всей системы преобразований бюджетной сферы. Повышение эффективности казначейского исполнения бюджетов связано с преодолением многих препятствий и проблем, требующих решения.

**Цель исследования.** Рассмотреть основные направления мер по совершенствованию функционирования казначейской системы.

**Результаты исследования.** На сегодняшний день казначейские органы находятся на том этапе развития, когда в целом сформирована их организационная структура, адекватная для выполнения поставленных перед

ними целей и задач. В то же время созданные казначейские технологии не в полной мере соответствуют современным требованиям: ни в функциональном аспекте, ни в методической и информационной базе реализации. Иными словами, возможности казначейской системы используются не до конца, тогда как современные условия требуют рассмотрения Казначейства России, прежде всего, как ключевого института, в котором сосредоточены все направления управления потоками бюджетных средств государства. Федеральное казначейство должно стать базовым элементом интегрированной системы управления финансами РФ. В связи с этим необходимо, чтобы наряду с учетно-платежными, оно обладало полномочиями по финансовому управлению, обеспечивая комплексный подход к учету государственных финансов России [1].

Следует выделить такие существенные проблемы, с которыми сталкивается Казначейство России, а соответственно, и наиболее приоритетные задачи по их урегулированию:

I. Необходимость повышения эффективности кассового обслуживания бюджетного исполнения и учета операций со средствами неучастников бюджетного процесса, в частности, совершенствование процесса казначейского сопровождения и проведения валютных операций.

II. Необходимость увеличения результативности управления финансовыми ресурсами государства. Так, в условиях увеличения дефицита федерального бюджета особое значение приобретает создание механизма привлечения от кредитных организаций краткосрочных займов (например, при возникновении кассовых разрывов на едином счете), а также методико-технологической базы совершенствования операций с ценными бумагами по договорам РЕПО. В тоже время стоит расширить имеющуюся практику предоставления бюджетных кредитов на пополнение остатков средств на счетах территориальных бюджетов, в частности механизм финансовых гарантий регионам при предоставлении подобных кредитов и систему ранжирования публично-правовых образований как претендентов на получения подобных кредитов в условиях ограниченности бюджетных средств [2].

III. Обеспечение функционирования и развитие информационных систем (ИС) и технологий (ИТ) ФК РФ, повышение информационной открытости деятельности казначейских органов и доступности информации о государственном секторе и общественных финансах. Так, наравне со значительной развитостью информационных технологий в ФК, существует и ряд недостатков, к которым относится, в первую очередь, недостаточная степень открытости информации о деятельности казначейских органов. В рамках модернизации информационных систем и технологий Казначейства России важно отметить необходимость создания и развития государственной интегрированной информационной системы управления общественными финансами (ГИИС) «Электронный бюджет». Сюда относится проектирование, разработка, опытная эксплуатация, сопровождение технологических и функциональных подсистем ГИИС, оператором которых является

ФК, увеличение числа пользователей, а также введение в эксплуатацию и развитие единого портала бюджетной системы РФ ([www.budget.gov.ru](http://www.budget.gov.ru)). Последний предоставляет необходимую информацию о бюджете и бюджетном процессе в РФ в режиме реального времени, а также позволяет принимать участие в управлении бюджетным процессом. На данный момент требуется окончательный перевод всех документов, создаваемых и используемых в рамках ГИИС, в электронный вид; идентификация пользователей в ИС и организация их интерактивного взаимодействия с ней [3].

Следующим элементом модернизации информационных систем и технологий ФК РФ является создание платежных сервисов и развитие государственной информационной системы о государственных и муниципальных платежах (ГИС ГМП) как базового звена инфраструктуры электронного правительства, обеспечивающего сокращение процедуры и сроков оказания государственных и муниципальных услуг, снижение административных издержек, а также возможность предоставления услуг в электронном виде, что требует создания специального платежного приложения [2].

Еще одна задача, стоящая перед Казначейством России в процессе модернизации ИС и ИТ – развитие государственной автоматизированной информационной системы «Управление» (ГАС «Управление»). Оно предполагает, во-первых, развитие механизмов комплексного мониторинга (социально-экономического развития моногородов и субъектов РФ, эффективности деятельности исполнительной власти, основных показателей прогноза социально-экономического развития и проч.), а также модернизацию инструментов сбора регламентированной отчетности. Во-вторых – улучшение качества данных посредством их расширенного контроля, большего взаимодействия с УФК и ОФК с предоставлением им необходимых инструментов. В-третьих, – продвижение ГАС «Управление» через демонстрации, презентации и разработки информационных баннеров.

Следующая составляющая модернизации ИС и ИТ ФК РФ – совершенствование участия казначейских органов в контрактной системе посредством развития единой ИС в сфере закупок через: разработку электронных процедур определения контрагента; создание каталога товаров, работ, услуг для обеспечения государственных и муниципальных нужд; регистрацию в ней организаций; нормирование затрат на закупки и создание библиотеки типовых контрактов; общественное обсуждение крупных закупок с реестром жалоб, плановые и внеплановые проверки, их результаты и выданные предписания; мониторинг закупок; закупку инновационной и продукции отдельными видами юридических лиц.

Помимо вышеуказанного, участие казначейских органов необходимо в контрактной системе ведения реестра контрактов и договоров, заключенных заказчиками; при межведомственном взаимодействии по обеспечению контроля в сфере контрактных отношений и развитие подсистемы «Управление закупками» ГИИС «Электронный бюджет». Завершительный элемент

модернизации ИС и ИТ Казначейства – формирование правовых, технологических и организационных основ систематизации и кодирования информации для формирования единой информационной среды в РФ [3].

Все вышеперечисленные положения в значительной степени актуальны для органов Федерального казначейства еще и с той точки зрения, что последние, как субъекты информационных правоотношений, выступают одновременно производителями, обладателями и потребителями информации.

IV. Необходимость формирования комплексной системы государственного менеджмента в ФК, включающее организацию их информационного взаимодействия с органами финансового контроля, совершенствование правовых актов в области внутреннего контроля и управления операционными казначейскими рисками, совершенствование процедур проектного управления и контрольно-аудиторской деятельности, а также системы оценки эффективности деятельности казначейских органов.

V. Обеспечение организации исполнения судебных актов и решений налоговых органов о взысканиях и их технического сопровождения, в том числе формирование отчетности, а также совершенствование данного процесса.

**Выводы.** Итак, из всего ранее изложенного можно заключить, что на данный момент существует некая несогласованность положений нормативно-правовых актов, в связи с чем требуется их соответствующее корректирование в целях повышения эффективности управления свободными остатками денежных средств бюджетов РФ и осуществления операций в секторе государственного управления. К тому же наличествуют проблемы в организационно-методической, а также информационно-технологической областях функционирования ФК. Причем, исполнение поставленных перед последним задач невозможно без использования современных интегрированных информационных и автоматизированных систем, а также без широкого внедрения информационных технологий, электронного взаимодействия с клиентами и соответствующего электронного документооборота. Согласно с этим вопрос организации взаимодействия казначейских, налоговых, таможенных органов, банков, распорядителей и получателей бюджетных средств, иными словами всех субъектов бюджетного и налогового процессов, требует решения на качественно более высоком уровне.

## СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Корчинский В. Е. Государственные и муниципальные финансы: [учебное пособие] / В. Е. Корчинский, Т. И. Воробец. — Симферополь : ИТ «АРИАЛ», 2017. — 396 с.

2. Прокофьев С. Е. Методологические и организационные основы развития казначейской системы исполнения бюджетов в России: [автореф] дис. д-ра эконом., наук.: 08.00.10: защищена 12.02.2004 / Прокофьев Станислав Евгеньевич. — Саратов, 2004. — 33 с.

3. О результатах работы Федерального казначейства в 2015 году и основных направлениях деятельности на среднесрочную перспективу: Доклад Федерального Казначейства России [Электронный ресурс] официальный сайт Казначейства России. — Режим доступа: <http://www.roskazna.ru/novosti-i-soobshheniya/novosti/1149653/>.

© В.Е. Корчинский

УДК 332.122

**СВОБОДНАЯ ЭКОНОМИЧЕСКАЯ ЗОНА ГОРОДА  
ФЕДЕРАЛЬНОГО ЗНАЧЕНИЯ СЕВАСТОПОЛЬ КАК  
ИНСТРУМЕНТ ПОВЫШЕНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ И  
ЕГО ИНВЕСТИЦИОННОЙ ПРИВЛЕКАТЕЛЬНОСТИ**

**FREE ECONOMIC ZONE CITY OF FEDERAL IMPORTANCE  
SEVASTOPOL AS A TOOL TO IMPROVE COMPETITIVENESS AND  
INVESTMENT ATTRACTIVENESS**

**Москалёва В.А.**, к.э.н, доцент,  
Севастопольский филиал ФГБОУ ВО «Российский  
экономический университет имени Г.В. Плеханова»,  
г. Севастополь

**V.A. Moskaleva**,  
Candidate of Economic Sciences, Associate Professor,  
Sevastopol Branch of Plekhanov Russian University of  
Economics, Sevastopol

**Аннотация**

Повысить конкурентоспособность региона, его инвестиционную привлекательность на основе введения и функционирования свободной экономической зоны города федерального значения Севастополь, с учётом анализа и мониторинга условий работы в свободной экономической зоне, основных объемов инвестиционных вложений, налоговых льгот и преференций, а также на условиях свободной таможенной зоны.

**Annotation**

To increase the region's competitiveness and its investment attractiveness is based on the introduction and operation of free economic zones of the Federal city of Sevastopol, taking into account the analysis and monitoring of the working conditions in the free economic zone, the main volume of investments, tax privileges and preferences, as well as on the conditions of a free customs zone.

**Ключевые слова:** свободная экономическая зона, инвестиционная привлекательность региона, конкурентные преимущества, налоговые преференции и льготы.

**Keywords:** free economic zone, the region's investment appeal, competitive advantages, tax preferences and benefits.

**Введение.** С января 2015 года на территории города Севастополя в целях обеспечения устойчивого социально-экономического развития, привлечения инвестиций в развитие действующих и создание новых производств, развития транспортной и иных инфраструктур, туризма, сельского хозяйства и санаторно-курортной сферы, а также повышения уровня и качества жизни граждан введен особый правовой режим – режим Свободной экономической зоны (СЭЗ).

**Цель исследования.** Повысить конкурентоспособность и инвестиционную привлекательность города федерального значения Севастополь на основе введения и успешной работы предприятий и индивидуальных предпринимателей в условиях СЭЗ, с учетом налоговых льгот и преференций, а также на основе расширения деятельности и свободной таможенной зоны.

**Результаты исследования.** С целью повышения конкурентоспособности города федерального значения Севастополь создана СЭЗ на 25 лет. Участником СЭЗ может стать индивидуальный предприниматель или юридическое лицо, которое зарегистрировано на территории Крыма или Севастополя, состоит на налоговом учете в местном налоговом органе, подало инвестиционную декларацию [3].

Согласно договору об условиях деятельности в СЭЗ субъекты малого и среднего предпринимательства должны инвестировать в свой бизнес в Крыму и Севастополе в течение 3-х лет не менее 3 млн. рублей. Другие инвесторы – не менее 30 млн. руб.

Льготы и преференции для участников СЭЗ, см. табл. 1.

Таблица 1

**Основные льготы и преференции участников СЭЗ**

Вид льготы	Льгота	Срок льготы
1	2	3
Страховые взносы в ПФР	Ставка снижена с 22% до 6%	Льгота распространяется на участников, вступивших в СЭЗ до конца 2017 года, в течение 10 лет с момента вступления
Страховые взносы в ФСС	Ставка снижена с 2,9% до 1,5%	
Страховые взносы в ФМС	Ставка снижена с 5,1% до 0,1%	
Налог на прибыль в федеральный бюджет	Ставка снижена с 3% до 0%	В течение 10 лет
Налог на прибыль в бюджет Крыма	Ставка снижена с 17% до 2%	В первые 3 года с даты вступления в СЭЗ
	Ставка снижена с 17% до 6%	С 4 по 8 годы с даты вступления в СЭЗ
	Ставка снижена с 17% до 13,5%	С 9 года с даты вступления в СЭЗ
Налог на прибыль в федеральный бюджет	Возможность уменьшать налогооблагаемую прибыль путем увеличения амортизационных отчислений в 2 раза	Действует в течение 25 лет

## Продолжение таблицы 1

1	2	3
Налог на имущество организаций	Освобождение от уплаты в отношении имущества, используемого для осуществления деятельности в рамках СЭЗ и находящегося на территории СЭЗ	10 лет
Налог на землю	Освобождение от уплаты в отношении участков, используемых для осуществления деятельности в рамках СЭЗ и находящихся на территории СЭЗ	3 года с момента приобретения права собственности
Таможенные платежи	Освобождение от уплаты в отношении товаров, завезённых для осуществления деятельности в рамках СЭЗ	25 лет
Земельные участки	Участникам СЭЗ без торгов предоставляются земельные участки в аренду на срок, необходимый для реализации инвестиционного проекта.	с 01 января 2017 г.

Источник: [4]

01 января 2017 года закончился упрощённый порядок вступления в состав участников СЭЗ Крыма. В соответствии с Приказом Минэкономразвития РФ от 18 ноября 2015 г. № 856, компании, желающие стать участниками СЭЗ, при заполнении инвестиционной декларации должны указывать следующие сведения:

– сведения об имеющейся у Заявителя инфраструктуре, с помощью которой планируется реализация инвестиционного проекта. В качестве подтверждения фактической готовности инфраструктуры потребуется предъявить копии договоров с различными муниципальными службами, такими как Крымэнерго, Крымтеплокоммунэнерго и т.д.;

– сведения об объектах недвижимости (земельных участках, строениях, помещениях), которыми Заявитель владеет на данный момент и которые понадобятся ему в будущем. В случае, если использование недвижимости планируется в будущем, необходимо предоставить документы, подтверждающие наличие договоренностей с собственниками данных объектов;

– сведения о планируемых поставщиках, заказчиках, подрядчиках, контрагентах. Обязательно нужно указать доли каждого из них в общем объеме продаж и закупок, вид поставляемой продукции, а также срок предполагаемого сотрудничества [2].

Итак, мы указали на основные сведения, обязательные к указанию в декларации с 1 января 2017 года. От потенциального участника СЭЗ теперь требуется как можно более точно конкретизировать место реализации инвестиционного проекта, а также доказать способность к реализации проекта

на практике. Цель нововведений — отсеять недобросовестных инвесторов, не выполняющих взятые на себя обязательства [4].

Инвестиционная привлекательность региона, с учётом конкурентных преимуществ:

- наличие порта, который не замерзает;
- транспортная инфраструктура города;
- географическое расположение;
- развивающаяся отрасль виноделия;
- климатические условия;
- развития туризма;
- база судостроения и судоремонта;
- лаборатории и ряд крупных конструкторских бюро.

Приоритетные отрасли для инвестирования и развития:

- высокотехнологичное производство, в т.ч. машиностроение;
- виноделие;
- туризм;
- судоремонт и судостроение;
- развитие рыболовства и рыбопереработки;
- отрасль информационных технологий и развитие информационно-коммуникационных технологий;
- создание условий для формирования мультимодального транспортно-логистического центра [5].

Анализ инвестиционной активности в СЭЗ, согласно отчету о деятельности Правительства Севастополя за 2016 год от 18 апреля 2017 г.

Основные отрасли инвестиций в 2016 году:

- Сельское хозяйство;
- Гостиницы и рестораны;
- Транспорт и связь;
- Операции с недвижимым имуществом, аренда и предоставление услуг.

Структура участников СЭЗ:

- Вновь созданные севастопольские организации (45%);
- Перерегистрированные севастопольские организации (32%);
- Вновь созданные организации из других субъектов (20%);

Отраслевая структура участников СЭЗ:

- Промышленность (38,6%);
- Услуги и туризм (24,3%);
- Сельское хозяйство (12,6%);
- Строительство (10,1%).

Объем инвестиций в основные фонды, увеличился с 3,75 млрд. руб. до 5,7, то есть на 52% в 2016 году по сравнению с 2015 г.

Количество резидентов СЭЗ, увеличилось с 94 до 234, то есть на 149% в 2016 году по сравнению с 2015 г.

Выполнение обязательств участниками СЭЗ на 31.12.2016:

- фактический объем инвестиций – 1 576 млрд рублей;
- превышение плана на 2015-2016 годы – 306,7 млн рублей;
- количество созданных рабочих мест – 3094 ед. [5].

**Выводы.** По результатам проведенного мониторинга следует отметить, что несмотря на значительное влияние ряда внешних факторов, в том числе и политических, инвестиционный климат в городе федерального значения Севастополь имеет достаточно высокий уровень и потенциал инвестиционной привлекательности. При этом на основании приведенной статистики и мнений специалистов, можно предположить дальнейший рост инвестиционного потенциала этого региона [1].

## СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Бажора В. А., Голдаева Е. В., Матушевская Е. А. Потенциал развития города Севастополя и Республики Крым в современных условиях глобализации // Молодой ученый. — 2016. — № 11.1. — С. 3–6.
2. Гребенников, П. И. Корпоративные финансы: учебник и практикум для академического бакалавриата / П. И. Гребенников, Л. С. Тарасевич. — 2-е изд., перераб. и доп. — М. : Издательство Юрайт, 2017. — 252 с.
3. Ракитина, И. С. Государственные и муниципальные финансы: учебник и практикум для академического бакалавриата / И. С. Ракитина, Н. Н. Березина. — М. : Издательство Юрайт, 2017. — 333 с.
4. Деловой Крым. Крымская юридическая компания. — Режим доступа: <https://d-crimea.ru/svobodnaya-ekonomicheskaya-zona-v-krymu>. — Дата доступа : 20 ноября 2017.
5. Официальный портал органов государственной власти Правительства Севастополя. — Режим доступа : <https://sevastopol.gov.ru/city/invest>. — Дата доступа : 20 ноября 2017.

© В.А. Москалёва

**УДК 332.14**

## СОВРЕМЕННОЕ СОСТОЯНИЕ ИНВЕСТИРОВАНИЯ АГРАРНЫХ ФОРМИРОВАНИЙ В ГОРОДЕ СЕВАСТОПОЛЕ

## THE MODERN STATE OF INVESTMENT OF AGRICULTURAL FORMATIONS IN SEVASTOPOL CITY

**Храброва Н.И.**, к.э.н, доцент,  
**Морщинина Н.И.**, к.э.н, доцент,  
 Севастопольский филиал ФГБОУ ВО «Российский  
 экономический университет имени Г.В. Плеханова»,  
 г. Севастополь  
**Чумаков Д.С.**, директор Департамента сельского  
 хозяйства города Севастополя, г. Севастополь

**N.I. Khrabrova,**  
Candidate of Economic Sciences, Associate Professor,  
**N.I. Morschina,**  
Candidate of Economic Sciences, Associate Professor,  
Sevastopol Branch of Plekhanov Russian University of  
Economics, Sevastopol  
**D.S. Chumakov,**  
Director of the Department of Agriculture, Sevastopol

#### **Аннотация**

Раскрыто экономическое содержание инвестирования, определена его особенность в аграрном секторе. Рассмотрены практические аспекты инвестирования аграрных формирований.

#### **Annotation**

The economic content of investment is disclosed, its specificity in the agricultural sector is determined. The practical aspects of investing in agrarian formations are considered.

**Ключевые слова:** инвестиции, инвестирование, аграрный сектор экономики, аграрные формирования, инвестиционная привлекательность.

**Keywords:** investment, investing, agricultural sector of the economy, agricultural formations, investment attraction.

**Введение.** Рыночные трансформации в аграрном секторе города Севастополя происходили на фоне системного кризиса в регионе. Это обусловило падение многих индикаторов экономического развития и производительности, разрушение имущественных комплексов и экономических связей в отрасли. На данном фоне актуализировались проблемы инвестирования аграрных формирований, среди которых:

– формирование институциональной среды аграрного и финансового рынков, способных эффективно привлекать, размещать и способствовать окупаемости инвестиций в сельское хозяйство;

– развитие государственной аграрной политики, направленной на обеспечение свободного и равного доступа сельскохозяйственных товаропроизводителей к инвестиционным ресурсам и государственной поддержке приоритетных направлений агропродовольственного производства;

– совершенствование систем управления инвестиционными процессами аграрных формирований, направленное на обеспечение системного повышения инвестиционной активности и эффективности использования инвестиций для наиболее полного использования потенциала отрасли.

**Цель исследования.** Обобщение организационных основ инвестирования аграрных формирований в условиях пореформенного развития в контексте институциональных трансформаций аграрного сектора экономики в городе Севастополе.

**Результаты исследования.** Аграрные формирования города Севастополя специализируются на выращивании винограда, плодов семечковых и косточковых культур, первичном виноделии.

Индекс производства продукции сельского хозяйства (в сопоставимых ценах) за январь – июнь 2017 года к соответствующему периоду предыдущего года составил 97,7%. В пользовании аграрных предприятий Севастополя под виноградными насаждениями занято 5,2 тысяч гектар, из них плодоносящие – 4,4 тысяч гектар, под садами 0,8 тысяч гектар, из них плодоносящие – 0,5 тысяч гектар. Валовый сбор плодовых культур (персика, абрикоса) составил 172,8 т с площади 125,8 гектар, средняя урожайность 13,74 ц/га. Общая площадь плодовых насаждений (семечковых и косточковых культур) составила 476,4 га, собранная площадь – 26,4%. Винодельческими предприятиями произведено спиртосодержащей пищевой продукции 508,6 тыс. декалитров (отгружено 455,3 тыс. декалитров). В другие регионы Российской Федерации направляется около 70% продукции [1].

Инвестирование аграрных формирований – это комплекс мероприятий, направленных на вложение капитала в любой форме и виде в объекты или субъекты аграрного сектора экономики для достижения определенных целей, которые осуществляются на установленный срок с учетом дополнительных, связанных с природно-климатическими и социально-демографическим факторами, рисков и других условий агропроизводства. Данное определение не только выражает сущность собственно инвестирования как экономической категории, но и отражает основные приоритеты и особенности развития аграрной сферы.

Объем инвестирования аграрных формирований города Севастополя в 2015 году составил 60 651,07 тыс. рублей, в том числе:

- возмещение части затрат на закладку и уход за виноградниками;
- возмещение части затрат на поддержку экономически значимых программ в области растениеводства;
- поддержка начинающих фермеров;
- устойчивое развитие сельских территорий;
- осуществление мероприятий по реконструкции, модернизации и обновлению оборудования предприятий перерабатывающей промышленности.

В 2016 году в рамках Государственной программы «Развития сельского хозяйства и перерабатывающей промышленности города федерального значения Севастополя на 2016-2018 годы», утвержденной постановлением Правительства Севастополя от 28.03.2016 года № 235-ПП [2], предоставлены инвестиции в размере 327 195,23 тыс. рублей (что в 5,4 раза больше, чем в 2015 году), в том числе на следующие мероприятия:

- возмещение части затрат на раскорчевку непродуктивных виноградников, садов, а также на закладку и уход за виноградниками;
- возмещение части затрат на обновление сельскохозяйственной техники;

- возмещение части затрат на модернизацию и обновление производственных фондов в сфере хранения и переработки фруктов, винограда и овощей;
- на повышение плодородия земель сельскохозяйственного назначения путем внесения удобрений;
- финансовое стимулирование технической и технологической модернизации производства в отрасли растениеводства и переработки продукции растениеводства;
- поддержка начинающих крестьянских (фермерских) хозяйств;
- возмещение части процентной ставки по краткосрочным кредитам (займам) в отрасли растениеводства;
- возмещение части затрат за прирост, приобретение и сохранение сельскохозяйственных животных;
- финансовое стимулирование технической модернизации производства в отрасли животноводства;
- возмещение части затрат на приобретение посадочного материала, используемого в целях аквакультуры;
- возмещение части затрат на приобретение кормов, использованных для выращивания осетровых, лососевых видов и пород рыб.

По состоянию на 20.11.2017 года в рамках Государственной программы города Севастополя «Развитие сельскохозяйственного, рыбохозяйственного и агропромышленного комплексов города Севастополя» на 2017-2022 годы», утвержденной постановлением Правительства Севастополя от 17.11.2016 года № 1092-ПП [3], предоставлены инвестиции в размере 97 878,79 тыс. рублей. До конца 2017 года планируется предоставление инвестиций в размере 252 935,7 тыс. рублей.

Одним из приоритетных инвестиционных проектов Стратегии социально-экономического развития Севастополя до 2030 года [4] определен «Терруар Севастополь», который предполагает развитие отрасли виноделия на обновленной сырьевой базе, увеличение спектра туристских продуктов города Севастополя путем создания и продвижения винодельческого бренда «Terroir Sebastopol», а, следовательно, и развитию Севастополя как региона высококачественного и премиального виноделия. В рамках реализации приоритетного проекта планируется создать условия для развития, как крупных винодельческих предприятий, так формирование и развитие в городе до 10 - 15 новых производителей вина (авторских виноделен), которые получат содействие по продвижению их продукции на внешние рынки. Для развития виноделия в городе Севастополе будут обновлены виноградные насаждения, внедрены современные технологии сбора и переработки винограда, оптимизированы питомники действующих предприятий в пользу автохтонных сортов винограда, вовлечены в оборот необрабатываемые земли.

Также, одним из приоритетных инвестиционных проектов является «Создание нового винодельческого хозяйства в городе Севастополе». Раз-

работчиком данного проекта выступает ООО «Инвест Резерв». Цель – создание нового экологического винодельческого хозяйства, идея проекта – создание 2-х высокотехнологических винодельческих предприятий, закладка в период с 2019 по 2022 годы 700 гектар виноградных насаждений с системой капельного орошения и использованием органических удобрений с целью оздоровления почвы. Размер инвестиций проекта составит 7 млрд. рублей.

**Выводы.** Общие показатели инвестирования в экономику города Севастополя и в частности аграрный сектор демонстрируют существенный рост объемов поступления инвестиций, рост удельного веса инвестиций, вложенных в сельское хозяйство. При этом темпы прироста названных показателей существенно превышают темпы прироста в целом по экономике. Указанное демонстрирует приоритетность сельского хозяйства в развитии региона.

## СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Инвестиционный портал Севастополя : [сайт]. — Режим доступа : <http://investsevastopol.ru>. — Дата доступа : 22 ноября 2017.

2. Государственная программа «Развития сельского хозяйства и перерабатывающей промышленности города федерального значения Севастополя на 2016-2018 годы» [утверждена Постановлением Правительства города Севастополя от 28.03.2016 г. № 235-ПП] // Правительство Севастополя. Официальный портал органов государственной власти. — Режим доступа : <https://sevastopol.gov.ru/docs/253/19746/>. — Дата доступа : 22 ноября 2017.

3. Государственная программа города Севастополя «Развитие сельскохозяйственного, рыбохозяйственного и агропромышленного комплексов города Севастополя» на 2017-2022 годы» [утверждена Постановлением Правительства города Севастополя от 17.11.2016 г. № 1092-ПП] // Правительство Севастополя. Официальный портал органов государственной власти. — Режим доступа : <https://sevastopol.gov.ru/docs/253/29192/>. — Дата доступа : 22 ноября 2017.

4. Закон города Севастополя от 21.07.2017 г. № 357-ЗС «Об утверждении Стратегии социально-экономического развития города Севастополя до 2030 года» // Инвестиционный портал Севастополя. — Режим доступа : <http://investsevastopol.ru/ru/strategiya> — Дата доступа : 21 ноября 2017.

© Н.И. Храброва, Н.И. Морщанина, Д.С. Чумаков

## СЕКЦИЯ 2. ПРИОРИТЕТНЫЕ НАПРАВЛЕНИЯ ЭКОНОМИКИ РЕГИОНА: УСТОЙЧИВОЕ РАЗВИТИЕ КУРОРТОВ И ТУРИЗМА

УДК [332.[13+14]+338]:[656+379.846+639.2/.4]

### УСТОЙЧИВОЕ ЭКОЛОГО-ЭКОНОМИЧЕСКОЕ РАЗВИТИЕ МОРЕХОЗЯЙСТВЕННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В КРЫМУ

### SUSTAINABLE ECOLOGICAL-ECONOMIC DEVELOPMENT OF MARITIME ACTIVITIES IN THE CRIMEA

**Алексахина Л.В.**, к.э.н, доцент,  
ФГБОУ ВО «Керченский государственный морской технологический университет», г. Керчь

**L.V. Aleksahina**,  
Candidate of Economic Sciences, Associate Professor,  
Federal State Educational Institution of Higher Education  
«Kerch State Maritime Technological University», Kerch

#### Аннотация

В статье представлены принципы социально-экологической ответственности морепользования в Крыму, сформулированные на основе изучения специфики морехозяйственной деятельности и рекомендуемые для обеспечения устойчивого развития морехозяйственного комплекса региона.

#### Annotation

The article presents the principles of social and environmental responsibility of ocean Affairs in the Crimea, formulated on the basis of study of the specifics of Maritime activities and recommended for sustainable development of marine economic complex of the region.

**Ключевые слова:** морепользование, устойчивое развитие, социально-экологическая ответственность.

**Keywords:** the ocean management, sustainable development, socio-environmental responsibility.

**Введение.** Трансформационные процессы в Крыму, вызванные вхождением в состав РФ, существенно отразились как на стратегических, так и на тактических аспектах функционирования и развития морехозяйственного комплекса в целом, так и отдельных его составляющих (инфраструктурной, туристской, рыбохозяйственной и других), что требует синхронизации управляющих воздействий в регионально-отраслевом пространстве Крыма для эффективного долговременного его развития на основе соблюдения баланса социо-эколого-экономических интересов, что, как известно, и обеспечивает достаточный качественный уровень жизненного пространства и возможность устойчивого развития отраслей и комплексов в регионе,

следовательно, реформирование и развитие должно базироваться на ответственном морепользовании при любом сценарии развития морского хозяйственного комплекса.

**Цель исследования** – на основе изучения специфики морехозяйственной деятельности сформулировать принципы социально-экологической ответственности морепользования в Крыму для обеспечения устойчивого развития морехозяйственного комплекса региона.

**Результаты исследования.** Обеспечение в регионе экономически и экологически устойчивой и социально-ориентированной индустрии, связанной на морепользование, сопряжено с необходимостью формирования ответственного природопользования, при этом в рамках системного подхода ответственность товаропроизводителей следует рассматривать в различных аспектах: с позиции объектов и контактных аудиторий реализации ответственности (экосистемы и общественности региона), с позиций ограничений и движущих сил реализации ответственности.

Формирование системы компонент принципов должно базироваться на использовании комплексного подхода, позволяющего учесть взаимосвязанность основных аспектов осуществления морехозяйственной деятельности в регионе, проявляющихся в особенностях функционирования основных элементов функционально-компонентной структуры морехозяйственного комплекса региона. Вместе с этим, должна отображаться региональная специфика природопользования в рамках морехозяйственного производственного цикла, учитываться необходимость гармонизации морехозяйственной деятельности в регионе с соблюдением экологических и социальных региональных интересов.

Так, в данном контексте сформулированы структурные компоненты и региональные принципы реализации ответственности в морехозяйственной деятельности Крыма как специфического социо-эколого-экономического пространства, которые представлены на рис. 1.

Учитывая содержательные характеристики морехозяйственной деятельности в регионе и ее обусловленность спецификой природно-ресурсной базы региона, первичной в типологии факторов воздействия на устойчивое развитие морехозяйственного комплекса региона, организационно реализовать комплексный подход возможно посредством последовательного перехода к разрешительным процедурам и контролю за использованием водными объектами Крыма в правовом поле России с договороспособными субъектами морехозяйственной деятельности [1-3].

При выборе приоритетных видов морехозяйственной деятельности для достижения цели сочетания экономической и экологической составляющей национальной безопасности государства в регионах следует руководствоваться выработанными мировой хозяйственной практикой механизмами и организационными формами развития предпринимательства (кластеризация, государственно-частное партнерство), но с обязательным учетом предложенных принципов [4, 5].

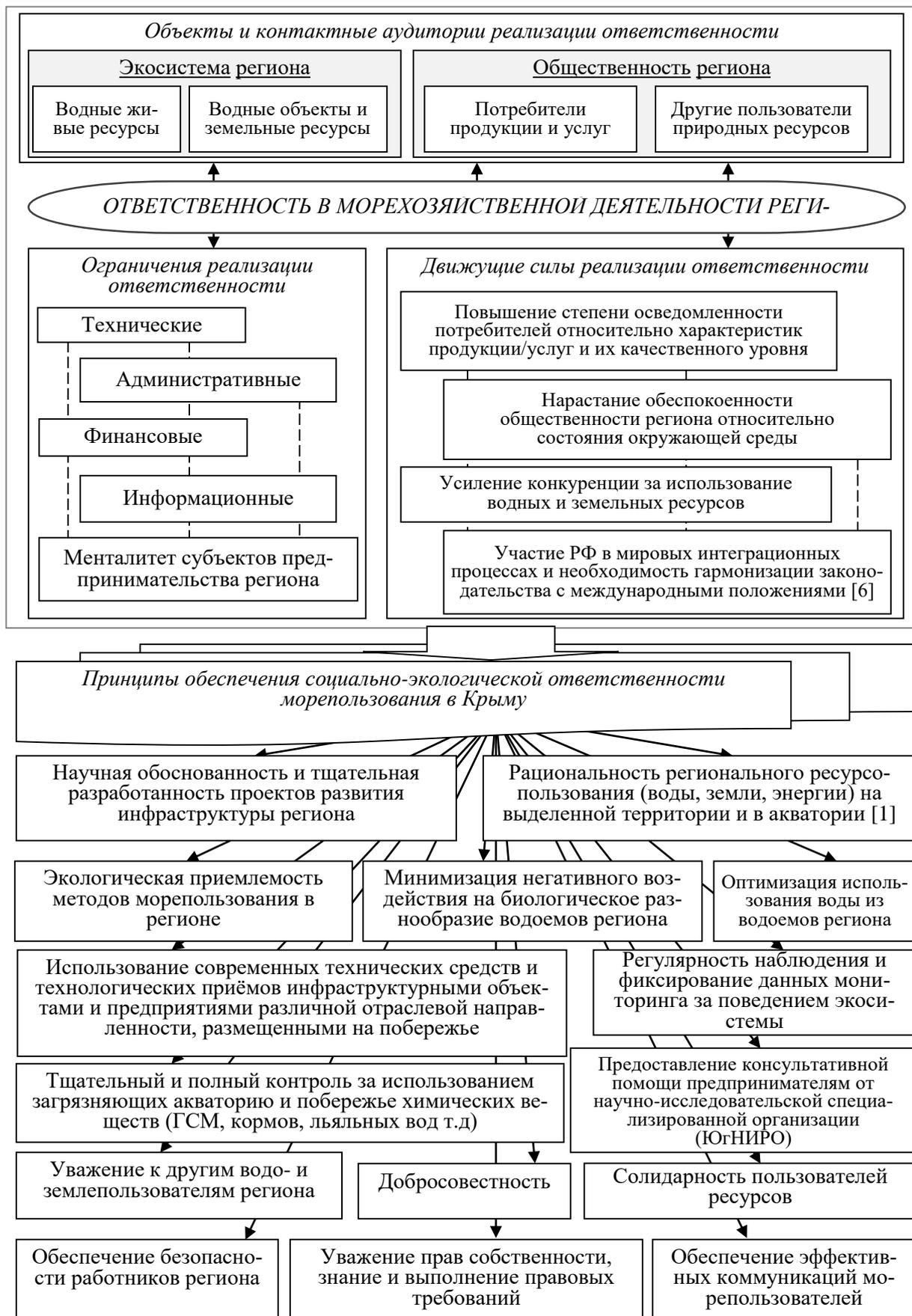


Рис. 1. Структурные компоненты реализации и региональные принципы социально-экологической ответственности морепользования в Крыму

В данной связи полагаем целесообразным сформулированные региональные принципы обеспечения социально-экологической ответственности в сфере хозяйственного использования водных ресурсов Крыма рекомендовать участникам морехозяйственного цикла для создания и поддержки устойчиво развивающегося морехозяйственного комплекса в регионе [5, 6].

**Выводы.** Таким образом, обобщение мировой морехозяйственной практики и современных мировых тенденций развития морского хозяйства позволяет констатировать необходимость повышения степени рациональности хозяйственного регионального морепользования совокупностью организационно-экономических регуляторов на основе соблюдения баланса социо-эколого-экономических интересов, базирующихся на принципах социально-экологической ответственности морепользования как основы устойчивого развития путем синхронизации действий муниципалитетов и субъектов морехозяйственной деятельности.

## СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Водный Кодекс Российской Федерации от 03.06.2006 N 74-ФЗ (ред. от 31.10.2016). — Режим доступа: [http://www.consultant.ru/document/cons\\_doc\\_LAW\\_60683/](http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_60683/). — Дата доступа : 20 ноября 2017.

2. Морская доктрина Российской Федерации до 2030 года (проект). — Режим доступа : <http://fondrosflot.ru/?q=collegium/proekt-morskoj-doktriny-rossijskoj-federacii-do-2030-goda>. — Дата доступа : 20 ноября 2017.

3. Морская доктрина Российской Федерации на период до 2020 года (утв. Президентом РФ 27.07.2001). — Режим доступа : <http://legalacts.ru/doc/morskaja-doktrina-rossijskoj-federatsii-na-period-do/>. — Дата доступа : 20 ноября 2017.

4. Алексахина Л. В. Морехозяйственный комплекс как основа развития приморского региона / Л. В. Алексахина // Международная научная школа «Парадигма». Луто-2015. В 8 т. Т. 3: Теоретическая и прикладная экономика: сборник науч. статей / под ред. Р. Т. Янева. — Варна : ЦНИИ «Парадигма», 2015. — С. 14–18.

5. Логунова Н. А. Доминанты стратегического развития морского транспортно-логистического комплекса Крыма / Н. А. Логунова, Л. В. Алексахина // Экономика и бизнес. — 2017. — № 10. — С. 73–75.

6. Теория и практика морской деятельности – серия научных публикаций под редакцией проф. Войтоловского Г. К. (выпуск 16). — М., 2008. — 262 с.

© Л.В. Алексахина

**СПЕЦИФИКА ПРОЦЕССА РАЗРАБОТКИ ПРОГНОЗОВ  
РАЗВИТИЯ ТУРИСТИЧЕСКОЙ ОТРАСЛИ**

**THE SPECIFICITY OF THE PROCESS OF DEVELOPMENT  
OF FORECASTS OF DEVELOPMENT OF THE TOURISM INDUSTRY**

**Ибрагимов Э.Э.**, д.э.н., профессор,  
ГБОУ ВО РК «Крымский университет культуры,  
искусств и туризма», г. Симферополь

**E.E. Ibragimov**,  
Doctor of Economic Sciences, Professor,  
Crimean University of culture, arts and tourism,  
Simferopol

**Аннотация**

В статье исследована специфика разработки прогнозов отрасли туризма. Рассмотрены основные современные тенденции развития туризма в мире. Также описываются особенности разработки прогноза развития туристической отрасли, с учетом факторов риска и неопределенности. Выявлена научная необходимость учета факторов неопределенности и риска, существенно влияющих на эффективность, в частности на объемные расходы в процессе реализации прогноза.

**Annotation**

The article examines the specifics of developing forecasts of the tourism industry. The basic modern tendencies of the development of tourism in the world. Also describes features of the development of the forecast of development of the tourism industry, taking into account factors of risk and uncertainty. Identified academic need of the accounting of factors of uncertainty and risk that significantly affect the efficiency, in particular volumetric flow rates in the process of implementation of the forecast.

**Ключевые слова:** процесс разработки прогнозов, отрасль туризма, факторы риска и неопределенности, достоверность прогнозов, прогнозные параметры.

**Keywords:** process of developing forecasts, tourism industry, factors of risk and uncertainty, accuracy of the forecasts, forecast parameters.

**Введение.** На данный момент туризм является одним из самых развитых и динамичных секторов мировой экономики. В России эта отрасль обеспечивает значительный вклад в экономику страны в виде новых рабочих мест, увеличения доходов от внешнеэкономической деятельности и влияет на пополнение государственного бюджета за счет уплаты налогов.

Во многих странах, проводится исследование влияния туризма на экономику государства. Определено, что туристическая отрасль активно влияет на национальную экономику.

Индустрия туризма — это отрасль с высоким уровнем конкуренции. Поэтому необходимо иметь надежные прогнозы ее развития. Разработке методологических основ прогнозирования развития туристической индустрии, посвящены исследования таких авторов, как: В. Фрейзер, Х. Клемент, К. Каспар, Ф. Котлер, Х. Руттер, Ю. Блохин, Г. Карпова, Г. Апиран, В. Сапунов, Ж. Табальдо и других ученых. Однако современные кризисные условия обуславливают необходимость совершенствования этих методов.

**Цель исследования.** В работе рассматриваются основные современные тенденции развития туризма в мире. Также описываются особенности разработки прогноза развития туристической отрасли, с учетом факторов риска и неопределенности.

**Результаты исследования.** Ежегодно в мире происходит более 800 миллионов поездок, половина из которых приходится на Европу. Около 60% этих путешествий связаны с отдыхом. Доля туризма в мировом экспорте товаров и услуг составляет около 13%, в странах ЕС – 14%. Индустрия туризма генерирует 8% от общего ВВП стран ЕС, она обеспечивает почти 11% экономического роста, в ней занято 12% мировой рабочей силы.

Одной из основных тенденций развития мирового туризма являются: уменьшение длительности и увеличение числа туристических поездок. Именно эти тенденции сформировали спрос на туристические предложения, которые дают возможность посетить огромное количество территорий и достопримечательностей за меньшее время.

Активное участие государства в конкуренции за влияние на параметры международного туристического потока, в том числе посредством реализации государственных программ, внедрение эффективной нормативно-правовой и бюджетно-налоговой политики, являются условиями, которые благоприятно влияют на развитие индустрии туризма. Кроме этого необходимо создание эффективных механизмов с целью установления и поддержания баланса между сохранением природных и историко-культурных ресурсов и туристической деятельностью, которые являются тенденциями, формирующими спрос на предложения в туризме.

Согласно данным Всемирной туристской организации (ВТО) в XXI веке прогнозируется увеличение спроса на услуги в туризме: число туристов в мире к 2020 году должно вырасти до 1,6 млрд. человек в год, это может означать рост потока туристов в 2,4 раза по сравнению с 2000 годом. Можно сделать вывод, что к 2020 году планируется рост доходов от отрасли туризма до 2000 млрд. долларов. Также можно спрогнозировать следующий рост самых популярных туристических направлений до 2020 года (табл. 1).

Россия в 2020 году по числу прибытий в сфере международного туризма, должна занять 7 место в мире (47,1 млн. человек, что может составить около 1% от общего мирового туристического потока). Согласно прогнозным расчетам ВТО по развитию отрасли туризма в РФ, показатель туристического потока, как ожидается, увеличится до 52,8 млн. человек к 2030 году.

Таблица 1

**Прогноз самых популярных туристических направлений к 2020 г.**

Страна	Количество туристических прибытий, млн.	Доля на мировом туристическом рынке, %	Динамика роста 2020-2030 гг., %
Китай	137,1	8,6	8,0
США	102,4	6,4	3,5
Франция	93,3	5,8	1,8
Испания	71,0	4,4	2,4
Италия	52,9	3,3	2,2
Великобритания	52,8	3,3	3,0
Мексика	48,9	3,1	3,6
Россия	47,1	2,9	6,7
Чехия	44,0	2,7	4,0
<b>Всего</b>	<b>708,8</b>	<b>44,2</b>	–

Источник: [1]

Развитие отрасли туризма в любой стране определяется следующими факторами [3, с. 207]:

- политическая и социальная стабильность в стране;
- национальная государственная политика и международные отношения;
- ситуация на международном рынке в сфере туризма;
- уровень поддержки туризма со стороны государства;
- уровень материально-технической базы отрасли туризма;
- инвестиционная привлекательность сферы туризма в государстве;
- разумная цена;
- интеграционная составляющая отечественного туризма в мировом туризме;
- социальное и демографическое положение населения;
- безопасность туристических поездок;
- наличие квалифицированного персонала;
- национальные традиции;
- наличие рекреационных зон;
- стихийных бедствий техногенного и природного характера, которые трудно спрогнозировать.

Характер туристической отрасли определяет низкий уровень достоверности прогнозов различных событий в ней, так как все зависит от многих факторов, большинство из которых являются неконтролируемыми. Вероятность суммарного множителя риска зависит от вероятности всех факторов

[2, с. 15]. При процессе прогнозирования развития отрасли туризма необходимо применять экономико-математические модели и другие методы, способствующие эффективному процессу прогнозирования.

Тип прогноза должен быть выбран по определенному параметру времени (краткосрочный, оперативный) и/или территориальный, национальный охват, охват регионального уровня, местный и другое.

Существуют также факторы, которые прямо или косвенно влияют на состояние развития отрасли туризма и определяют силу воздействия на каждый фактор и на прогнозные параметры, учитывая возможные риски и неопределенность всех процессов. В теории экономического риска под неопределенностью понимают недостаточность либо отсутствие информации об условиях исполнения прогнозов и, что самое главное, о расходах и возможных результатах [4, с. 175].

В процессе прогнозирования необходимо выбирать соответствующие показатели, в частности:

- интенсивность, мобильность, количество туристических потоков по видам транспортных средств, видам направлений (въезд, выезд), государствам и регионам;

- объемы услуг по видам туризма;

- сумма прибыли;

- уровень рентабельности;

- численность работников отрасли;

- материальная база и т. д.

Необходимо определить тенденции объемов роста этих показателей во временном и в пространственном измерениях. Также следует установить уровень достоверности прогнозов и получить социально-экономическую оценку их выполнения, т. е. расчет экономической, бюджетной, коммерческой, социальной эффективности.

Прогнозы будущего развития туристической отрасли связаны с вероятностным бизнес-планированием данных показателей ее развития и оценкой ее эффективности в условиях неопределенности и риска. Эти условия определяют специфику прогнозов [4, с. 125]. Данный прогноз заключается в том, что есть источники неопределенности и способы учета при оценке его эффективности. Одновременно с этим определяются методы оценки неопределенности путем изучения устойчивости прогноза (особенно к возможным изменениям внешних факторов), формализации описания неопределенностей, уточнения прогнозных параметров. При этом внедряются понятия предельных (допустимых) значений параметров показателей, которые выбираются.

**Выводы.** Необходимо учитывать факторы неопределенности и риска, если они существенно влияют на эффективность, в частности на объемные расходы в процессе реализации прогноза. При оценке прогноза самыми важными являются такие риски и неопределенности:

- риск, который связан с текущей экономической ситуацией, несовершенством экономического законодательства, неправильным использованием государством доходов от отрасли туризма и сложными условиями инвестирования;
- риски для иностранных инвесторов (необоснованное ограничение предложений по инвестиционным проектам в сфере туризма со стороны государства);
- неопределенность политической ситуации в стране;
- неправильная или неполная информация о динамике необходимых технико-экономических показателей;
- колебания рыночной конъюнктуры, цен, и изменение валютных курсов;
- непредсказуемость климатических условий (например, глобальное потепление стало рискованным для горного зимнего туризма), а также возможные стихийные бедствия;
- технологические и производственные риски;
- неопределенность целей, интересов и поведения участников рынка услуг в туризме;
- недостаточность и неточность информации о финансовом состоянии и деловой репутации возможных партнерах (банкротство, неплатежеспособность).

## **СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ**

1. Прогноз самых популярных туристических направлений к 2020 г. // Сдам Сам. — Режим доступа : <http://zdamsam.ru/a19503.html>. — Дата доступа : 18 ноября 2017.
2. Блохин Ю. И. Концепция социально-экономической модели развития туризма в крупном туристическом центре или регионе / Ю. И. Блохин // Туристические фирмы : сб. научн. тр. — СПб. : Олбис, 1998. — Вып. 17.
3. Гуляев В. Г. Туризм: экономика и социальное развитие / В. Г. Гуляев. — М. : Финансы и статистика, 2003. — 304 с.
4. Морозов М. А. Экономика туризма: учебник / М. А. Морозов, Н. С. Морозова, Г. А. Карпова, Л. В. Хорева. — М. : Федеральное агентство по туризму, 2014. — 320 с.

© Э.Э. Ибрагимов

**ОСНОВНЫЕ АСПЕКТЫ ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ РЫНКА  
ТУРИСТСКИХ И ГОСТИНИЧНЫХ УСЛУГ**

**MAIN ASPECTS OF THE FUNCTIONING OF THE MARKET  
OF TOURISM AND HOTEL SERVICES**

**Кукурудза А.В.**, обучающаяся группы МО-434-о,  
**Мацова А.С.**, старший преподаватель,  
ФГАОУ ВО «КФУ им. В.И. Вернадского»,  
Институт экономики и управления, г. Симферополь

**A.V. Kukurudza**, student, gr. MO-434-o,  
**A.S. Matsova**, Senior Lecturer,  
V.I. Vernadsky Crimean Federal University,  
Institute of Economics and Management, Simferopol

**Аннотация**

В работе рассмотрены понятия туристских и гостиничных услуг, выделены основные функции и особенности функционирования рынка туристских и гостиничных услуг, проанализированы тенденции его развития в Российской Федерации.

**Annotation**

In this paper, the concepts of tourist and hotel services are considered, the main functions and peculiarities of the functioning of the tourist services market are identified, and the tendencies of its development in the Russian Federation are analyzed.

**Ключевые слова:** туристская услуга, гостиничная услуга, функции рынка туристских услуг.

**Keywords:** tourist service, hotel service, functions of the market of tourist services.

**Введение.** На сегодняшний день гостиничная индустрия представляет собой сектор с растущим уровнем конкуренции на рынке услуг. Гостиничный бизнес в России, по мнению ряда ученых, все еще находится на этапе формирования, и его развитие, во многом, происходит стохастически.

Несмотря на это, гостиничный бизнес способен приносить огромную прибыль, спрос на гостиничные услуги остается в полной мере не удовлетворен, и предприятия индустрии гостеприимства ведут борьбу за клиентов.

Формирование конкурентных преимуществ гостиничного предприятия невозможно без понимания особенностей рынка, на котором оно осуществляет свою деятельность. Поэтому целесообразно рассмотрение основных аспектов функционирования рынка гостиничных услуг, что обусловило актуальность темы исследования.

**Целью исследования** является анализ тенденций развития и особенностей функционирования рынка туристских и гостиничных услуг.

**Результаты исследования.** Изучению особенностей функционирования рынка туристских и гостиничных услуг посвящены труды таких известных зарубежных и отечественных ученых как: Ф. Котлер, В.И. Азар, А.П. Дурович, М.Б. Биржаков, Н.И. Кабушкин, В.А. Квартальнов и других.

Туризм обладает всеми признаками, которые определяют его как самостоятельную отрасль хозяйства, возникшую в процессе общественного разделения труда и охватывающую все виды человеческой деятельности, направленные на организацию отдыха.

По определению М.Б. Биржакова туристская услуга – это «совокупность целенаправленных действий в сфере обслуживания, которые ориентированы на обеспечение и удовлетворение потребностей туриста, отвечающие целям туризма, характеру и направленности туристской услуги, тура, туристского продукта, не противоречащие общечеловеческим принципам морали» [1].

Законодательно туристские услуги определены как «услуги размещения, питания, транспортные, экскурсионные и иные виды услуг, предоставляемые туристу субъектами туристской индустрии» [2].

Гостиницы, наряду с ресторанами, компаниями-перевозчиками, экскурсионными бюро и другими организациями, являясь исполнителями услуг, выступают ключевыми субъектами туристского рынка.

«Гостиничная услуга — это организованное взаимодействие гостя и персонала гостиницы, непрерывно воздействующее на гостя в течение всей длительности пребывания» [3].

Функционирование рынка туристских и гостиничных услуг имеет ряд специфических особенностей:

- 1) неосязаемость услуг индустрии туризма и гостеприимства;
- 2) невозможность ее хранения и накопления;
- 3) взаимодействие производителя и потребителя (оказание услуги возможно, когда появляется клиент);
- 4) процессы производства и потребления гостиничной услуги протекают одновременно в течение всего гостиничного цикла;
- 5) непостоянство качества, которое зависит от уровня оказания услуг (компетентность производителя, его профессионализм, коммуникабельность);
- 6) уникальность и индивидуальный характер услуги (клиентоориентированность);
- 7) отсутствие права собственности на услугу;
- 8) отсутствие организованного спроса в крупных масштабах;
- 9) возникновение рыночных отношений, как в собственной стране покупателя, так и в другой стране на месте нахождения туристического объекта;
- 10) активное участие посредников в обеспечении спроса и предложения туристских услуг;

11) высокая степень заменяемости одних туристских услуг на другие [4].

К основным функциям рынка туристских услуг относятся:

– обеспечение согласованности производства и потребления туристских услуг в ассортиментной структуре;

– поддержание сбалансированного спроса и предложения по объему и структуре. Данную функцию регулирования пропорций рынок выполняет путем установления связей между большим количеством контрагентов и туристов через куплю-продажу туристических услуг;

– обеспечение экономического стимулирования эффективности производства туристских продуктов и услуг, т.е. побуждение производителей к созданию необходимых туристских продуктов и услуг с наименьшими затратами и получением достаточной прибыли.

На Российском рынке туристских услуг наблюдаются положительные тенденции. В 2016 г. рынок внутреннего организованного туризма вырос на 18%, а рынок организованного въездного туризма – на 6% по сравнению с 2015 г. Самыми популярными внутренними направлениями стали Сочи, Симферополь и Санкт-Петербург.

Объем рынка гостиничных услуг в РФ в 2016 г. составил 187153 млн. руб.

Количество гостиниц и аналогичных средств размещения по данным Росстата увеличилось на 7% в 2016 г. по сравнению с 2015 г. и составило 14948 шт. (рис. 1).

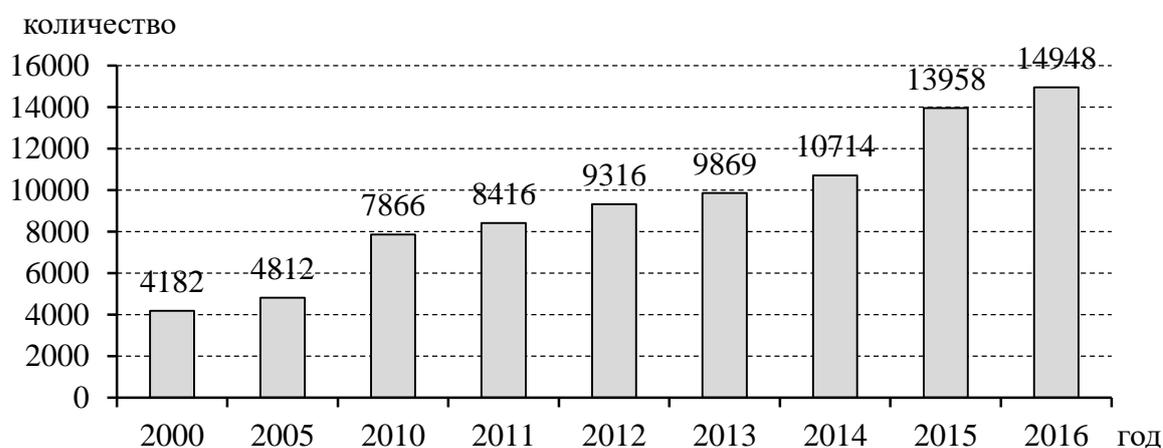


Рис. 1. Количество гостиниц и аналогичных средств размещения в РФ в 2000-2016 гг. [5]

Количество номеров в коллективных средствах размещения увеличилось на 10% и составило 848 тыс. шт. По данным Росстата [5], услугами гостиниц России в 2016 году воспользовались более 37,5 млн чел. Для сравнения: аудитория хостелов составила около 800 тыс. чел., мотелей – 465 тыс.

**Выводы.** Можно говорить о том, что гостиничные предприятия являются субъектами туристского рынка. На протяжении более чем 15 лет в РФ

наблюдается ежегодная тенденция к росту количества гостиниц и аналогичных средств размещения: с 4182 в 2000 г. до 14948 в 2016 г. Значительный прирост в 2014-2015 гг. (около 23%) обусловлен регистрацией гостиничных предприятий Крыма.

Рынок туристских услуг рассматривается как общественно-экономическое явление, объединяющее спрос и предложение для обеспечения купли-продажи между экономически свободными продавцами и покупателями.

Важной особенностью туристского рынка является то, что купля-продажа туристских услуг не приводит к исчезновению источников их создания в процессе обмена, а это, в свою очередь, является предпосылкой готовности для продажи новых туристических продуктов при наличии других рыночных условий.

## **СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ**

1. Биржаков М. Б. Индустрия туризма: перевозки / М. Б. Биржаков. — 3-е изд., перераб. и доп. — СПб. : Издательский дом Герда, 2013. — 528 с.
2. Закон РК от 14.08.2014 №51-ЗРК «О туристской деятельности в Республике Крым». — Режим доступа : <https://rg.ru/2014/08/21/krim-zakon51-reg-dok.html>. — Дата доступа : 20 ноября 2017.
3. Джанджугазова Е. А. Маркетинг в индустрии гостеприимства : учебное пособие для студ. высших учеб. заведений / Е. А. Джанджугазова. — М. : Издательский центр «Академия», 2003. — 224 с.
4. Котлер Ф. Основы маркетинга : пер. с англ. / Ф. Котлер. — М. : Вильямс, 2007. — 656 с.
5. Федеральная служба государственной статистики. — Режим доступа : <http://www.gks.ru/dbscripts/cbsd/dbinet.cgi?pl=2332001>. — Дата доступа : 20 ноября 2017.

© А.В. Кукурудза, А.С. Мацова

**УДК 313.42**

## **ДИФФЕРЕНЦИАЦИЯ МУНИЦИПАЛЬНЫХ ОБРАЗОВАНИЙ РЕСПУБЛИКИ КРЫМ ПО УРОВНЮ РАЗВИТИЯ И СОСТОЯНИЮ ЗДОРОВЬЯ НАСЕЛЕНИЯ**

## **DIFFERENTIATION OF THE MUNICIPAL FORMATIONS OF THE REPUBLIC OF CRIMEA ON THE LEVEL OF DEVELOPMENT AND THE STATUS OF POPULATION HEALTH**

**Логунова Н.А.**, д.э.н., профессор,  
**Семенова А.Ю.**, старший преподаватель,  
ФГБОУ ВО «Керченский государственный морской  
технологический университет», г. Керчь

**N.A. Logunova,**  
Doctor of Economic Sciences, Professor,  
**A.Y. Semenova,** Senior Lecturer,  
Federal State Educational Institution of Higher Education  
«Kerch State Maritime Technological University», Kerch

#### **Аннотация**

В статье на основе методики многомерных сравнений проведена комплексная оценка уровня социально-экономического и демографического развития муниципальных образований Республики Крым. Установлена взаимосвязь между уровнем развития территории и состоянием здоровья населения Республики Крым.

#### **Annotation**

In the article, based on the methodology of multidimensional comparisons, a comprehensive assessment of the level of socio-economic and demographic development of the municipalities of the Republic of Crimea was carried out. The relationship between the level of development of the territory and the health of the population of the Republic of Crimea is established.

**Ключевые слова:** муниципальные образования, социально-экономическое развитие, состояние здоровья, население.

**Keywords:** municipalities, socio-economic development, health status, population.

**Введение.** Социально-экономическое развитие региона напрямую связано с уровнем развития отдельных муниципальных образований, находящихся на территории данного региона. В связи с чем, для принятия решений относительно сохранения и укрепления здоровья населения региона необходимо проведение комплексной оценки уровня развития каждого муниципального образования на основе соответствующих индикаторов, позволяющих отследить как достижения и преимущества отдельного муниципального образования, так и ключевые проблемы, формирующие неблагоприятные результаты его функционирования.

**Цель исследования.** На основе расчета интегрального индекса и оценки взаимосвязей между состоянием здоровья населения и определяющими его факторами, дифференцировать муниципальные образования Республики Крым по уровню развития и здоровья проживающих в них жителей.

**Результаты исследования.** С использованием методики многомерных сравнений авторами проведена комплексная оценка уровня развития муниципальных образований Республики Крым. Ввиду отсутствия целого ряда необходимых для полноценной оценки и качественного анализа статистических данных, характеризующих отдельные процессы развития муниципальных образований (особенно небольших муниципальных районов), предложена система показателей, которые прямо или опосредованно оказывают влияние на здоровье населения и позволяют оценить уровень развития

отдельных муниципальных образований региона в разрезе 3 блоков (по 5 показателей в каждом) [1]:

– экономический блок, к которому были отнесены такие показатели, как: инвестиции в основной капитал (за исключением бюджетных средств) в расчете на одного жителя, строительство и бюджетные инвестиции на душу населения, доля прибыльных предприятий и организаций, среднемесячная заработная плата работников, число субъектов малого и среднего предпринимательства на 10 тыс. чел.;

– социальный блок представлен следующими показателями: уровень безработицы, уровень образования, число самоубийств (на 100 тыс. чел.), количество умерших по причине отравления алкоголем (на 100 тыс. чел.), общая площадь жилых помещений, приходящаяся в среднем на одного жителя;

– демографический блок, в состав которого вошли такие показатели, как: коэффициенты рождаемости, смертности, демографической нагрузки; количество женщин, приходящихся на 1000 мужчин; доля населения в возрасте старше трудоспособного.

На основе расчета интегрального индекса комплексного развития установлено, что 18 (72%) из 25 территорий региона имеют низкий уровень развития (табл. 1). При этом помимо муниципальных районов с преимущественно сельским населением, в данную группу вошли и такие крупные населенные пункты, как г. Керчь (промышленный центр Республики Крым, занимает вторую позицию по численности населения), г. Феодосия, г. Алушта, г. Судак, г. Саки, являющиеся известными курортами с лечебно-оздоровительными учреждениями и санаториями самого разнообразного профиля.

Таблица 1

**Группировка муниципальных образований Республики Крым по уровню социально-экономического и демографического развития**

Группы территорий по уровню развития (комплексный показатель)	Уровень развития	Муниципальные образования
1	2	3
1,369-1,444	очень низкий	Ленинский район, Раздольненский район, Первомайский район, Красноперекопский район
1,444-1,519	низкий	Бахчисарайский район, Советский район, Нижнегорский район, Кировский район, Красногвардейский район, Джанкойский район, Белогорский район, Сакский район; г. Алушта, г. Феодосия, г. Судак, г. Керчь, г. Красноперекопск, г. Саки

## Продолжение таблицы 1

1	2	3
1,519-1,594	средний	г. Евпатория Черноморский район Симферопольский район
1,594-1,669	выше среднего	г. Ялта г. Джанкой г. Армянск
1,669-1,743	высокий	г. Симферополь

Самым успешным по всем критериям оценки является столица республики – г. Симферополь, в котором сконцентрировано наибольшее в Крыму количество административных, общеобразовательных и высших учебных заведений, а также ведущих медицинских учреждений, в том числе лечебно-диагностических с развитой материально-технической базой.

Вместе с тем, анализ уровня демографического развития муниципальных образований Республики Крым показал, что ни экономические, ни социальные факторы не оказывают значительного воздействия на демографические процессы [2]. Установлено, что один из самых важных демографических показателей – коэффициент рождаемости, в большей мере зависит от репродуктивных установок, формирующих представления о размере семьи и желаемом числе детей. При этом, выявлено, что на процесс рождаемости оказывают влияние этнокультурные традиции, вероисповедание, национальный менталитет и традиционные ценности. Так, лучшие показатели рождаемости наблюдаются в муниципальных районах, в которых проживает значительная доля представителей мусульман (крымских татар), имеющих более высокие репродуктивные установки, чем население православного вероисповедания или неверующие [3].

Выявлено, что муниципальные образования (Советский, Белогорский, Симферопольский, Первомайский муниципальный районы и г. Судак), состояние здоровья жителей которых оценивается как «отличное» и «хорошее», имеют высокий уровень демографического развития.

Для оценки взаимосвязи между уровнем социально-экономического и демографического развития и здоровьем населения муниципальных образований Республики Крым авторами были построены картограммы, анализ которых показал, что независимо от уровня развития территории, наихудшие показатели здоровья зафиксированы в интенсивно развивающихся районах с высокой антропогенной нагрузкой и, как следствие, с бедственным экологическим состоянием, в частности, в г. Армянске и г. Красноперекоске, в которых сконцентрированы бюджетобразующие предприятия химической промышленности (ООО «Титановые инвестиции» – «Крымский титан» (г. Армянск), ПАО «Крымский содовый завод», АО «Бром» (г. Красноперекоск)), а также в Черноморском регионе, основной экологической проблемой которого является бесконтрольное размещение твердых коммунальных

отходов. Именно в данных муниципальных образованиях наблюдается очень высокий уровень заболеваемости и смертности от злокачественных образований, которые, по мнению исследователей, возникают вследствие неудовлетворительного качества окружающей среды и эколого-гигиенического неблагополучия территории.

**Выводы.** Таким образом, в Республике Крым доминирующими факторами в формировании здоровья выступают количественные и качественные параметры окружающей среды и демографическое развитие территории, в том числе репродуктивные установки и репродуктивное поведение населения, предопределяющие динамику развития демографических процессов.

Результаты проведенного исследования могут быть положены в основу разработки комплекса мер по укреплению здоровья населения и снижению социально-демографических рисков в Республике Крым.

## СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Логунова Н. А. Оценка состояния здоровья населения Республики Крым и влияющих на него факторов / Н. А. Логунова, А. Ю. Семенова // Сборник материалов международной научно-практической конференции «Актуальные социально-экономические вопросы: проблемы и варианты решений», г. Коломна, 2017. — С. 102–107.

2. Молчанова Е. В. Влияние социально-экономических и экологических факторов на медико-демографические тенденции в регионах России / Е. В. Молчанова // Региональная экономика: теория и практика. — 2011. — № 39 (222). — С. 56–70.

3. Малышева М. М. Здоровье населения и определяющие его факторы / М. М. Малышева, Н. Е. Русанова, А. А. Варызгина // Народнонаселение. — 2016. — № 2 (72). — С. 121–131.

© Н.А. Логунова, А.Ю. Семенова

УДК 338.48-6:641/642-027.22

## ПРИКЛАДНОЕ ЗНАЧЕНИЕ ВИННОГО ТУРИЗМА В ТУРИСТИЧЕСКОЙ СФЕРЕ

### SIGNIFICANCE OF WINE TOURISM IN TOURISM SPHERE

**Маслов Е.С.**, ассистент,  
ФГАОУ ВО «КФУ им. В.И. Вернадского»,  
Институт экономики и управления, г. Симферополь

**E.S. Maslov**, Assistant Professor,  
V.I. Vernadsky Crimean Federal University,  
Institute of Economics and Management, Simferopol

### **Аннотация**

Тезисы затрагивают вопросы функционирования винного туризма и потенциал его использования. Задача тезисов состоит в анализе применения возможностей винного туризма. Также в тезисах рассмотрены закономерности, присущие винному туризму. Выявленные закономерности рассмотрены с точки зрения использования в туристической сфере.

### **Annotation**

The article concerns issues of the functioning of wine tourism and the potential for its use. The task of the article is to analyze the application of the possibilities of wine tourism. The article effected features which connected with wine tourism. Identified patterns are considered from the perspective of using in the tourism sphere.

**Ключевые слова:** винный туризм, туризм, туристический бизнес, виноделие, Крым.

**Keywords:** wine tourism, tourism, tourism business, Crimea.

**Введение.** Развитие туристического бизнеса сталкивается с различными изменениями, затрагивающими элементы прикладного значения, проявляющиеся на практике ведения туристического бизнеса. Данные изменения требуют определенного осмысления и нахождения закономерностей для прогнозирования ситуации, которая может произойти в будущем. Необходимо подчеркнуть, что в туристической сфере достаточно высока конкуренция и для удержания уже занятых позиций необходим поиск, как новых форм ведения туристического бизнеса, так и определенное изменение уже существующих форм ведения предпринимательской деятельности в сфере туризма.

**Цель исследования.** Заключается в раскрытии потенциала винного туризма и его функционирования в туристической сфере.

**Результаты исследования.** Тенденция поиска новых туристических объектов и увеличения разнообразия досуга потенциальных отдыхающих в туристических регионах стала главной задачей для туристических фирм [1]. Одним из механизмов привлечения потенциальных туристов в крымском регионе может быть винный туризм.

Этот вид туризма основан на знакомстве с винодельческим хозяйством, историей винодельческого региона и знакомстве с винодельческой продукцией данного винодельческого предприятия. Цель винного туризма заключается в дегустации вина, а также, что немаловажно для винодельческого предприятия, – покупка виной продукции данного предприятия. Винный туризм может быть в форме посещения винодельческих предприятий, виноградников, винных фестивалей и других специфических мероприятий.

Многие винодельческие регионы в винодельческих странах извлекли из этого финансовые преимущества в предоставлении такого вида туризма. Такие преимущества для себя нашли как непосредственно производители вина, так и индустрия гостеприимства. Будучи достаточно новой формой

туризма, этот вид туризма заявляет о себе как о динамичном сегменте в туристическом бизнесе [3].

Для успешного функционирования винного туризма требуется развитие туристической инфраструктуры с одной стороны, а также заинтересованность самих винодельческих предприятий в участии и продвижении производимой продукции к непосредственному потребителю. Почему же винодельческие предприятия потенциально должны быть заинтересованы в продвижении своей винодельческой продукции при помощи инструментов винного туризма? Ответ на этот вопрос заключается в том, что инструменты винного туризма, создают определенную рекламу винодельческому хозяйству, а также информация о данном предприятии и о его винодельческой продукции будет являться инструментом привлечения потенциальных туристов на данное винодельческое предприятие и в дальнейшем.

Винный туризм благотворно влияет не только непосредственно на винодельческое предприятие, но и на туристический регион в целом. Как же это влияние прослеживается и как можно его охарактеризовать? Тут необходимо отметить, что современное развитие туристической индустрии требует большого внимания в создании имиджа туристического региона, для того, чтобы туристический регион посетили, необходима не только всевозможная реклама, но и правильное использование тех ресурсов, которые уже имеются.

Если рассматривать крымский регион, то необходимо отметить, что Крым, как туристический регион, в основном воспринимают как морской курорт [2]. Это видно из источника «О развитии туристической отрасли республики Крым в 2016 году». На вопрос цель приезда – 84,2% опрошенных туристов заявили, что приехали в Крым с целью отдыха на море. Это наследие отчасти досталось туристическому региону на основании прошлых лет, а отчасти исходя из того, что закрепленный таким образом за регионом имидж не хотели менять занятые в туристической отрасли туристические фирмы. Такое отношение можно объяснить тем, что первое время после 1991 года доход граждан в постсоветских странах был достаточно небольшим и предъявляемые требования к отдыху в первые постсоветские годы не были требовательными как это уже проявилось в двухтысячных годах. Что же произошло за этот промежуток времени? Надо отметить, что многие потенциальные туристы, которые могли бы побывать в Крыму, уже побывали в других странах. В том числе и в туристических регионах, где отдых на морском побережье достаточно развит и по ряду характеристик крымскому побережью, а с ним и Крыму, как туристическому региону трудно конкурировать с другими аналогичными туристическими регионами по ряду климатических условий, не говоря уже о сервисе и развитии туристической инфраструктуры.

На основании этого можно сказать, что необходимо производить попытку частичного расширения туристических услуг при помощи поиска других видов туризма. Таким видом туризма, который бы с одной стороны

отчасти дополнил уже существующий имидж Крыма как морского курорта, мог бы стать винный туризм. Винный туризм может расширить спектр оказываемых туристических услуг благодаря тому, что это направление имеет перспективы и еще недостаточно заявило о себе среди прочего перечня туристических услуг, которые уже предоставляются в Крыму.

Надо отметить, что попытки заявить о возможностях винного туризма в Крыму предпринимаются и имеют положительный эффект в системе создания образа Крыма не только как морского курорта, но и туристического региона, где действуют различные виды туризма.

Примером такого мероприятия по созданию образа Крыма, как винодельческого региона, может служить, проходивший 4 ноября 2017 года в курортном комплексе «Mriya Resort & SPA» фестиваль молодого вина и гастрономии. На данном мероприятии можно было узнать о работе и истории тринадцати крымских винодельческих предприятий, а также поучаствовать в научно-практических семинарах. Примером такого семинара может быть семинар под названием «Винный тур: на что похожи вина Крыма?». Желающие могли узнать о специфике крымского виноделия, сравнить его с отдельными зарубежными странами. А также узнать больше о возможности и перспективах виноделия в Крыму.

**Выводы.** На основании имеющегося потенциала крымского виноделия и связанного с ним винного туризма необходимо создать условия для успешного функционирования этого направления. Успех раскрытия винного туризма в Крыму повлияет как на дополнительное привлечение туристов, так и на создание имиджа винодельческого региона с богатой историей, который следует посетить.

## СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Бабкин А. В. Специальные виды туризма: учебное пособие / А. В. Бабкин. — М. : Советский спорт, 2008. — 208 с.
2. Гончарова О. Крым 2015: Итоги сезона с министром курортов и туризма / О. Гончарова // Крымский журнал. — 2015. — № 1. — С. 9–12.
3. Donald Getz. Explore wine tourism: management, development & destinations / Getz Donald. — New York : Cognizant communication corporation, 2000. — 255 p.

© Е.С. Маслов

**РАЗВИТИЕ ИННОВАЦИОННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ  
ПРЕДПРИЯТИЙ СФЕРЫ ТУРИЗМА В ЭКОНОМИКЕ РЕГИОНА**

**DEVELOPMENT OF INNOVATIVE ACTIVITY OF REGIONAL  
ENTITIES IN TRAVEL BUSINESS.**

**Мухамедова З.Х.**, к.э.н., доцент  
кафедры туризма,  
ГБОУ ВО РК «Крымский университет культуры,  
искусств и туризма», г. Симферополь

**Z.Kh. Mukhamedova,**  
Candidate of Economic Sciences, Associate Professor,  
Crimean University of Culture, Arts and Tourism  
Simferopol

**Аннотация**

В работе обоснована важность поддержки инноваций в секторе предпринимательства, которые значительно усиливают его функции и влияние на экономику региона. Обосновано определяющее значение сущности инновационного предпринимательства. Выделены приоритетные условия развития инновационной деятельности предприятий в сфере туризма. Рассмотрена необходимость формирования региональной модели развития инновационной деятельности предприятий, определяющая стратегические цели и задачи поставленных проблем.

**Annotation**

The work substantiate the importance of support innovations in the sphere of business activity which considerably increase its efficiency and influence the regional economy. The paper ascertains the key importance of innovative ventures, formulates the priority conditions of developing of the innovative activity in the travel business. The paper takes into consideration the necessity of establishing the regional model of the development of the innovative business activity which will determine strategic aims and tasks of the challenged issues.

**Ключевые слова:** туризм, инновационная деятельность, функции, инновационное предпринимательство, современная экономика, регион.

**Keywords:** Key words Tourism, innovative activity, competence, innovative ventures, modern economy, region.

**Введение.** В современных условиях объективно необходим переход к инновационной модели развития экономики. Инновации позволяют обеспечивать устойчивый экономический рост, снижая при этом нагрузку на окружающую среду и решая социальные проблемы за счет создания структурных изменений. Исследование природы инноваций и практики их разработки и внедрения позволило выделить факторы повышения эффективности

инновационной деятельности. Это касается создания законодательно-правовой базы, разнообразных институциональных структур поддержки инноваций и механизмов государственного стимулирования инновационной деятельности предпринимательства, включая туристическую сферу.

**Цель исследования:** определить функции предпринимательства и развитие инновационной деятельности предприятий сферы туризма в экономике региона.

**Результаты исследования.** В экономической системе предпринимательство выполняет определенные функции, формирующие его роль и значимость. Функции предпринимательства имеют свою специфику, и в современных условиях инновационная функция приобретает определяющее значение и проявляется многообразно (разработка новых товаров и технологий; предоставление новых видов услуг; разработка маркетинговых и организационных инноваций; выход на новые рынки). Преобладание инновационных ориентаций в секторе предпринимательства значительно усиливает другие его функции и влияние на экономику.

Склонность к новаторству привело к появлению специфического вида – инновационного предпринимательства. Предпринимательство рассматривается как антрепренерство в классической концепции (Й. Шумпетер), которая предусматривает стремление создавать новшества, независимо от условий и риска, ожидая повышенного уровня прибыли.

Под инновационным предпринимательством понимается предпринимательская деятельность, которая заключается в разработке, внедрении и коммерциализации различных инноваций как основного пути максимизации прибыли и развития. Инновационное предпринимательство ориентировано на использование новой технологии, создание нового вида продукции, способа оказания услуг, проникновение в новые сферы деятельности (рынки). Ключевым фактором успеха становится не эксплуатация ресурсов, а реализация инновационной идеи, поиск дополнительных возможностей для рыночной экспансии. Инновационное предприятие может создавать новые экономические блага, а может продавать полученные знания и разработки в незавершенном виде. Особой характеристикой инновационного предпринимательства является повышенный уровень риска. Инновационное предпринимательство, ввиду своих особенностей рассматривается как отдельный вид с точки зрения развития и государственной поддержки [1, 2, 3, 4].

Ввиду особенностей предпринимательства в туристической сфере его специфические позиции и функции проявляются, прежде всего, в рамках Крымского региона. В этой связи должно рассматриваться и развитие инновационной деятельности предприятий сферы туризма. С точки зрения региона особенно важной является роль туристического бизнеса в преодолении рецессий экономики, ускорении структурных преобразований региональной экономики, появления новых траекторий развития. Значимость инноваций в этом плане наиболее высока, в частности в создании предпосылок

устойчивого роста (зарождении новых отраслей, увеличении объема инвестиций, создании рабочих мест, увеличении отчислений в бюджет и пр.) и изменении специализации региона [5, 6].

На уровне Крымского региона развитие инновационной деятельности предприятий сферы туризма имеет большое значение с точки зрения улучшения пространственной структуры экономики, что связано с: вовлечением новых ресурсов в хозяйственный оборот, наращиванием экономического потенциала территорий; освоением новых видов деятельности; выравниванием межрегиональных дисбалансов и пр. В целом предпринимательство способствует оптимизации территориального разделения труда внутри региона.

Необходимость приоритетного рассмотрения условий развития инновационной деятельности предприятий сферы туризма, которая обусловлена локализацией основных стадий инновационных процессов, кластеров на региональном уровне. В регионе проявляется эффект близости, в результате которого:

- концентрируются ресурсы;
- происходит быстрая диффузия знаний;
- развивается сотрудничество и другие социальные связи;
- облегчается поиск специалистов;
- интенсифицируется взаимодействие бизнеса, науки и органов власти;
- возникают сообщества интенсивных знаний и инноваций, предпринимательские сети;
- создаются функциональные системы поддержки инновационной деятельности, в том числе инновационная инфраструктура;
- концентрируется научно-технический потенциал и интеллектуальные ресурсы.

Также регион рассматривается как пространство, где осуществляется инновационная деятельность благодаря имеющимся ресурсам и условиям. Охватывая науку и бизнес региона, следует также учитывать «эффект обучения», абсорбцию знаний, динамические способности к развитию территории. В результате действующие организации выступают субъектом инновационного развития экономики, реализуя свои специфические преимущества.

В пространственном аспекте необходимо учитывать значительные природно-географические, социальные и экономические проблемы и приоритеты, что определяет направления развития инноваций.

Инновационное предпринимательство туристических организаций, может быть, особой движущей силой модернизации региональной экономики, наряду с государством и обществом, иницируя и осуществляя различные оптимизационные изменения, которые также имеют региональную специфику. Роль инновационного предпринимательства выходит за рамки сугубо предпринимательского сектора, охватывает сферу науки, вовлекая ее

в работу над инновациями. Через близость к потребителям туристических предприятий быстро распространяют оптимизационные изменения в обществе и отдельных социальных группах.

Однако для реализации роли предпринимательство должно выйти на определенный уровень развития, масштабы и активность деятельности, что требует государственной поддержки.

**Выводы.** Анализ современных исследований позволяет говорить о необходимости формирования региональной модели развития инновационной деятельности предприятий, которая будет определять: стратегические цели и задачи, концептуальные основы решения поставленных проблем, направления действий, роль власти и т.п. Такая модель подчинена общенациональным установкам и траекториям развития, а также призвана реализовывать основные целевые функции: экономическая (приумножение и реализация экономического потенциала, развитие производительных сил); социальная (развитие социальных институтов, человеческого потенциала, саморегулирование общества); трансформационная (переход к инновационной модели, глубокие изменения сферы науки и инноваций); оптимизационная (обновление структуры экономики, технологий, общественного уклада).

Основы развития инновационных предприятий должны отвечать требованиям современной экономики, становлению постиндустриального, информационного общества, экономики знаний.

## СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Александрии Ю. Н. Инновационная модель развития малого предпринимательства // Проблемы современной экономики. — 2010. — № 2. — С. 195-199.
2. Вишневский В. Инновации, институты и эволюция / В. Вишневский, В. Дементьев // Вопросы экономики. — 2010. — № 9. — С. 41–62.
3. Лацоник У. Теория инновационного предприятия / У. Лацоник // Экономический вестник Ростовского государственного университета. — 2006. — Т. 4. — № 3. — С. 7–32.
4. Светуньков М. Г. Предпринимательство и инновации / М. Г. Светуньков, С. Г. Светуньков. — Ульяновск : УлГТУ, 2010. — 128 с.
5. Закон Республики Крым «О развитии малого и среднего предпринимательства» (от 17 июля 2014 года № 30-ЗПК) // URL : <http://base.garant.ru/23701726> (дата доступа : 18.11.2017).
6. Николаева Л. И. Модели инновационного развития регионов / Л. И. Николаева, О. В. Кириллова // Общественные науки. Экономика. — 2015. — № 2 (34). — С. 225–234.

© З.Х. Мухамедова

## О НЕКОТОРЫХ ПРИЧИНАХ СНИЖЕНИЯ ТУРПОТОКА В КРЫМУ

### SOME OF THE REASONS FOR THE DECLINE OF TOURIST TRAFFIC IN THE CRIMEA

**Прохорова О.В.**, аспирант,  
ФГАОУ ВО «КФУ им. В.И. Вернадского»,  
Институт экономики и управления, г. Симферополь

**O.V. Prokhorova**, postgraduate,  
V.I. Vernadsky Crimean Federal University,  
Institute of Economics and Management, Simferopol

#### Аннотация

Данная статья – краткий анализ показателей функционирования субъектов санаторно-курортной сферы за периоды январь – сентябрь 2016 года и январь – сентябрь 2017 года, с целью выявления факторов, которые повлекли за собой снижение турпотока. Определены задачи для исследования поставленной цели – рассмотреть привлекательность территорий полуострова, проанализировать данные турпотока, выявить факторы воздействия, сформулировать выводы. Методы исследования: сбор и обработка статистических данных и обработка результатов, проведение анализа показателей

#### Annotation

This article is a brief analysis of the performance of the subjects of sanatorium-resort sphere for the periods January – September 2016 January – September 2017, with the aim of identifying factors that have led to a decline in tourist arrivals. Set objectives for research goal is to examine the attractiveness of the territories of the Peninsula, to analyze the data of tourist arrivals, identify impacts, and to formulate conclusions. Research methods: collection and processing of statistical data and processing of results, analysis of indicators.

**Ключевые слова:** санаторно-курортные услуги, рынок услуг, территории, Крым, рекреанты.

**Keywords:** health resort services, the services market, territory, Crimea, recreants.

**Введение.** Санаторно-курортный комплекс Крымского полуострова представляет собой огромный рекреационный потенциал возможностей: профилактика, реабилитация, лечение и оздоровление населения, который представлен разнообразием профильных учреждений. Природно-климатические условия Крыма позволяют здравницам расширять виды оказываемых услуг. Количество целебных минеральных, бальнеологических, солевых, грязевых источников, находящихся в недрах Крымского полуострова, а также достаточное количество солнечных дней в году является базисом эффективного функционирования предприятий и учреждений санаторно-курортного комплекса.

**Цель исследования.** Целью данной работы является анализ показателей турпотока Крыма, выявление некоторых причин, которые оказали воздействие на вышеуказанные показатели.

**Результаты исследования.** Функционирование объектов размещения санаторно-курортной сферы Республики Крым с 2014 года, в связи с произошедшими событиями, имеет несколько новые условия функционирования [1]. В связи с этим, Крым, как новая российская туристическая территория, является более доступным и привлекательным курортом внутреннего туризма для граждан РФ. Здравницы, реализующие санаторно-курортные услуги, имеют двойственную сущность в процессе осуществления хозяйственной деятельности. Во-первых, медицинская составляющая, подлежащая обязательному лицензированию; во – вторых, деятельность профильных предприятий и учреждений соответствует статистической категории «розничная торговля, услуги населению, туризм», согласно раздела «туризм» [2]. Наряду с этим, потребители, останавливающие свой выбор для отпуска на здравницах Крыма, имеют возможность совмещать отдых с лечением и досугом.

По официальным данным Государственной программы развития курортов и туризма в Республике Крым на 2015-2017 гг., на полуострове расположено 770 коллективных средств размещения (санаторно-курортных и гостиничных учреждений) общей вместимостью 158,2 тыс. мест, из которых 144 учреждения предоставляют санаторно-курортное лечение, 216 объектов предоставляют услуги оздоровительного характера, остальные 410 учреждений – услуги по временному размещению. Итак, количество средств размещения, предоставляющих услуги лечения и оздоровления, составляет 361 объект. Для круглогодичного функционирования предназначены 144 санаторно-курортных (в том числе 74 средства размещения государственной формы собственности Республики Крым) [3].

Согласно данным Министерства курортов и туризма Республики Крым, за период с января 2017 г. по сентябрь 2017 г. на курортах республики отдохнуло 4705,4 тыс. туристов. Отметим, что за аналогичный период 2016 года, потребителей курортных услуг составило 4895,2 тыс. туристов, что на 3,9% выше, чем в 2017 году [4]. Детализируя данные за период январь – сентябрь 2017 года выделим, что 42% – прибыло авиатранспортом, 41% – паромной переправой, 17% – прибыло, воспользовавшись иными видами транспорта. Также известно, что за аналогичный период 2016 года всего 40% туристов воспользовались авиауслугами, 42% – паромной переправой и 18% из общего числа составили поток туристов, которые приехали в Крым иными видами транспорта [4].

В целях исследования поставленных задач отметим, что в период за январь-сентябрь 2017 года коллективные средства рынка санаторно-курортных услуг разместили 1 млн. 40 тыс. туристов. При этом, средний процент загрузки работающих средств размещения с начала текущего года составил 40,8%, а в сентябре 2017 года – 42,9% [4].

Для использования метода сравнительного анализа приведем параметры показателей, за аналогичный период 2016 года, а именно количество отдохнувших коллективных средств размещения составило 1 млн 116 тыс. туристов. В сентябре того же 2016 года процент средней загрузки работающих средств размещения в Крыму составил 48,2% [4].

Из вышеизложенного следует, что показатели, являющиеся результатом хозяйствования субъектов рынка санаторно-курортных услуг полуострова, за выбранные периоды, свидетельствуют о следующем: показатели работы предприятий и учреждений санаторно-курортной сферы республики за период январь – сентябрь 2016 года выше, чем показатели аналогичного периода 2017 года. Анализируя детально данные о туристическом потоке вышеуказанных периодов, о проценте загруженности объектов размещения в Крыму, детализируя помесечно, можно отследить, что ежегодно, в «высокий» сезон показатели загрузки здравниц наиболее высоки. Из этого следует проблема неравномерного, бессистемного движения потока рекреантов.

Снижение показателей связано со многими факторами воздействия. Начиная от традиционных – состояние основного количества пляжей не является располагающим для отдыхающих, территории которых малы. Устаревшее состояние материальной и лечебной базы здравниц. В настоящее время, в некоторых объектах размещения состояние номерного фонда не изменялось с советских времен. Устаревшее медицинское оборудование, не отвечающее современным требованиям и стандартам. Отсутствие высококвалифицированного, и что не менее важно, адекватного к посетителям, персонала. Инфраструктура, как одна из важных составляющих привлекательности курортных территорий, оставляет желать лучшего. Следует сказать об автомобильных дорогах, движение по которым часто можно считать не безопасным, с малой пропускной способностью. Качество и состояние асфальтного покрытия на многих участках не соответствует нормам. Открытие турпотока для российских туристов в Турцию, так же внес свои отрицательные коррективы в вышеприведенные показатели. Вопрос ужесточения санкций в отношении Крыма – несет особо важное значение для всех сфер экономики полуострова, из которого вытекает еще один фактор негативного воздействия – информация о республике не правдоподобного характера предоставляемая иностранными СМИ, провоцирующая тревоги туристов в отношении безопасности пребывания на территории нового субъекта РФ.

**Выводы.** Из вышеизложенного резюмируем, показатели загруженности здравниц рынка санаторно-курортных услуг сезона январь 2017 года проигрывают аналогичному периоду за 2016 год. Названы некоторые причины воздействия, которые могли послужить снижению уровня спроса на отдых в Крыму. В связи с этим необходим комплекс мер, для выравнивания ситуации.

Гибкая ценовая политика средств размещения; организация дешевых чартерных авиарейсов; повышение качества обслуживания туристов как в отелях и здравницах, так и в предприятиях инфраструктуры; реорганизация

систем управления оздоровительными и туристскими объектами; обновление номерного фонда, медицинского и вспомогательного оборудования предприятий и учреждений санаторно-курортного комплекса полуострова.

1) Пересмотреть требования, выдвигаемые к условиям комфортного пребывания рекреантов на пляжах.

2) Обновить номерной фонд санаториев полуострова, а также медицинское и вспомогательное оборудование, что будет способствовать эффективному использованию природных и лечебных ресурсов Крымских территорий.

3) Обязательное повышать квалификацию персонала санаторно-курортной сферы.

4) Осуществлять строительно-ремонтные работы автодорог, с учётом решения существующих проблем, что позволит разгрузить автотрафик. Ввод в эксплуатацию объекта транспортной инфраструктуры – Крымского моста внесет новые возможности во все сферы республики, что положительно скажется на всей экономике полуострова.

5) Обеспечить максимальное распространение достоверной информации во всех регионах Российской Федерации о Крыме, не только как о территории восстановления здоровья и отдыха, но и как территории с гарантированной безопасностью для всех граждан, пребывающих на отдых.

## СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Федеральный конституционный закон от 21.03.2014 N 6-ФКЗ (ред. от 29.07.2017) «О принятии в Российскую Федерацию Республики Крым и образовании в составе Российской Федерации новых субъектов – Республики Крым и города федерального значения Севастополя». — Режим доступа : [http://www.consultant.ru/document/cons\\_doc\\_LAW\\_160618/](http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_160618/). — Дата доступа : 30 октября 2017 г.

2. Статические данные по системе здравоохранения. — Режим доступа : [http://www.gks.ru/wps/wcm/connect/rosstat\\_main/rosstat/ru/statistics/population/healthcare/#](http://www.gks.ru/wps/wcm/connect/rosstat_main/rosstat/ru/statistics/population/healthcare/#). — Дата доступа : 30 октября 2017 г.

3. Постановление Совета министров Республики Крым от 09.12.2014 N 501 (ред. от 22.03.2016) «Об утверждении Государственной программы развития курортов и туризма в Республике Крым на 2015 – 2017 годы». — Режим доступа : [http://minek.rk.gov.ru/file/File/minek/2016/strateg/gosprog/utv/may/GP\\_RK\\_razvitiya\\_kurortov\\_i\\_turizma\\_v\\_RK\\_na\\_15-17gg.pdf](http://minek.rk.gov.ru/file/File/minek/2016/strateg/gosprog/utv/may/GP_RK_razvitiya_kurortov_i_turizma_v_RK_na_15-17gg.pdf). — Дата доступа : 30 октября 2017 г.

4. Министерство курортов и туризма Республики Крым. — Режим доступа : <http://mtur.rk.gov.ru>. — Дата доступа : 29 октября 2017 г.

5. Приказ Министерства здравоохранения Российской Федерации (Минздрав России) от 6 августа 2013 г. N 529н г. Москва «Об утверждении номенклатуры медицинских организаций». — Режим доступа : <https://rg.ru/2013/10/07/pomenklatura-dok.html>. — Дата доступа : 28 октября 2017 г.

6. Костюк О. С. Развитие туризма между Россией и Турцией и его влияние на их международные отношения / О. С. Костюк, А. А. Юрченко, Т. Х. Емтыль //

Социально-экономические аспекты развития современного общества в постсоциалистический период: Материалы Всероссийской научно-практической конференции. — Пятигорск : ИП Бугаев Сергей Николаевич, 2015. — С. 253–258.

© О.В. Прохорова

УДК 658.51

## **ПРОЦЕССНЫЙ ПОДХОД КАК КОНЦЕПЦИЯ УПРАВЛЕНИЯ: СУЩНОСТЬ, ПРИНЦИПЫ, ПРЕИМУЩЕСТВА, НЕДОСТАТКИ**

### **PROCESS APPROACH AS A CONCEPT OF MANAGEMENT: NATURE, PRINCIPLES, ADVANTAGES, DISADVANTAGES**

**Стебловская В.В.**, обучающаяся группы МГ-241-о,  
**Ваховская М.Ю.**, к.э.н, доцент,  
ФГАОУ ВО «КФУ им. В.И. Вернадского»,  
Институт экономики и управления, г. Симферополь

**V.V. Steblovskaaya**, student, gr. MG-241-o  
**Vakhovskaya M.Y.**,  
Candidate of Economic Sciences, Associate Professor,  
V.I. Vernadsky Crimean Federal University,  
Institute of Economics and Management, Simferopol

#### **Аннотация**

В статье рассматривается процессный подход как концепция управления, его сущность, основные принципы, преимущества и недостатки.

#### **Annotation**

The process approach as a management concept, its essence, basic principles, advantages and disadvantages is considered.

**Ключевые слова:** процессный подход, процесс, концепция управления, координация, взаимосвязь.

**Keywords:** process approach, process, management concept, coordination, interrelation.

**Введение.** Процессный подход представляет собой сформировавшуюся в 80-х годах прошлого века концепцию управления. За прошедшее время наука и практика менеджмента выявили характерные черты и особенности этого подхода, и он получил широкое распространение в практике управления. В этой связи актуальным представляется анализ современных подходов к пониманию сущности и отличительных черт процессного подхода.

**Цель исследования.** является установление содержания процессного подхода как концепции управления, определение его сущности и основных принципов, преимуществ и недостатков.

**Результаты исследования.** Прежде, чем определять содержание процессного подхода, целесообразно выявить сущность понятия «процесс». Для этого проанализируем несколько определений.

В «Руководстве по концепции и использованию процессного подхода для систем менеджмента» процесс определяется как «совокупность взаимосвязанных и взаимодействующих видов деятельности, которые преобразуют входы в выходы» [1].

«Процесс — это устойчивая, целенаправленная совокупность взаимосвязанных видов деятельности, которая по определенной технологии преобразует входы в выходы, представляющие ценность для потребителя» [2].

«Процесс в управлении организацией (от лат. «processus» и «procedere» – «продвижение» и «двигаться вперед») – это совокупность действий, повторяемых во времени, с конкретным началом и концом, целью которых является создание ценности для внешних и внутренних клиентов» [3].

«Бизнес-процесс — это совокупность взаимосвязанных мероприятий или задач, направленных на создание определенного продукта или услуги для потребителей» [4].

Таким образом, можно сделать вывод, что понятия бизнес-процесса и процесса схожи, но все же бизнес-процесс отличается от процесса тем, что конечной его целью является удовлетворение всех потребностей, использование ответной реакции потребителя для увеличения ценности продукта и повышения рентабельности.

Обращаясь к содержанию процессного подхода, отметим, что само понятие процессно-ориентированного подхода впервые было использовано последователями административной школы управления при попытках описать функции руководителя. В тот период функции рассматривались по отдельности, на современном этапе развития экономической науки эти функции воспринимаются в тесной взаимосвязи с информационным взаимодействием. Постепенно трактовка понятия процессного подхода расширилась до рассмотрения взаимосвязанных процессов на предприятии.

Основным различием между процессным и функциональным подходом является акцентирование внимания менеджмента на межфункциональных видах деятельности, которые объединяют в общие потоки отдельные функции и нацеленных на конечные результаты деятельности, а не на функциях, которые выполняются различными подразделениями. При этом вертикальные связи, находящиеся внутри функциональных подразделений, уходят на второй план, несмотря на то, что их работа хорошо отлажена, а вот горизонтальные связи между различными функциональными подразделениями, которые несут опасность реальных рисков для предприятия по причине наибольшей слабости, выходят на первый план.

Весомый вклад в развитие процессного подхода внес Эдвардс Деминг. В своей работе «Трансформация и непрерывное совершенствование бизнес-процессов» он делает акцент на повышении качества продукции (услуг), а не на гонке за постоянным увеличением прибыли. Этот труд послужил основой для внедрения системы Всеобщего управления качеством (Total Quality Management) в 1980-х гг. [5].

Еще одной публикацией, значимой для формирования процессного подхода как самостоятельного направления в науке управления, стала книга М. Хаммера «Бизнес в 21 веке. Повестка дня» [6], в которой предлагается деятельность руководителей разделить на отдельные процессы и бизнес-процессы, которые необходимо трансформировать в механизм управления.

По мнению отечественных ученых А.Г. Поршневой, З.П. Румянцевой, Н.А. Саломатина суть процессного подхода в краткой форме звучит так: «Процессный подход к управлению – управление на основе представления организации в виде производительного процесса, который в свою очередь разделяется на цепь последовательно выполняемых операций» [7].

По мнению В.В. Репина процессный подход к управлению — это «построение системы процессов в компании, а также управление этими процессами для получения наилучших результатов, повышения эффективности и обеспечения удовлетворенности потребителей» [8].

По результатам анализа приведенных определений можно сказать, что ученые достаточно единогласны в определении термина «процессный подход». Однако некоторые делают акцент на процессном подходе как совокупности последовательных операций, результатом которых является определенный продукт, другие же видят конечной целью совокупности процессов обеспечение удовлетворенности потребителя, достижение наилучших результатов.

Основополагающие принципы, на которые опирается процессный подход, могут быть представлены следующими положениями:

1. Принцип взаимосвязи процессов. В организации все процессы связаны между собой. Сама организация состоит из сети процессов. Процессом можно считать любую деятельность, где выполняются какие-либо работы.

2. Принцип востребованности процесса. Результатам процесса необходимо быть востребованными, кроме того каждый процесс имеет свою конечную цель. Наличие внешнего или внутреннего потребителя результатов процесса тоже обязательное условие.

3. Принцип документирования процессов. Процессная деятельность обязана быть задокументированной. Такое условие позволяет достичь стандартизации и сформировать базу для дальнейшего совершенствования процесса.

4. Принцип контроля процесса. Границы процесса являются обязательным условием, всегда есть начало и конец процесса. В рамках этих границ для каждого процесса определяются показатели характеристики процесса и его результатов.

5. Принцип ответственности за процесс. Ответственным за процесс назначается один человек, независимо от того, сколько специалистов и сотрудников в нем участвовали [9].

Среди преимуществ процессного подхода можно выделить следующие:

- в рамках процесса координируются действия различных подразделений;
- направленность на результат;
- значительно возрастает эффективность и результативность работы предприятия;
- предсказуемость результатов повышается;
- позволяет устранить барьеры между функциональными подразделениями;
- ненужные вертикальные взаимодействия сокращаются;
- способствует выявлению и устранению не востребуемых процессов;
- материальные и временные затраты [10].

Неоспоримым методологическим достоинством процессного подхода определенно можно назвать неразрывность управления на стыках деятельности разных функциональных подразделений [11].

Процессный подход позволяет значительно упростить многоуровневые иерархические организационные структуры, что в свою очередь обеспечивает большую ориентированность предприятия на потребителя. Такое упрощение ускоряет обмен информацией между различными подразделениями, благодаря чему устраняется обособленность подразделений и должностных лиц, кроме этого появляется возможность рассматривать деятельность в системе менеджмента качества в динамике, а не в статике. Такое подробное рассмотрение позволяет выявить и усовершенствовать участки деятельности, которые по каким-либо причинам не попадают в зону влияния системы менеджмента качества [12].

Для полноты описания процессного подхода, как и любого другого явления науки менеджмента, необходимо рассмотреть его недостатки:

- необходимость мотивации сотрудников в организации;
- описание процессов – достаточно сложный и трудоемкий процесс;
- контроль за исполнением становится трудоемким и требует постоянной коммуникации между сотрудниками и владельцем процесса;
- тщательное документирование каждого процесса, регламентация управления и разработка стандартов усложняют возможность реализации процессного подхода;
- потеря гибкости, сложности в изменении процессов;
- необходимость освоения сотрудниками новых навыков.

**Выводы.** Проведенный анализ современных подходов к пониманию сущности и отличительных черт процессного подхода позволил достигнуть

цели исследования и установить содержание процессного подхода как концепции управления, определить его сущность, основные принципы, преимущества и недостатки. Таким образом, процессный подход понимается как совокупность последовательных операций, результатом которых является определенный продукт, позволяющий удовлетворить потребности и достичь наилучшего результата.

## СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Руководство по концепции и использованию процессного подхода для систем менеджмента. Документ ISO/TC 176/SC 2/N 544R3 от 15 октября 2008 г.
2. Управление производством и операциями: Учебное пособие. Стандарт третьего поколения / В. Л. Попов, Д. А. Марков, Е. Г. Гуреева, А. В. Крутова ; под ред. проф. В. Л. Попова. — Пермь : Изд-во Перм. нац. исслед. политехн. ун-та, 2012. — 342 с.
3. Панов М. М. Оценка деятельности и система управления компанией на основе KPI / М. М. Панов. — М. : Инфра-М, 2012. — 255 с.
4. Павлов А. Ю. Управление бизнес-процессами на разных этапах развития современного предприятия // ИВД. — 2012. — № 2. — С. 226–237.
5. Деминг Э. Выход из кризиса. Новая парадигма управления людьми, системами и процессами / Э. Деминг. — М. : «Альпина Паблишер», 2011. — 400 с.
6. Хаммер М. Бизнес в XXI веке: повестка дня / М. Хаммер — М. : Добрая книга, 2005. — 336 с.
7. Поршнева А. Г. Управление организацией: Учебник / Под ред. А. Г. Поршневой, З. П. Румянцевой, Н. А. Саломатина. — 2-е изд., перераб. и доп. — М.: Инфра-М, 2000. — 669 с.
8. Репин В. В. Бизнес-процессы. Моделирование, внедрение, управление / В. В. Репин. — М. : Манн, Иванов и Фербер, 2013. — 512 с.
9. Коваль Д. Е. Процессный подход к организации и ее управлению / Д. Е. Коваль, М. В. Кривонос. // Материалы VIII Международной студенческой электронной научной конференции «Студенческий научный форум». — Режим доступа: <http://www.scienceforum.ru/2016/1631/18592>. — Дата доступа: 22.11.2017.
10. Елисеев С. Процессный подход как основа повышения эффективности системы управления железнодорожными перевозками и обслуживания грузовладельцев / С. Елисеев, Е. Кулиева // Морские порты. — 2016. — № 3.
11. Скрипко Л. Е. Процессный подход в управлении качеством: учеб. пособие / Л. Е. Скрипко. — СПб. : Изд-во СПбГУФЭ, 2011. — 105 с.
12. Пінда Ю. В. Процесний менеджмент як можливий напрямок зміцнення конкурентоспроможності будівельних підприємств [Електронний ресурс] / Ю. В. Пінда // Ефективна економіка. — 2010. — № 12. — Режим доступа: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/efek\\_2010\\_12\\_38](http://nbuv.gov.ua/UJRN/efek_2010_12_38). — Дата доступа: 22.11.2017.

© В.В. Стебловская, М.Ю. Ваховская

**ПРОБЛЕМЫ РАЗВИТИЯ ИНДУСТРИИ  
ГОСТЕПРИИМСТВА КРЫМА**

**PROBLEMS OF DEVELOPMENT OF THE HOSPITALITY  
INDUSTRIES OF CRIMEA**

**Туголукова Е.Ю.**, преподаватель,  
Севастопольский экономико-гуманитарный институт  
(филиал) ФГАОУ ВО «КФУ им. В.И. Вернадского»,  
г. Севастополь

**E.U. Tugolukova**, Lecture,  
V.I. Vernadsky Crimean Federal University,  
Sevastopol Economics and Humanities Institute (Branch)  
of V.I. Vernadsky Crimean Federal University, Sevastopol

**Аннотация**

Рассмотрены тенденции и наиболее остро стоящие проблемы в развитии индустрии гостеприимства в регионе, приводящие к снижению туристического потока и ухудшению имиджа полуострова. Предложен ряд мер по повышению привлекательности региона и стимулированию потенциального туристского спроса.

**Annotation**

The trends and the most acute problems in the development of the hospitality industry in the region are considered, leading to a decrease in the tourist flow and deterioration of the image of the peninsula. A number of measures are proposed to increase the attractiveness of the region and stimulate potential tourist demand.

**Ключевые слова:** индустрия гостеприимства, туризм, регион, рекреационный потенциал, развитие, тенденция, сервис, обслуживание, качество, персонал.

**Keywords:** hospitality industry, tourism, region, recreational potential, development, trend, service, quality, staff

**Введение.** Во многих странах туризм является одной из наиболее динамично развивающихся сфер реального сектора экономики, приносящей существенный доход, и стал основным источником пополнения бюджета. Как правило, такие страны имеют или создают на своей территории туристически привлекательные регионы. Ярким примером такой стратегии развития государства являются ОАЭ. Государственные бюджеты таких стран, ближайших конкурентов Крыма, как Турция, Греция, Египет и ряда аналогичных стран от 50-70% всех доходов формируется за счет функционирования сферы гостеприимства [1]. В России вклад туристской сферы в формирование национального ВВП составляет не более 1,5-2% (при этом среднее мировое значение данного показателя варьирует от 8,5 до 10%) [5]. Актуальность приоритетного развития сферы гостеприимства и входящих в неё

предприятий туризма, гостиничного хозяйства, общественного питания, транспорта, развлечений и досуга и т.д., выходит на первоочередной план в стратегии развития Крыма до 2030 г. И является в свою очередь закономерностью, начало развития полуострова как курорта относится ко второй половине XIX в. В Ливадии любила отдыхать царская семья Романовых. После Октябрьской революции Крым становится «Всесоюзной здравницей», принимая миллионы туристов в год.

**Цель исследования** состоит в выявлении наиболее остро стоящих проблем в развитии индустрии гостеприимства региона в условиях адаптации к российской экономике и изменяющейся рыночной ситуации и предложение мер по их нивелированию.

**Результаты исследования.** Крым обладает рекреационным потенциалом, который играет значительную роль в развитии социально-экономической системы полуострова. Туристская отрасль являлась и является источником значительных налоговых поступлений в бюджет региона, их доля за 2016 год составила 7,2% или 32 млрд 752,42 млн. руб. в абсолютном денежном показателе. Однако, данные Министерства курортов и туризма Крыма свидетельствуют о сокращении туристического потока на 4,2% туристов за восемь месяцев 2017 года, чем за аналогичный период 2016 года [3]. Падение туристского спроса является результатом отсутствия решений закоренелых системных проблем отрасли и неспособность ее отвечать новым вызовам и угрозам, которые влияют и замедляют становление региона как привлекательного туристского направления.

О значительном падении спроса свидетельствуют заявления Российского союза туриндустрии (РСТ): у туроператоров продажа турпакетов упала на треть. Заполняемость многих гостиниц, по их отзывам, и других средств размещения в основном не превышает 50% в высокий сезон. Сами отдыхающие считают, что на пляжах и в отелях стало свободнее чем в 2016 году [2]. Значительное расхождение официальных цифр и данных туроператоров свидетельствует о проблемах в статистическом учете туристов и приезжающих в Крым. После 2014 года произошла полная переориентация туристского потока в основном на приезжих из различных регионов России, и резкому сокращению украинских туристов. Что изначально привело к его уменьшению чуть ли не в два раза. Так в 2007 году численность отдыхающих в Крыму составила 7,5 млн чел. Однако резкий обвал рубля, ухудшение отношений с Турцией, нестабильность в мире, патриотическое настроение и поддержка государства сделали для россиян Крым интересным местом для посещения. Так уже в 2015 году число туристов составило порядка 4,6 млн. чел., а в 2016 году – 4,2 млн. чел., а в 2017 году – 4,0 млн. чел.

Причины снижения туристского потока в регион:

1. Транспортная доступность региона, отсутствие железнодорожного сообщения, особенности работы паромной переправы, повышение цены на авиаперелеты в Крым (стоимость авиаперелета в 2017 году колеблется от 17 до 20 тыс. руб.)

2. Устаревшая материально-техническая база гостиниц и других средств размещения.

3. Низкий уровень и культура сервиса, как следствие низкого профессионального уровня обслуживающего персонала и «устаревшая» квалификация многих сотрудников в индустрии, в т. ч. и руководителей. Персонал в основном набирается только на сезон из местного населения, понимающего качество и гостеприимство «по-своему». Отсутствие у большинства опыта в зарубежных путешествиях и знаний тенденций в развитии и построении бизнеса в сфере услуг в мире.

4. Отсутствие реальных инвестиций со стороны предприятий гостеприимства в обучение своего собственного персонала.

5. Не знание своей целевой аудитории и не понимание существующих потребностей и запросов у потенциальных потребителей. Россияне массово отдыхали на курортах Турции, Кипра, Греции, Хорватии, ОАЭ, Таиланда и т.д. где уровень сервиса на несколько порядков выше чем в Крыму.

6. Неадекватно высокая ценовая политика гостиниц и других средств размещения смещает спрос в сторону частного сектора, который оттягивает на себя львиную долю отдыхающих, но также в основном не соответствует хотя бы приемлемому уровню качества проживания и обслуживания.

7. Хаотическая застройка прибрежной территории средствами размещения с малой вместимостью без инфраструктуры и территории с использованием некачественных отделочных материалов при полном отсутствии концепции дизайна интерьера и минимального уровня комфорта. Многие, так называемые индивидуальные средства размещения, домовладения, оформленные мини отели «выросли» на гаражах и лодочных станциях, либо в дачных поселках, без соблюдения норм на строительные-монтажные работы, пожарных и санитарно-гигиенических требований.

8. Проблема с назначением земли. Намного быстрее и легче приобрести землю под ИЖС или с сельхоз назначением и построить на ней до 3-х этажей здание под сдачу отдыхающим, чем официально приобрести дорогостоящую землю с рекреационным назначением.

9. Сложность в получении всех разрешительных документов на ведение деятельности плюс жесткий контроль со стороны контролирующих органов, учащение проверок и усложнение отчетности.

10. Низкая степень комфортности оборудования пляжей и их чистота.

11. Низкий уровень качества оказываемых услуг транспортными компаниями, устаревший автопарк и низкая культура обслуживания, неудобный график работы, отсутствие поздних рейсов после 12:00.

12. Плохое состояние практически всей инфраструктуры в регионе, в том числе дорог. Сейчас многие из них ремонтируются впервые за много лет.

13. Низкий уровень осведомленности российских туристов о рекреационном потенциале и туристских возможностях Крыма, особенностях его турпродукта, в том числе и санаторных услугах. Недостаточная активность

в сфере территориального маркетинга региона. Так, например, до сих пор не понятна ситуация с брендом Крыма. Также разрозненность деятельности отдельных субъектов индустрии гостеприимства в продвижении своего продукта и привлечении гостей в Крым. Отсутствие сильных профессиональных сообществ в регионе, способных объединить участников рынка на достижение общих целей.

14. Индикатором высокого уровня развития индустрии гостеприимства во всем мире является способность предприятий принимать и обслуживать людей с ограниченными возможностями. В Крыму только 5 отелей из 134, участвующих в исследовании, смогли подтвердить свою способность обслужить группу данной категории туристов [4].

#### **Выводы и предложения.**

1. Жесткий контроль со стороны государства ценовой политики на авиабилеты в Крым. Строительство керченского моста.

2. Разработка региональной правительственной программы по обучению и внедрению новых стандартов обслуживания на всех предприятиях индустрии гостеприимства региона с привлечением в том числе специалистов имеющих практический международный опыт работы и организации обмена опытом с другими туристическими дестинациями в мире (тренингов, курсов повышения квалификации, поездок за рубеж и приглашение делегаций профессионалов в Крым).

3. Создание единой базы по учету персонала в индустрии гостеприимства с объективной и достоверной информации о сотруднике, что позволит выявить и отсеять недобросовестных претендентов еще на этапе подбора, а также будет стимулировать непосредственно самих сотрудников и работодателей к персональной ответственности.

4. Составление региональных рейтингов предприятий индустрии, оказывающих качественные и разнообразные услуги при соответствующем уровне цен.

5. Разработка бренда Крыма, в основе которого будет лежать идея, способная объединить крымчан, соответствующая современным тенденциям и станет основой для эффективной внешней коммуникации.

6. Развитие кооперации между отдельными отраслями индустрии гостеприимства и отдельными участниками рынка, для объединения усилий в проведении активной маркетинговой политики региона.

7. Кооперация работы крымских профессиональных сообществ в индустрии гостеприимства с федеральными профессиональными сообществами.

8. Поощрительные стимулы в правительственных программах развития региона (снижение налогов, налоговые каникулы, упрощение отчетности и т.д.) и применения простых механизмов на практике при разрешении на отвод земельных участков под строительство и расширение зданий, изменении функционального назначения земли объекта туризма и других

предприятий региона в индустрии гостеприимства, что позволит им проводить модернизацию своей материально-технической базы, обучать персонал, внедрять новые стандарты, проходить сертификацию своих услуг, повышая качество предоставляемых услуг, а также для инвесторов с достойными проектами, готовых вкладывать реальные деньги в этот сектор экономики региона.

9. Усилить практическое взаимодействие учебных заведений региона по подготовке кадров в индустрии гостеприимства с предприятиями и правительством Крыма.

## СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Александрова А. П. Основные проблемы греческой экономики: о причинах современного кризиса в Греции // Государственное управление. Электронный вестник. № 6. Февраль 2013. — С. 107–129.

2. Быстров С. А. Актуальные проблемы развития конкурентного туризма в Республике Крым, как причина стагнации спроса со стороны туристического потока // Проблемы и перспективы развития туризма в Южном федеральном округе: сб. науч. тр. — Симферополь : ИТ «Ариал», 2017. — С. 47–51.

3. Министерство курортов и туризма Республики Крым [электронный ресурс]. — Режим доступа : <https://www.mtur.rk.gov.ru>. — Дата доступа : 22.11.2017.

4. Трегулова И. П. Анализ средств размещения и эффективность предоставления туристских услуг для людей с ограниченными возможностями в Крыму / И. П. Трегулова, А. А. Белая // Проблемы и перспективы развития туризма в Южном федеральном округе: сб. науч. тр. — Симферополь : ИТ «Ариал», 2017. — С. 253–257.

5. Шульга О. (2016). Доля туризма в ВВП России почти в семь раз меньше среднемирового значения // Парламентская газета [электронный ресурс]. — Режим доступа : <https://www.pnp.ru/news/detail/114281>. — Дата доступа : 20.11.2017.

© Е.Ю. Туголукова

УДК 338.48

## ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ САНАТОРНО-ОЗДОРОВИТЕЛЬНОГО ТУРИЗМА ЗАПАДНОГО КРЫМА

### ASPECTS OF SANATORIUM TOURISM DEVELOPMENT IN THE WESTERN CRIMEA

**Шевельдина А.Б.**, обучающаяся группы ЭБ-341-з,  
ФГАОУ ВО «КФУ им. В.И. Вернадского»,  
Институт экономики и управления, г. Симферополь

**A.B. Sheveldina**, student, gr. EB-341-z,  
V.I. Vernadsky Crimean Federal University,  
Institute of Economics and Management, Simferopol

### **Аннотация**

В статье представлен санаторно-оздоровительный туризм, как приоритетное направление экономики Западного Крыма. Рассмотрены перспективы развития данного направления под влиянием основных природных, социальных и экономических факторов. Проанализировано влияние внутренней и внешней среды на развитие западного региона, а также выявлены основные проблемы и возможности повышения уровня конкурентоспособности санаторно-курортной индустрии.

### **Annotation**

Sanatorium tourism is present as a priority direction of the economics of the Western Crimea in this article. The prospects of this area under the influence of the main natural, social and economic factors. The influence of the external and internal environment on the development of the western region is analyzed. Identified the main problems and opportunities to improve the level of competitiveness of the sanatorium industry.

**Ключевые слова:** санаторно-оздоровительный туризм, развитие туризма, природные ресурсы, развитие Крыма, Западный Крым.

**Keywords:** sanatorium tourism, tourism development, natural resources, development of the Crimea, Western Crimea.

**Введение.** Индустрия туризма Западного Крыма постоянно находится в условиях сильной конкуренции как с ведущими курортами России и зарубежья, так и с другими регионами Крыма. По состоянию на 1 ноября 2017 года западное побережье Крыма для своего отдыха выбрало 22,5% туристов, что на 9,5% меньше в сравнении с аналогичным периодом 2016 года [4]. Для привлечения потока туристов следует уделить особое внимание санаторно-оздоровительной отрасли, которая является приоритетной для данного региона.

**Цель исследования.** Выявление основных перспектив развития санаторно-оздоровительного туризма Западного Крыма в условиях современной конкуренции и состояния санаторно-курортной отрасли.

**Результаты исследования.** Санаторно-оздоровительная отрасль с каждым годом набирает значительную популярность, а на побережье Западного Крыма данное направление является приоритетным из-за большого количества здравниц, пансионатов и санаториев. Однако, не смотря на значительное увеличение интереса российских туристов к западному побережью в 2016 году (31%) по сравнению с 2015 годом (17%), в 2017 году этот показатель начал стремительно падать [3].

Рассматривая перспективы развития санаторно-оздоровительного туризма, в первую очередь следует определить условный «портрет» потребителя данного спектра услуг, а также обозначить формат предприятий и организаций, предоставляющий эти услуги.

В данной статье рассмотрен потребитель, который больше всего находится под влиянием различных факторов в момент выбора места своего отдыха. К данной группе людей не относятся те, кто выберет просто отдых на

курорте (море, пляж, солнце) и те, кого интересуют специализированное лечение (реабилитационные центры и клинические санатории). Соответственно в исследуемый сегмент попадает большая часть населения России, т.к. из-за неблагоприятных условий труда, климатических условий и ухудшения окружающей среды, российский турист во время отдыха стремится восстановить свое здоровье в пансионатах, санаториях многопрофильного направления и в отелях, которые предоставляют комплексный отдых с использованием природно-климатических ресурсов и профилактических услуг по оздоровлению.

На развитие санаторно-оздоровительного туризма оказывают влияние значительное количество факторов, как внешней среды, так и внутренней. Чтобы определить перспективы развития данной отрасли, следует выделить также негативные и позитивные факторы для определения сильных и слабых сторон данного вида туризма по отношению к другим туристическим отраслям региона.

Несмотря на то, что Южный и Восточный Крым считаются наиболее востребованными направлениями для туристов, западное побережье Крыма долгое время позиционируется, как крымская здравница за счет многочисленных озер, в которых добывают лечебные грязи, песчаных пляжей, степного воздуха. Данный исторически устоявшийся фактор, а также активное использование и вовлечение природных и рекреационных ресурсов в процесс оздоровления и разнообразие лечебно-оздоровительных услуг, может достойно противостоять недостатку разнообразия ландшафтных и рекреационных параметров, которыми богат южный регион Крыма.

Негативным внутренним фактором санаторно-оздоровительной отрасли Западного Крыма выступает низкий уровень сервиса и нехватка квалифицированного медицинского персонала, о чем свидетельствует значительное количество средств размещения, не прошедших стандартизацию и классификацию [2]. Формирует этот недостаток угроза влияния внешней среды, а именно: социально-экономические факторы (инфляция, безработица, низкий уровень з/п), т. к. высококвалифицированный персонал уезжает из региона для работы на более выгодных условиях; значительные затраты на медицинское оборудование и усовершенствование медицинских технологий, что является залогом развития отрасли оздоровления [1].

Также внешней угрозой развития санаторно-оздоровительного туризма, является нестабильное политическое и экономическое положение Крыма, сезонность и слабое развитие инфраструктуры.

Устранение данных угроз возможно при реализации следующих возможностей: привлечение финансовых инвестиций для развития различного рода развлекательной инфраструктуры круглогодичного функционирования, т.к. это увеличит туристических поток и в межсезонье; лояльная ценовая политика, которая является залогом конкурентоспособности предприятий; расширение лечебно-оздоровительной базы; строительство моста через

Керченский пролив, как возможность увеличения туристического потока с материка.

Выявление и систематизация факторов, влияющих на развитие санаторно-оздоровительного туризма Западного Крыма, дает возможность наглядно проанализировать перспективы его развития (табл. 1).

Особое влияние на положительное развитие санаторно-оздоровительной отрасли оказывает государственное регулирование и поддержка. Согласно Стратегии развития туризма в Российской Федерации на период до 2020 года, утвержденной Распоряжением Правительства Российской Федерации от 31.05.2014 № 941-р, туризм рассматривается как источник финансовых доходов бюджета, средство повышения занятости и качества жизни населения, способ поддержания здоровья граждан, основа для развития социокультурной среды и воспитания патриотизма, а также мощный инструмент просвещения и формирования нравственной платформы развития гражданского общества.

Таблица 1

### Анализ факторов санаторно-оздоровительной отрасли Западного Крыма

	Сильные стороны	Слабые стороны
	Возможности	Угрозы
Внешняя среда	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Привлечение финансовых инвестиций.</li> <li>2. Ценовая политика.</li> <li>3. Расширение лечебно-оздоровительной базы.</li> <li>4. Гос. регулирование и поддержка санаторно-курортной отрасли.</li> <li>5. Решение пробелы внешнего транспортного сообщения с Крымом.</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Внешнеэкономическое положение.</li> <li>2. Значительные затраты на медицинское оборудование.</li> <li>3. Внешние социально-экономические факторы (инфляция, безработица).</li> <li>4. Сезонность.</li> <li>5. Слабо развитая инфраструктура региона.</li> </ol>
	Преимущества	Недостатки
Внутренняя среда	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Использование природных лечебных ресурсов.</li> <li>2. Вовлечение рекреационных ресурсов в оздоровительный процесс.</li> <li>3. Разнообразие лечебно-оздоровительных услуг.</li> <li>4. Позиционирование западного побережья здравницей Крыма.</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Слабое разнообразие ландшафтных и рекреационных параметров.</li> <li>2. Низкий уровень сервиса и компетентности обслуживающего персонала.</li> <li>3. Нехватка высококвалифицированного медицинского персонала.</li> </ol>

В профильной Государственной программе развития курортов и туризма в Республике Крым на 2015-2017 годы, утвержденной постановлением Совета министров Республики Крым от 09.12.2014 № 501 (с учетом последующих изменений и дополнений), Правительством Республики Крым стратегической целью развития Крыма определено формирование современного международного туристского центра Российской Федерации,

который будет соответствовать основным критериям: круглогодичности, востребованности и конкурентоспособности [3].

**Выводы.** Санаторно-оздоровительный туризм Западного Крыма имеет большие перспективы развития. Несмотря на влияние ряда негативных факторов, предприятия данной отрасли имеют множество возможностей для устранения данных недостатков и угроз.

## СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Абдулхаиров А. З. Потенциал и перспективы инвестирования в туристско-рекреационную отрасль республики Крым / А. З. Абдулхаиров // Современные проблемы сервиса и туризма. — 2015. — Т. 9, № 1. — С. 44–51.

2. Перечень классифицированных гостиниц и иных средств размещения // Крым-Курорт-Стандарт. — Режим доступа : <http://crimea-kurorts.ru/classification/registry>. — Дата доступа : 10 ноября 2017.

3. Справочная информация о количестве туристов, посетивших Республику Крым за 2016 год // Министерство курортов и туризма Республики Крым. — Режим доступа : [http://mtur.rk.gov.ru/file/o\\_razviti\\_turistskoj\\_otrasli\\_respubliki\\_krim\\_v\\_2016\\_godu\\_1.pdf](http://mtur.rk.gov.ru/file/o_razviti_turistskoj_otrasli_respubliki_krim_v_2016_godu_1.pdf). — Дата доступа : 10 ноября 2017.

4. Справочная информация о количестве туристов, посетивших Республику Крым за январь-октябрь 2017 года // Министерство курортов и туризма Республики Крым. — Режим доступа : [http://mtur.rk.gov.ru/rus/file/11\(297\).pdf](http://mtur.rk.gov.ru/rus/file/11(297).pdf). — Дата доступа : 10 ноября 2017.

© А.Б. Шевельдина

**СЕКЦИЯ 3. ПРОБЛЕМЫ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ЭКОНОМИКО-МАТЕМАТИЧЕСКИХ МОДЕЛЕЙ В РЕШЕНИИ СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКИХ ЗАДАЧ**

УДК 338.27

**ТРЕНДОВЫЙ АНАЛИЗ ИНФЛЯЦИИ В РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ ЗА 2007-2016 ГОДЫ И ЕЕ ПРОГНОЗИРОВАНИЕ ДО 2021 ГОДА**

**TREND ANALYSIS OF INFLATION IN THE RUSSIAN FEDERATION FOR 2007-2016 AND ITS FORECASTING TO 2021**

**Зейтуллаева Н.А.**, обучающаяся группы ММ-331-о,  
**Дышловой И.Н.**, д.э.н., профессор,  
ФГАОУ ВО «КФУ им. В.И. Вернадского»,  
Институт экономики и управления, г. Симферополь

**N.A. Zeytullaeva**, student, gr. ММ-331-о,  
**I.N. Dyshlovoi**,  
Doctor of Economic Sciences, Professor,  
V.I. Vernadsky Crimean Federal University,  
Institute of Economics and Management, Simferopol

**Аннотация**

В работе анализируются показатели инфляции в РФ за последние 10 лет (с 2007 до 2016). Для анализа используются пять видов трендов. В конце исследования на основе ряда динамики сделан прогноз уровня инфляции в стране на 5 лет (до 2021 года).

**Annotation**

There are inflation indicators of Russia for last 10 years (2007-2016) are analyzing in the article. There are five types of trends are using for the analysis. At the end of the article on the basis of a series of dynamics was made forecast of inflation for 5 years (until 2021) in the country.

**Ключевые слова:** трендовый анализ инфляции, прогнозирование инфляции, инфляция в РФ, социально-экономические проблемы РФ.

**Keywords:** trend analysis of inflation, inflation forecasting, inflation in the Russian Federation, socio-economic problems of the Russian Federation.

**Введение.** Социально-экономическое положение в РФ во многом обусловлено уровнем инфляции в стране. Поддержание макроэкономической стабильности и предсказуемости изменения основных макроэкономических параметров, а также последовательное снижение уровня инфляции являются регулируемыми принципами государственной политики РФ [1]. Для успешного управления национальной экономикой необходимо прогнозирование

вание инфляции и разработка мероприятий по ее снижению. Также показатели инфляции используют при закладке государственного бюджета на год, для индексации минимальной заработной платы, пособий, пенсионных выплат и т.д.

**Цель исследования:** проведение трендового анализа инфляции в РФ за последние десять лет (с 2007 по 2016) и ее прогнозирование на пять лет (до 2021 года) с помощью программы MathCad.

**Результаты исследования.** Ниже представлены данные уровня инфляции в РФ за период с 2007 по 2016 годы [2] и их графическое изображение (рис. 1).

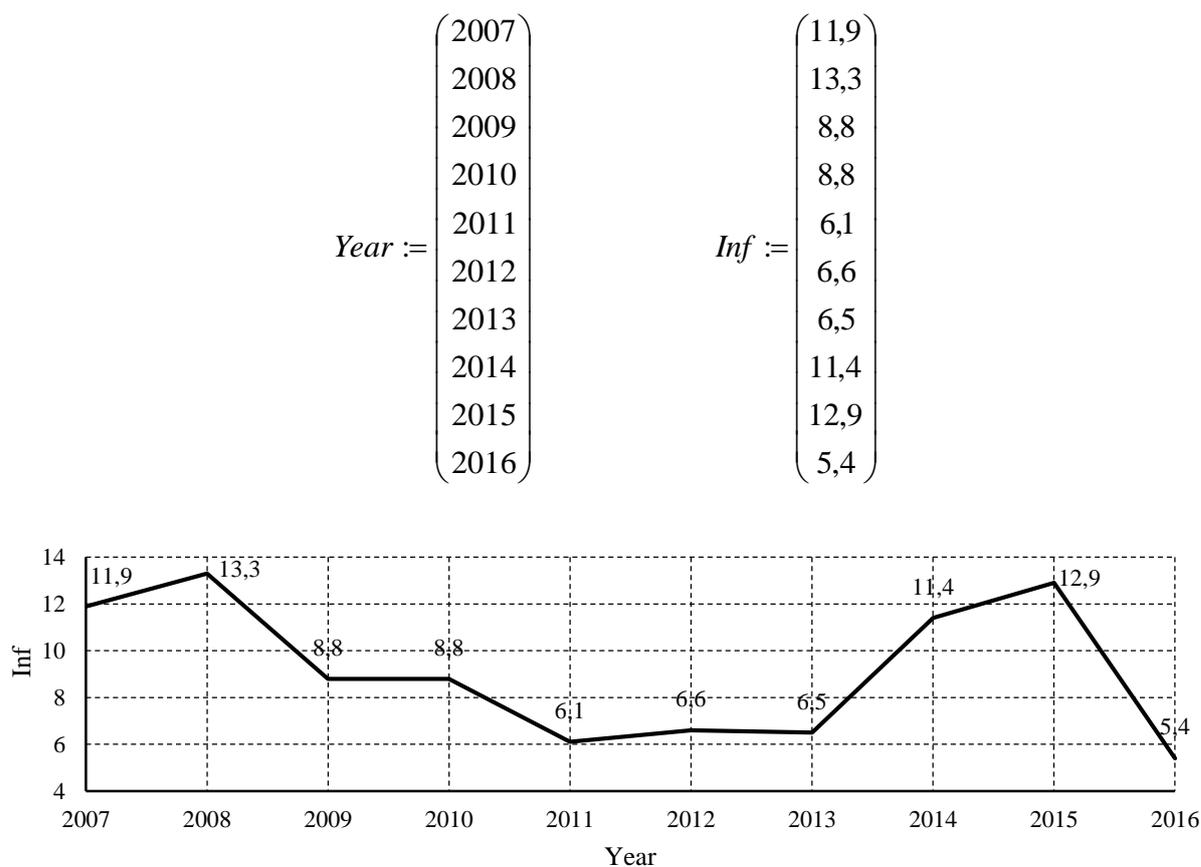


Рис. 1. График уровня инфляции с 2007 по 2016 гг.

Источник: разработано автором

Анализ произведен с помощью пяти видов трендов. Для каждого из них рассчитывается коэффициент детерминации (R).

Первый вид – линейный тренд (рис. 2), уравнение регрессии  $f(x)=ax+b$ .

$$f\_line := (Year, Inf) = \begin{pmatrix} 676,116 \\ -0,332 \end{pmatrix}$$

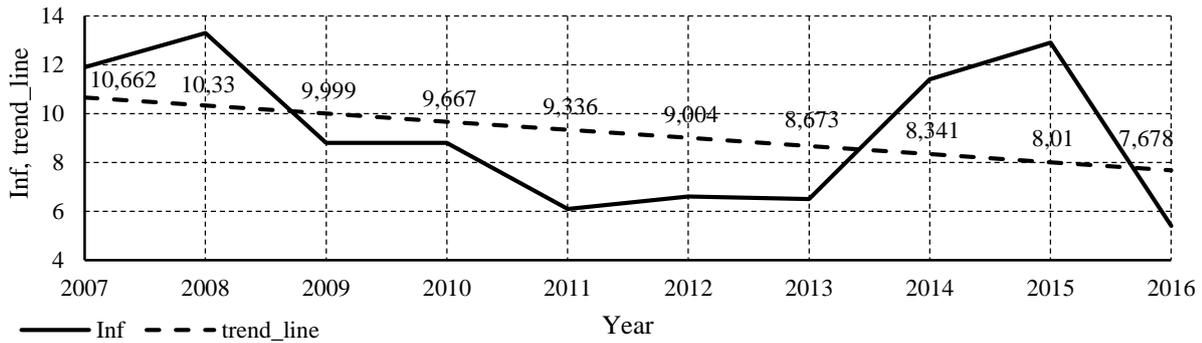


Рис. 2. Линейный тренд. Источник: разработано автором

$$R\_line := 1 - \frac{\sum_{i=1}^{10} (Inf_i - trend\_line_i)^2}{\sum_{i=1}^{10} (Inf_i - mean(inf))^2} = 0,112$$

Следующий вид – полиномиальный тренд второй степени (рис. 3), уравнение регрессии  $f(x)=ax^2+bx+c$ .

$$f\_polinom2 := regress(Year, Inf, 2) = \begin{pmatrix} 3 \\ 3 \\ 2 \\ 6,03 \cdot 10^5 \\ -599,21 \\ 0,149 \end{pmatrix}$$

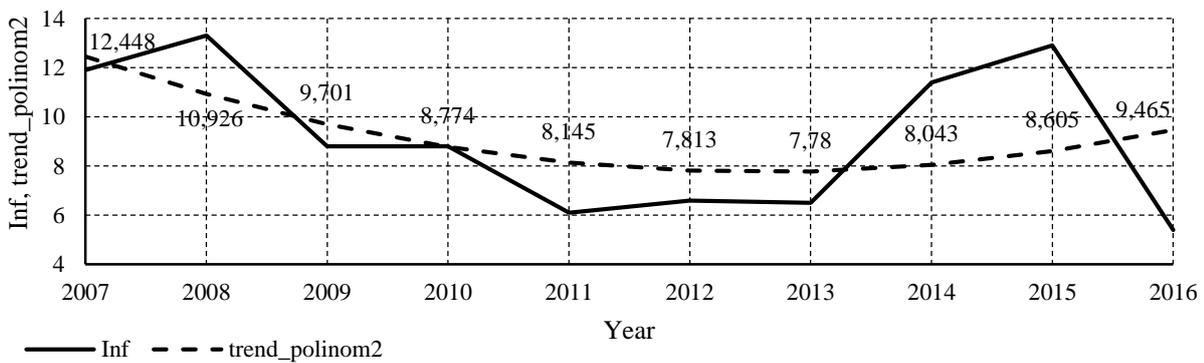


Рис. 3. Полиномиальный тренд второй степени. Источник: разработано автором

$$R\_polinom2 := 1 - \frac{\sum_{i=1}^{10} (Inf_i - trend\_polinom2_i)^2}{\sum_{i=1}^{10} (Inf_i - mean(inf))^2} = 0,256$$

Третий вид тренда – полиномиальный тренд пятой степени (рис. 4), уравнение регрессии  $f(x)=ax^5+bx^4+cx^3+dx^2+ex^2+f$ .

$$f\_polinom5 := regress(Year, Inf, 5) = \begin{pmatrix} 3 \\ 3 \\ 5 \\ 2,234 \cdot 10^{14} \\ -5,557 \cdot 10^{11} \\ 5,529 \cdot 10^8 \\ -2,751 \cdot 10^5 \\ 68,42 \\ -6,808 \cdot 10^{-3} \end{pmatrix}$$

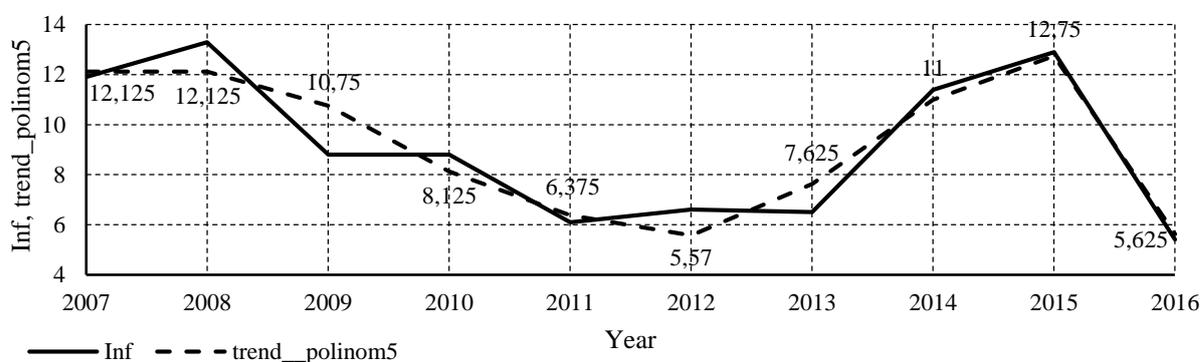


Рис. 4. Полиномиальный тренд пятой степени.  
Источник: разработано автором

$$R\_polinom5 := 1 - \frac{\sum_{i=1}^{10} (Inf_i - trend\_polinom5_i)^2}{\sum_{i=1}^{10} (Inf_i - mean(Inf))^2} = 0,901$$

Следующий вид – логарифмический тренд (рис. 5), уравнение регрессии  $f(x)=a \cdot \ln(x)+b$ .

$$f\_log := lnfit(Year, Inf) = \begin{pmatrix} -667,318 \\ 5,085 \cdot 10^3 \end{pmatrix}$$

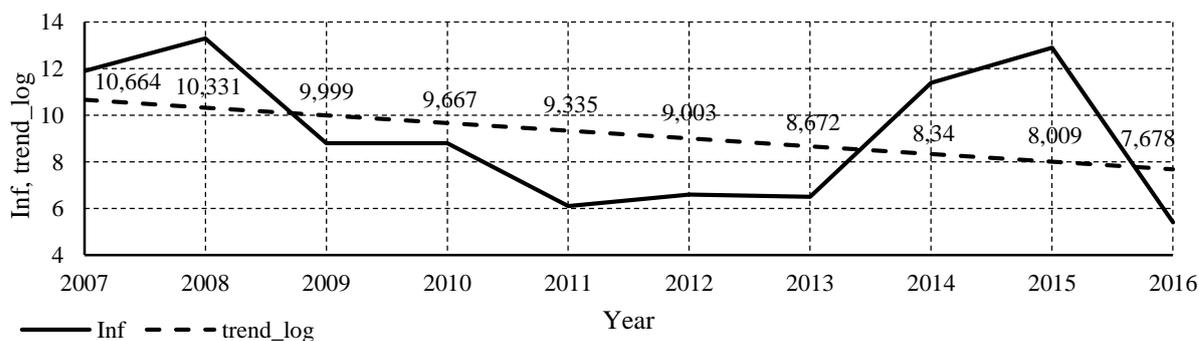


Рис. 5. Логарифмический тренд. Источник: разработано автором

$$R_{log} := 1 - \frac{\sum_{i=1}^{10} (Inf_i - trend_{log_i})^2}{\sum_{i=1}^{10} (Inf_i - mean(Inf))^2} = 0,112$$

Пятый вид тренда – степенной тренд (рис. 6), уравнение регрессии  $f(x)=ax^b+c$ .

$$f_{pwr} := pwrfit \left[ \left( \begin{array}{c} 1 \\ 1 \\ 0 \end{array} \right) \right] = \begin{pmatrix} 4,845 \cdot 10^4 \\ -0,462 \\ -1,437 \cdot 10^3 \end{pmatrix}$$

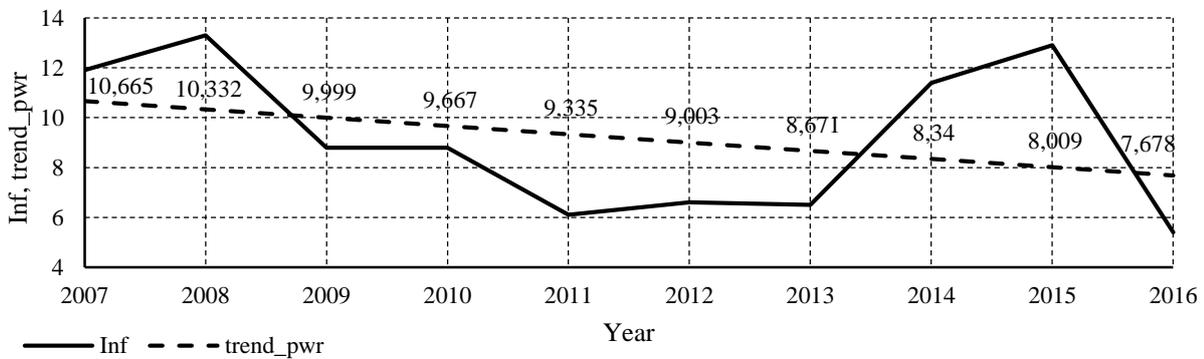


Рис. 6. Степенной тренд. Источник: разработано автором

$$R_{pwr} := 1 - \frac{\sum_{i=1}^{10} (Inf_i - trend_{pwr_i})^2}{\sum_{i=1}^{10} (Inf_i - mean(Inf))^2} = 0,112$$

Сравним полученные коэффициенты детерминации. В нашем случае коэффициент детерминации полиномиальной регрессии пятой степени значительно превышает остальные и составляет 0,901, что говорит о его высокой точности.

По завершении трендового анализа составляется прогноз уровня инфляции на основе полиномиального тренда пятой степени (рис. 7).

$$inf\_predict := predict(trend\_polinom5,9,5) = \begin{pmatrix} 2,653 \\ 4,196 \\ 6,481 \\ 7,544 \\ 8,345 \end{pmatrix}$$

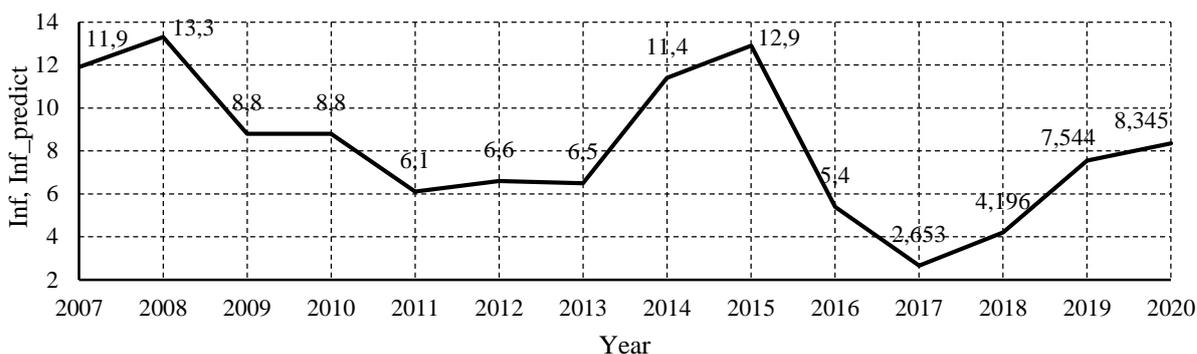


Рис. 7. Прогноз инфляции до 2021 года. Источник: разработано автором

В сентябре 2017 года по отношению к декабрю 2016 года уровень инфляции составил 1,7 [1]. Из этого следует, что прогноз является близким к точному.

**Вывод.** Прогноз, составленный по итогам трендового анализа, показал следующие результаты: в 2017 году уровень инфляции составит примерно 2,653; в 2018 году – 4,196; в 2019 – 6,481; в 2020 – 7,544 и в 2021 – 8,345. Однако, внешнеполитическая, внутренняя и общая социально-экономическая ситуация в стране может повлиять на прогнозные показатели. Для более точных значений необходима ежегодная корреляция данных.

## СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Концепция долгосрочного социально-экономического развития Российской Федерации на период до 2020 года / Министерство экономического развития Российской Федерации [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://economy.gov.ru/minrec/press/doc1217949648141>. — Дата обращения: 11.11.2017.

2. Индексы потребительских цен по Российской Федерации в 1991-2017 гг. / Федеральная служба государственной статистики [Электронный ресурс]. — Режим доступа: [http://www.gks.ru/free\\_doc/new\\_site/prices/potr/tab-potr1.htm](http://www.gks.ru/free_doc/new_site/prices/potr/tab-potr1.htm). — Дата обращения: 06.11.2017.

3. Цифровая обработка сигналов – курс лекций / Персональный сайт Давыдова А. В. [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://geoin.org/dsp/index.html>. — Дата обращения: 07.11.2017.

© Н.А. Зейтуллаева, И.Н. Дышловой

**О ПРЕИМУЩЕСТВАХ И НЕДОСТАТКАХ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ  
ТЕОРЕТИКО-ИГРОВОГО ПОДХОДА В ИССЛЕДОВАНИЯХ  
СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКИХ ПРОЦЕССОВ И ЯВЛЕНИЙ**

**ABOUT ADVANTAGES AND DISADVANTAGES OF THE  
THEORETICAL-GAME APPROACH'S USING IN RESEARCHES OF  
SOCIAL-ECONOMIC PROCESSES AND PHENOMENA**

**Кусый М.Ю.**, к.э.н., доцент,  
ФГАОУ ВО «КФУ им. В.И. Вернадского»,  
Институт экономики и управления, г. Симферополь

**M.Ju. Kussy**,  
Candidate of Economic Sciences, Associate Professor,  
V.I. Vernadsky Crimean Federal University,  
Institute of Economics and Management, Simferopol

**Аннотация**

В работе кратко рассмотрены преимущества и недостатки использования теоретико-игрового подхода в исследованиях социально-экономических процессов и явлений. На основании проведенного исследования был сделан методологический вывод об ограниченной целесообразности применения теории игр.

**Annotation**

The paper briefly discusses the advantages and disadvantages of using the game-theoretic approach in studies of socio-economic processes and phenomena. On the basis of the conducted research, a methodological conclusion about the limited expediency of applying the theory of games was made.

**Ключевые слова:** теория игр, преимущества и недостатки использования теоретико-игрового подхода, социально-экономические процессы и явления, экономический агент.

**Keywords:** theory of games, advantages and disadvantages of using the game-theoretic approach, socio-economic processes and phenomena, economic agent.

**Введение.** Теория игр (ТИ) — «раздел математики, предметом которого является изучение математических моделей принятия оптимальных решений в условиях конфликта. При этом под конфликтом понимается всякое явление, в котором участвуют различные стороны, называемые множествами игроков и наделенные несовпадающими интересами» [1, с. 220]. Целью ТИ является выработка конструктивных рекомендаций по определению оптимальных стратегий поведения игроков в условиях конфликта интересов. При этом игра рассматривается как упрощенная формализованная модель реальной конфликтной ситуации.

Но использование любого математического инструментария в экономических исследованиях приводит к необходимости определения его области адекватного применения.

**Цель исследования.** Целью работы является выявление преимуществ (т. е. достоинств) и недостатков использования теоретико-игрового подхода в исследовании социально-экономических процессов и явлений.

**Результаты исследования.** Кратко охарактеризуем преимущества и недостатки применения ТИ в экономических исследованиях (подробнее о теории игр см. [3, 9]).

Автором был выполнен анализ адекватности применения теоретико-игрового инструментария при исследовании социально-экономических процессов и явлений. Выявленные преимущества ТИ:

- предлагает исследователю вполне сложившуюся прикладную область математики с, как правило, устоявшейся терминологией и системой постулатов для предсказания и анализа взаимодействия экономических агентов и дает исследователю принципы, критерии и методы нахождения оптимальных решений таких взаимодействий;

- дает исследователю метод для концептуализации стратегических и динамических взаимодействий экономических агентов и приводит к построению логически последовательных теорий, которые больше не занимаются оптимизацией выбора обособленного агента, т.е. агента, действующего в условиях, когда другие субъекты ведут себя пассивно и не в состоянии получить аналогичные результаты [7, с. 71-72];

- учитывает рефлексивность взаимодействий экономических агентов, а также позволяет понять и объяснить механизмы поведения экономических агентов в различных ситуациях;

- создает необходимость в рассмотрении осведомленности каждого игрока и того, как игрок может обрабатывать информацию во времени для получения стратегического преимущества [7, с. 72]. Таким образом, ТИ дает частичное решение проблемы принятия решений в условиях асимметричной и неполной информированности экономических агентов;

- по мнению Т. Сэндлера расширяет наши знания об институтах, соглашениях и социальных нормах: правила, регулирующие деятельность институтов, во многом определяются самой игрой [7, с. 72];

- теоретико-игровой подход обладает обширным (еще не до конца изученным) потенциалом в решении социальных, экономических и политических задач. Так, ТИ позволила создать вполне успешные игровые модели для решения проблем, связанных с олигополией, аукционами, выборами и проч. [2, с. 41-43; 10];

- предлагает исследователю критерии оценки эффективности принятых решений.

Казалось бы, теоретико-игровой подход предлагает мощный инструментарий для анализа социально-экономических процессов, но и в ТИ существуют некоторые недостатки.

Как отмечено в [7, с. 77], «единственным аспектом ТИ, который сможет поставить под угрозу ее прочное и продолжительное влияние, является ее эмпирическая проверка». Но, как выяснилось этот аспект – не является единственным.

Райнер Фелькер в [8] отмечает, что ТИ «трудно применять при множестве ситуаций равновесия. Эта проблема может возникнуть даже в ходе простых игр с одновременным выбором стратегических решений».

В процессе исследования были выявлены следующие недостатки применения теоретико-игрового подхода для анализа социально-экономических процессов и явлений:

- ТИ основана на предположении о рациональности противников, что на практике наблюдается редко. Концепция абсолютной рациональности игроков не соответствует реалиям жизни, а лишь является некоторой абстракцией, которую математики придумали для возможности формализации процессов принятия решения экономическими агентами;

- в соответствии с ТИ каждому из игроков, как правило, должны быть известны все возможные действия (стратегии) противника, неизвестно лишь то, каким именно из них он воспользуется в анализируемой игре. В реальном конфликте перечень всех возможных стратегий противника неизвестен, а наилучшим решением в конфликтной ситуации нередко будет именно выход за пределы известных противнику стратегий;

- в ТИ существуют методы получения оптимального решения, но не существует способа заставить всех лиц, принимающих решения, принять это решение в силу компромиссности его характера;

- в теоретических построениях ТИ, как правило, используется логическая конструкция «если – то». Но в экономической практике условие «если» редко выполняется точно, что приводит к снижению адекватности применения инструментария ТИ;

- ТИ не учитывает изменения в игре в реальном времени. Сложность и итерационность механизмов ТИ делает, как правило, исследования с применением инструментария ТИ достаточно продолжительными во времени, что не всегда является целесообразным (особенно, когда решения необходимо принимать в динамично изменяющихся условиях в режиме реального времени);

- в реальной экономике сами «правила игры» зачастую изменяются во времени (особенно в точках бифуркации), что приводит в таких случаях к необходимости ревизии выводов, полученных с помощью ТИ.

Кроме того, само применение инструментария ТИ для принятия управленческих решений в экономике требует выполнения определенных предпосылок. К таким предпосылкам в случае антагонистических игр (АИ) можно отнести следующие требования, предложенные Сигалом А.В. в [5]:

- «Наличие двух участников (игроков), по крайней мере, один из которых (первый игрок) активно и осмысленно выбирает свои решения.

– Лицо, принимающее решение, т.е. первый игрок, должен иметь не менее двух различных чистых стратегий, из которых следует сформировать его оптимальную, возможно смешанную, стратегию.

– Возможность представления имеющейся информации в виде матрицы выигрышей первого игрока.

– Возможность экономической интерпретации чистых и смешанных стратегий обоих игроков.

– Наличие необходимой информации, в том числе сведений об имеющейся ситуации.

– Возможность экономической интерпретации оптимального решения АИ, характеризующей процесс принятия управленческих решений. В частности, возможность экономической интерпретации компонент оптимальных стратегий игроков этой АИ, цены этой АИ, а также их найденных значений.

– Возможность реализации оптимального решения АИ, характеризующей процесс принятия управленческих решений, точнее оптимальной стратегии первого игрока, в виде управленческого решения.

– Возможность обоснования корректности и экономической эффективности управленческого решения, принятого на основе оптимального решения АИ, характеризующей процесс принятия управленческих решений».

Эти требования и образуют предпосылки корректности комбинированного применения статистических и антагонистических игр для принятия управленческих решений в экономике.

В случае если нарушается хотя бы одна из этих предпосылок, применение АИ для принятия управленческих решений в экономике нецелесообразно, а во многих случаях невозможно в принципе. Когда не выполняется хотя бы одно из этих требований, применение АИ для принятия управленческих решений в экономике почти наверняка приведет к ошибочным выводам, к принятию и реализации неоптимальных управленческих решений, к нежелательным для экономического агента последствиям.

Поэтому «применение АИ для принятия управленческих решений в экономике требует проверки математической корректности, экономической корректности, экономической целесообразности и экономической эффективности» [4, с. 90].

**Выводы.** ТИ является достаточно сложной областью математики, механизмы использования которой в исследовании социально-экономических процессов и явлений еще недостаточно изучены. При обращении к ней надо соблюдать некоторую осторожность и четко знать границы применения. Использование инструментария ТИ в режиме реального времени предпочтительно при принятии принципиально важных стратегических решений, где количество итераций может быть сведено к минимуму, в том числе при подготовке крупных кооперационных договоров.

## СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Математический энциклопедический словарь / Гл. ред. Ю. В. Прохоров ; Ред. кол.: С. И. Адян, Н. С. Бахвалов, В. И. Битюцков, А. П. Ершов, Л. Д. Кудрявцев, А. Л. Онищик, А. П. Юшкевич. — М. : Сов. энциклопедия, 1988. — 847 с.
2. Мулен Э. Теория игр с примерами из математической экономики / Э. Мулен ; Пер с франц. — М. : Мир, 1985. — 200 с.
3. Нейман Дж. фон. Теория игр и экономическое поведение / Дж. фон Нейман, О. Моргенштерн ; пер. с англ. под ред. и с доб. Н. Н. Воробьева. — М. : Наука, 1970. — 708 с.
4. Сигал А. В. Моделирование процессов оптимального распределения ресурсов на основе решения антагонистических игр: дис. ... доктора экон. наук : 08.00.13 / Сигал Анатолий Викторович. — Москва, 2015. — 321 с.
5. Сигал А. В. О принятии управленческих решений в экономике на основе сочетания применения антагонистических и статистических игр / А. В. Сигал // Анализ, моделирование, управление, развитие экономических систем (АМУР-2013) : сб. научных трудов VII Международной школы-симпозиума АМУР-2013 (Севастополь, 12-21 сентября 2013). — Симферополь : ТНУ им. В. И. Вернадского, 2013. — С. 303–312.
6. Струков А. В. Использование теории игр в практике принятия управленческих решений [Электронный ресурс] / А. В. Струков. — Режим доступа: <http://www.rae.ru/forum2012/327/3002>. — Дата доступа: 10 ноября 2017.
7. Сэндлер Т. Экономические концепции для общественных наук / Тодд Сэндлер / Пер. с англ. — М. : Весь Мир, 2009. — 376 с.
8. Фелькер Райнер. Использование теории игр в практике управления [Электронный ресурс]. — Режим доступа: [http://www.cfin.ru/management/game\\_theory.shtml](http://www.cfin.ru/management/game_theory.shtml). — Дата доступа: 15 ноября 2017.
9. Харшаньи Дж. Общая теория выбора равновесия в играх / Дж. Харшаньи, Р. Зельтен ; пер. с англ. под ред. Н. А. Зенкевича. — СПб. : Экономическая школа, 2001. — 424 с.
10. Янюк Е. Н. Теория игр как анализ принятия оптимальных решений в конфликтных ситуациях / Е. Н. Янюк, А. И. Яфизова // Международный студенческий научный вестник [Электронный ресурс]. — 2015. — № 3–4. — Режим доступа: <https://www.eduherald.ru/ru/article/view?id=14150>. — Дата доступа: 17 ноября 2017.

© М.Ю. Кусый

**ПРИМЕНЕНИЕ АЛГОРИТМА ФЕРРАРА-ГЛОБЕРА ДЛЯ  
ОПТИМИЗАЦИИ ИНТЕГРАЛЬНЫХ ПОКАЗАТЕЛЕЙ  
УСТОЙЧИВОСТИ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЙ**

**APPLICATION OF THE FARRAR-GLAUBER TEST FOR  
OPTIMIZING THE INTEGRAL INDICATORS OF THE  
SUSTAINABILITY OF ENTERPRISE ACTIVITIES**

**Мацова А.С.**, старший преподаватель,  
ФГАОУ ВО «КФУ им. В.И. Вернадского»,  
Институт экономики и управления, г. Симферополь

**A.S. Matsova**, Senior Lecturer,  
V.I. Vernadsky Crimean Federal University,  
Institute of Economics and Management, Simferopol

**Аннотация**

В работе рассмотрен алгоритм Феррара-Глобера для оптимизации множества показателей уровня устойчивости деятельности предприятий на примере лечебно-оздоровительных учреждений Крыма.

**Annotation**

In the paper, the Farrar-Glauber test for optimizing a set of indicators of the level of sustainability of enterprises' activity is considered using the example of health-resort of Crimea.

**Ключевые слова:** алгоритм Феррара-Глобера, мультиколлинеарность, устойчивость деятельности предприятия.

**Keywords:** Farrar-Glauber Test, multicollinearity, sustainability of enterprises' activity.

**Введение.** Любое предприятие представляет собой сложную слабоформализованную систему, поэтому достижение высокого качества информационного обеспечения процессов управления возможно исследованием значительного количества показателей, индицирующих влияние множества факторов и связей между ними. Однако такой подход может приводить к информационной перегруженности процессов принятия решений и снижению их эффективности.

Мнения исследователей относительно количества наиболее значимых показателей уровня устойчивости деятельности предприятия неоднозначны, более того, их перечень может варьироваться в зависимости от специфики деятельности предприятия, лица, принимающего решение, и располагаемой информации.

Одной из проблем, как правило, является то, что имеет место мультиколлинеарность, то есть множество показателей, описывающих состояние системы сильно коррелируют между собой. С целью выделения наиболее

значимых показателей из всего множества рассмотрен алгоритм Феррара-Глобера, который, по сути, является одним из видов факторного анализа.

В качестве базы исследования использованы данные восьми предприятий туристско-рекреационного комплекса Крыма. Актуальность выбора предприятий этой сферы обусловлена тем, что поддержание устойчивой деятельности предприятий на микроуровне обуславливает возможность сохранения устойчивости и развития систем более высокого порядка. То есть устойчивость деятельности лечебно-оздоровительных учреждений предопределяет возможность всего туристско-рекреационного комплекса региона к устойчивому функционированию.

**Цель исследования.** применение алгоритма Феррара-Глобера для оптимизации множества показателей уровня устойчивости деятельности предприятий на примере лечебно-оздоровительных учреждений Крыма.

**Результаты исследования.** Алгоритм диагностики уровня устойчивости предприятия представлен на рис. 1.

<b>I. Формирование информационной базы показателей уровня устойчивости предприятия</b>
<ol style="list-style-type: none"> <li>1) Анализ финансовой отчетности / управленческий анализ / статистической информации / других информационных источников</li> <li>2) Формирование групп индикаторов</li> </ol>
<b>II. Нормализация рассматриваемых показателей</b>
<ol style="list-style-type: none"> <li>1) Определение стимуляторов и дестимуляторов (положительный, отрицательный, переменный ингредиент)</li> <li>2) Применение метода нормализации (естественная / Сэвиджа / их модификация)</li> </ol>
<b>III. Выбор показателей оценки устойчивости (метод Феррара-Глобера)</b>
<ol style="list-style-type: none"> <li>1) Составление корреляционной матрицы нормализованных показателей</li> <li>2) Проведение «хи-квадрат»-теста</li> <li>3) Обращение корреляционной матрицы</li> <li>4) Проведение F-теста Фишера</li> <li>5) Проведение t-теста Стьюдента</li> <li>6) Выделение значимых показателей</li> </ol>
<b>IV. Определение интегрального показателя устойчивости предприятия на основе теоретико-игрового метода</b>
<ol style="list-style-type: none"> <li>1) Определение значений локальных показателей и интегрального значения устойчивости деятельности предприятия</li> <li>2) Определение значений субпотенциалов развития и потенциала устойчивого развития предприятия</li> </ol>

Рис. 1. Алгоритм диагностики уровня устойчивости деятельности предприятия [1]

I. По результатам анализа информационной базы сформировано несколько групп показателей. Финансовая устойчивость представлена группой из 18 показателей: ликвидности (F1-F4), платежеспособности (F5-F8), деловой активности (F9-F14), рентабельности (F15-F18).

II. Нормирование показателей [2, 3]. Если рассматриваемый показатель (индикатор) обладает положительным ингредиентом (лицо, принимающее решения, стремится максимизировать значение показателя), то применяется естественная нормализация, если отрицательным – нормализация Сэвиджа.

Пусть  $m$  – количество факторов,  $n$  – количество периодов (лет) наблюдения,  $\mathbf{A} = \mathbf{A}_{m \times n} = (a_{ij})$  – матрица исходных данных, элемент которой  $a_{ij}$  задает значение  $i$ -го фактора, наблюдавшееся в  $j$ -й период наблюдения, тогда:

– естественная нормализация

$$a_{ij}^{\text{norm}} = \frac{a_{ij} - \min_j a_{ij}}{\max_j a_{ij} - \min_j a_{ij}}, \quad i = \overline{1, m}, \quad j = \overline{1, n}, \quad (1)$$

– нормализация Сэвиджа

$$a_{ij}^{\text{norm}} = \frac{\max_j a_{ij} - a_{ij}}{\max_j a_{ij} - \min_j a_{ij}}, \quad i = \overline{1, m}, \quad j = \overline{1, n}, \quad (2)$$

III. Алгоритм Феррара-Глобера [2, 3] является наиболее полным исследованием массива факторов на наличие в нем мультиколлинеарности.

1. Составление корреляционной матрицы:

$$\mathbf{R} = \mathbf{R}_{m \times m} = (\rho_{ij}) \quad (3)$$

2. Проведение «хи-квадрат»-теста.

$$\chi_{\text{факт}}^2 = - \left( n - 1 - \frac{1}{6} \cdot (2 \cdot m + 5) \right) \cdot \ln(|\mathbf{R}|) \quad (4)$$

Если справедливо неравенство  $\chi_{\text{факт}}^2 > \chi_{\text{табл}}^2$ , то с заданной надежностью  $\alpha$  следует считать, что в массиве всех рассматриваемых факторов имеет место мультиколлинеарность.

3. Обращение корреляционной матрицы. Находим матрицу  $\mathbf{C} = \mathbf{C}_{m \times m} = (c_{ij})$ , обратную к корреляционной матрице  $\mathbf{R} = \mathbf{R}_{m \times m} = (\rho_{ij})$ :

$$\mathbf{C} = \mathbf{R}^{-1} \quad (5)$$

4. Проведение F-теста Фишера. Для каждого фактора вычислим фактические значения F-критерия Фишера по формуле:

$$F_i = (c_{ii} - 1) \cdot \frac{n - m}{m - 1}, \quad i = \overline{1, m} \quad (6)$$

Найденные фактические значения F-критерия Фишера сравним с табличным значением F-критерия Фишера.

Если справедливо неравенство  $F_i > F_{\text{табл}}$ , то с заданной надежностью  $\alpha$  следует считать, что между, отдельно взятым,  $i$ -м фактором и совокупностью всех остальных факторов имеется мультиколлинеарность.

Можно считать, что чем меньшее числовое значение имеет  $F_i$  фактического значения F-критерия Фишера, тем более предпочтительным является  $i$ -й фактор для того, чтобы не исключать этот фактор из рассмотрения.

5. Проведение t-теста Стьюдента. Во-первых, для каждой пары факторов следует вычислить значения частных коэффициентов корреляции по формуле:

$$r_{ij} = \frac{-c_{ij}}{\sqrt{c_{ii} \cdot c_{jj}}}, \quad i = \overline{1, m-1}, \quad j = \overline{i+1, m} \quad (7)$$

Затем для каждой пары факторов следует вычислить фактические значения t-критерия Стьюдента по формуле:

$$t_{ij} = \frac{|r_{ij}| \cdot \sqrt{n-m}}{\sqrt{1-r_{ij}^2}}, \quad i = \overline{1, m-1}, \quad j = \overline{i+1, m} \quad (8)$$

Найденные фактические значения t-критерия Стьюдента сравним с табличным значением t-критерия Стьюдента.

Если справедливо неравенство  $t_{ij} > t_{\text{табл}}$ , то с заданной надежностью  $\alpha$  следует считать, что между, отдельно взятыми,  $i$ -м и  $j$ -м факторами имеет место существенная парная мультиколлинеарность.

Итоги исследований на наличие мультиколлинеарности в группе «Финансовая устойчивость» для предприятий туристско-рекреационного комплекса представлены ниже (табл. 1) (наилучшие, то есть наименьшие, фактические значения F-критерия Фишера выделены).

Таблица 1

**Результаты исследования на мультиколлинеарность показателей устойчивости предприятий туристско-рекреационного комплекса**

№ п/п	Предприятия	Фактические значения F-критерия Фишера			
1	2	3			
<b>Показатели ликвидности</b>					
		F <sub>1</sub>	F <sub>2</sub>	F <sub>3</sub>	F <sub>4</sub>
1	Санаторий 1 ГАУ РК «Специализированный спинальный санаторий имени академика Н.Н. Бурденко»	20,1345	23,2781	6,0962	<b>0,8490</b>
2	Санаторий 2 ООО «Санаторий для родителей с детьми «Голубая волна»	5,7352	18,2069	9,4347	<b>2,2977</b>
3	Санаторий 3 ФГБУ «Сакский военный клинический санаторий имени Н.И. Пирогова»	185,3713	140,5180	534,0490	<b>46,3484</b>
4	Санаторий 4 АО «Клинический санаторий «Полтава-Крым»	7,8689	77,8281	80,0292	<b>1,2390</b>

## Продолжение таблицы 1

1	2	3					
5	Санаторий 5 ООО «Санаторий «Саки»	1,5204	1055,1167	1068,0591	<b>0,1212</b>		
6	Санаторий 6 АО «Санаторий «Са-крополь»	79,4796	207,0200	334,0784	<b>3,6647</b>		
7	Санаторий 7 ООО «Санаторий «Се-верное сияние»	2,2313	966,1810	1033,2290	<b>2,1215</b>		
8	Санаторий 8 ООО «Лечебно-диагно-стический центр «Юрмино»	1,7284	22,3554	19,3041	<b>0,7481</b>		
<b>Показатели платежеспособности</b>							
		F5	F6	F7	F8		
9	Санаторий 1	19,4265	22,5189	<b>14,1566</b>	16,8559		
10	Санаторий 2	49,3205	77,6040	<b>2,8509</b>	10,2036		
11	Санаторий 3	2033,6076	1845,1533	25,0806	<b>8,0643</b>		
12	Санаторий 4	51,1778	<b>45,1098</b>	53,0944	53,7405		
13	Санаторий 5	<b>15,7242</b>	38,4615	16,6660	35,2282		
14	Санаторий 6	<b>0,5881</b>	52,4582	5,7126	57,9506		
15	Санаторий 7	<b>1,6638</b>	61,3773	13,2259	70,1187		
16	Санаторий 8	12,8434	7,8269	<b>16,7237</b>	19,7559		
<b>Показатели деловой активности</b>							
		F9	F10	F11	F12	F13	F14
17	Санаторий 1	383,9992	14,0429	<b>7,7924</b>	63,9708	12,3386	153,3942
18	Санаторий 2	121,4573	30,1847	<b>6,7670</b>	14,0363	34,6992	43,4115
19	Санаторий 3	666,6621	22,9431	<b>9,1400</b>	10,1175	13,6376	651,2288
20	Санаторий 4	<b>0,5070</b>	3,8720	1,8059	7,4404	1,1154	3,2521
21	Санаторий 5	9,5537	22,6907	<b>0,1086</b>	22,5140	3,0982	4,0710
22	Санаторий 6	46,0633	28,2837	27,2169	224,9985	5,9244	<b>0,2880</b>
23	Санаторий 7	<b>1,7734</b>	22,6378	2,4170	13,5814	2,0943	3,8505
24	Санаторий 8	8,5643	4,8180	5,0464	<b>0,6051</b>	1,4873	2,9508
25							
			F15	F16	F17	F18	
25	Санаторий 1		299,2393	269,6862	8,3040	<b>3,3792</b>	
26	Санаторий 2		57,9301	166,6162	<b>28,6724</b>	54,7036	
27	Санаторий 3		12241,7068	8142,8447	176,9499	<b>106,2461</b>	
28	Санаторий 4		60,9821	44,2705	39,2267	<b>1,5734</b>	
29	Санаторий 5		11,8946	<b>0,5086</b>	12,3107	0,6737	
30	Санаторий 6		3,8117	<b>0,7934</b>	7,8520	3,3920	
31	Санаторий 7		15,4669	100,6389	61,9307	<b>0,0430</b>	
32	Санаторий 8		102,1921	4,0452	116,4512	<b>2,4510</b>	

Источник: составлено автором

**Выводы.** Сравнение фактических значений t-критерия Стьюдента и, особенно, F-критерия Фишера для четырех групп финансовых показателей позволяет выбрать наиболее предпочтительные для того, чтобы не исключать их из рассмотрения.

К ним, согласно проведенному анализу, целесообразно отнести следующие показатели:

– коэффициент абсолютной ликвидности (F4) в группе показателей ликвидности;

– коэффициент платежеспособности (финансовой независимости) (F5) и коэффициент обеспеченности собственными оборотными (F7) средствами в группе показателей оценки платежеспособности;

– коэффициент оборачиваемости активов (трансформации) (F9) и коэффициент оборачиваемости товарно-материальных запасов (F11) в группе показателей оценки деловой активности;

– коэффициент рентабельности реализованных товаров / работ / услуг (F18) в группе показателей оценки рентабельности.

Применение описанной выше методики статистического анализа позволяет сокращать массивы данных до наиболее значимых, для включения их в интегральный показатель.

Следующим этапом является оценка уровня устойчивости деятельности предприятий с применением теоретико-игрового метода.

## **СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ**

1. Мацова А. С. Формирование механизма управления развитием здравницы / А. С. Мацова // Ученые записки Крымского федерального университета имени В.И. Вернадского. Экономика и управление. — 2016. — Т. 2 (68), № 1. — С. 118–128.

2. Наконечный С. И. Эконометрия : Учебное пособие / С. И. Наконечный, Т. А. Терещенко, Т. П. Романюк. — К. : КНЭУ, 1997. — 352 с.

3. Кремер Н. Ш. Путко Б. А. Эконометрика: Учебник для вузов / Под ред. проф. Н.Ш. Кремера. — М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2010. — 311 с.

© А.С. Мацова

## СЕКЦИЯ 4. ПРОБЛЕМЫ ЭФФЕКТИВНОГО УПРАВЛЕНИЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬЮ ОРГАНИЗАЦИИ

УДК 65.013

### ОРГАНИЗАЦИОННАЯ КУЛЬТУРА КАК ФАКТОР ПОВЫШЕНИЯ ЭФФЕКТИВНОСТИ УПРАВЛЕНИЯ ПЕРСОНАЛОМ

### ORGANIZATIONAL CULTURE AS A FACTOR OF IMPROVING EFFECTIVENESS OF PERSONNEL MANAGEMENT

**Аметова Э.И.**, к.э.н, доцент,  
**Боговкова М.С.**, обучающаяся группы МО-331-о,  
ФГАОУ ВО «КФУ им. В.И. Вернадского»,  
Институт экономики и управления, г. Симферополь

**E.I. Ametova**,  
Candidate of Economic Sciences, Associate Professor,  
**M.S. Bogovkova**, student, gr. MO-331-o,  
V.I. Vernadsky Crimean Federal University,  
Institute of Economics and Management, Simferopol

#### Аннотация

Целью работы является рассмотрение основных составляющих организационной культуры; задачи: рассмотрение внутреннего содержания понятия «организационная культура», выделение основных структурных элементов. Организационная культура – важный фактор, определяющий качество и эффективность управления персоналом организации.

#### Annotation

The aim of the work is to examine the main components of the organizational culture; tasks: an examination of the internal content of the concept of "organizational culture", the identification of the basic structural elements. Organizational culture is an important factor determining the quality and effectiveness of personnel management in the organization.

**Ключевые слова:** социальный климат, взаимоотношения в организации, труд, мотивация.

**Keywords:** social climate, relationships in organizations, work, motivation.

**Введение.** Со второй половины XX века возникла необходимость в детальном исследовании организационной культуры, так как она является одним из важнейших аспектов деятельности предприятия. В современных экономических условиях организационная культура привлекает все большее внимание со стороны менеджмента предприятий как одно из перспективных направлений по повышению эффективности работы предприятия в целом и системы управления персоналом в частности. Организационная культура и совокупность ее ценностей является основой для формирования

норм и принципов взаимодействия персонала как с внешней, так и с внутренней средой предприятия. Развитая организационная культура является средством привлечения высокопрофессиональных специалистов, а также способствует созданию такого социально-экономического пространства, которое позволит обеспечить успешную деятельность предприятия и приверженность ей сотрудников. Многие руководители осознают существенные преимущества сильной и развитой организационной культуры, однако не прилагают усилия для ее построения и развития.

**Цель исследования.** является рассмотрение организационной культуры как фактора повышения эффективности управления персоналом.

**Результаты исследования.** Прежде чем рассматривать организационную культуру, необходимо определить понятие культуры как таковой. В рамках рассматриваемой темы, культуру можно трактовать как способ регулирования общения людей, формируемый из определенных образов, стереотипных форм, которые определяются как относительно устойчивые и повторяющиеся способы мышления, восприятия, поведения. В свою очередь, организационная культура выступает частным случаем общей культуры и проявляется во взаимодействии между людьми на конкретном предприятии, при этом оказывая существенное влияние на отдельных работников в процессе осуществления ими трудовой деятельности. Организационная культура способствует построению и поддержанию социальной справедливости, а также выполняет следующие функции: мотивации, интеграции, регулирования, адаптации, организации и т.д. Также она способствует созданию имиджа предприятия, обеспечивает формирование менталитета работников, гармонизацию индивидуальных и коллективных интересов, улучшает морально-психологический климат.

На данный момент существует множество определений организационной культуры, приведем некоторые из них:

- усвоенные и применяемые членами организации ценности и нормы, которые определяют их поведение;
- атмосфера или социальный климат в организации;
- доминирующая в организации система ценностей и стилей поведения [1, с. 7].

В таком случае, уместным будет отметить, что: «система ценностей должна лечь в основу систему управления персоналом. Организационные ценности должны стать критерием отбора и аттестации персонала. Мотивационная политика и ее составляющая – компенсационная политика – должны стимулировать сотрудников распределять ресурсы именно таким образом, которым это нужно делать для того, чтобы достичь организационных целей» [3, с. 20].

Исходя из этих тезисов, под организационной культурой понимаются в основном ценности и нормы, разделяемые большинством членов организации, а также их внешние проявления (организационное поведение).

Организационная культура — это набор наиболее важных предположений, которые принимаются членами организации и получают выражение в ее заявленных ценностях, задающих людям ориентиры их поведения и действий. С одной стороны, она является атрибутивной характеристикой предприятия, которая определяет принципы и нормы его жизнедеятельности, с другой, складывается как результат взаимодействия между людьми.

Основной целью организационной культуры является более продуктивное исполнение своих обязанностей сотрудниками на предприятии и получение от этого большего удовлетворения. Менеджменту предприятий необходимо рассматривать организационную культуру как мощный инструмент и фактор, с помощью которого становится возможным ориентировать все структурные подразделения и отдельных сотрудников на общие цели предприятия, управлять инициативой коллектива, обеспечивать преданность делу, а также появляется возможность существенно облегчать общение и достигать взаимопонимания в различных ситуациях. Организационная культура объединяет все виды деятельности предприятия и все возникающие во внутренней среде взаимоотношения, тем самым делая коллектив сплоченным и максимально производительным. Организационная культура позволяет формировать имидж предприятия, определяя его внешний образ и характер взаимоотношений с клиентами, партнерами, поставщиками и т.д.

В организационной культуре выделяют следующие группы структурных элементов:

1. Включает в себя те базовые предположения, которые определяют видение индивидом окружающей среды и отношение к ее переменным (людям, времени, работе, пространству). Совокупность данных предположений отображается в ценностных стандартах и оценочных критериях, тем самым образуя философию предприятия. Под философией предприятия следует понимать совокупность внутриорганизационных принципов, а также систему ценностей и убеждений, разделяемую всеми сотрудниками предприятия и посвященную его глобальной цели [2, с. 8].

2. Включает в себя такие структурные элементы как нормы и правила. Т.е., сравнивая второй уровень организационной культуры с первым, можно сказать, что ценности в большей степени соизмеримы с целеполагающими сторонами человеческой деятельности, а нормы, в свою очередь, позволяют неким образом организовывать социальное пространство предприятия, регламентируя отношения людей. Правила же на предприятии носят инструментальный характер и, в отличие от норм, являются более гибкими в зависимости от ситуации.

3. Включает элементы знаково-символической системы, в том числе обряды, ритуалы и мифологию. Через данную группу структурных элементов организационной культуры на предприятии реализуются принципы социального общения, которые являются его символическим выражением. Т.е. общепринятые на предприятии истории, легенды, награды, стиль одежды

и т.п. наиболее полно отражают специфику деятельности конкретного предприятия и делают его цели доступными для понимания.

В современных экономических условиях организационная культура является механизмом по обеспечению повышения эффективности управления человеческими ресурсами, а также качества работы предприятия в целом. Создание, развитие и поддержание организационной культуры на предприятии позволяет влиять на следующие факторы:

- мотивацию сотрудников;
- привлекательность предприятия как работодателя;
- качество работы персонала;
- деловую репутацию и нравственность каждого сотрудника;
- характер производственных и личностных отношений на предприятии;
- творческий потенциал персонала;
- отношение сотрудников к работе.

Менеджерам необходимо уметь грамотно осуществлять процесс формирования и диагностики организационной культуры, определять вектор ее движения, анализировать факторы наибольшего воздействия, а также вносить коррективы по мере возникновения необходимости.

**Вывод.** Таким образом, организационная культура играет немаловажную роль в управлении человеческими ресурсами. Организационная культура — это совокупность наиболее важных ценностей, норм и убеждений, которые задают сотрудникам ориентиры их поведения и действий на предприятии для осуществления наиболее эффективного управления персоналом и ведения успешной деятельности предприятия в целом.

## СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Базанова О. С. Организационное поведение и организационная культура / О. С. Базанова. — М. : Лаборатория книги, 2012. — 111 с.
2. Мартынов Г. И. Корпоративный дух и организационная культура / Г. И. Мартынов. — М. : Лаборатория книги, 2010. — 82 с.
3. Шеремета П. Корпоративные ценности: нити, из которых соткана реальная стратегия / П. Шеремета, А. Мальцева // Менеджмент. Стратегии, с которыми побеждают: стратегии бизнеса от ведущих экспертов-практиков. — К. : Издательский Дом «Максимум», 2006. — 315 с.

© Э.И. Аметова, М.С. Боговкова

УДК 332.1

**СОВРЕМЕННЫЕ ПРОБЛЕМЫ И НАПРАВЛЕНИЯ  
ЭФФЕКТИВНОГО ИСПОЛЬЗОВАНИЯ РЕСУРСНОГО  
ПОТЕНЦИАЛА СЕЛЬСКОХОЗЯЙСТВЕННЫХ ОРГАНИЗАЦИЙ  
РЕСПУБЛИКИ КРЫМ**

**MODERN PROBLEMS AND DIRECTIONS OF EFFECTIVE USE  
OF RESOURCE CAPACITY OF THE AGRICULTURAL  
ORGANIZATIONS OF THE REPUBLIC OF CRIMEA**

**Антонова А.А.**, к.э.н., ассистент,  
ФГАОУ ВО «КФУ им. В.И. Вернадского»,  
Институт экономики и управления, г. Симферополь

**A.A. Antonova**,  
Candidate of Economic Sciences, Assistant Professor,  
V.I. Vernadsky Crimean Federal University,  
Institute of Economics and Management, Simferopol

**Аннотация**

Рассмотрены основные проблемы использования ресурсного потенциала сельскохозяйственных организаций Республики Крым в динамике. С учётом проведенного анализа разработана система перспективных мероприятий, обеспечивающих эффективное использование аграрного ресурсного потенциала.

**Annotation**

The main problems of use of resource capacity of the agricultural organizations of the Republic of Crimea in dynamics are considered. Taking into account the carried-out analysis the system of the perspective actions providing effective use of agrarian resource potential is developed.

**Ключевые слова:** ресурсный потенциал, сельскохозяйственные предприятия, эффективность, показатели.

**Keywords:** resource potential, agricultural enterprises, efficiency, indicators.

**Введение.** Сельское хозяйство Республики Крым формирует преобладающую долю валовой добавленной стоимости среди прочих видов экономической деятельности, обеспечивает сбалансированность развития экономики, а также продовольственную безопасность региона в целом. Не смотря на имеющийся мощный природно-ресурсный потенциал региона, а также успешную реализацию государственных мероприятий по отдельным направлениям развития агропромышленного комплекса, в целом не теряют актуальности вопросы повышения эффективности использования ресурсного потенциала, обеспечения устойчивого развития отрасли сельского хозяйства Республики Крым.

**Цель исследования.** На основе анализа современных проблем использования имеющегося ресурсного потенциала определить основные направления по повышению эффективности функционирования сельскохозяйственных предприятий Республики Крым.

**Результаты исследования.** Развитие отрасли сельскохозяйственного производства находится в тесной взаимосвязи с эффективным функционированием сельскохозяйственных предприятий. В частности, в виду высокой концентрации ресурсного потенциала данной категории хозяйств, повышение эффективности их функционирования имеет решающее значение для выхода отрасли сельского хозяйства Республики Крым из затянувшегося кризиса.

При этом о низком уровне использования имеющегося ресурсного потенциала сельскохозяйственных предприятий за 2011-2015 гг. свидетельствует преобладающая тенденция к снижению масштабов производства [3, 4]. За указанный период объёмы произведенной валовой продукции составляли 47,2%-68,6% по отношению к достигнутому уровню 1990 года. Удельный вес Республики Крым в общероссийском объёме производства продукции сельского хозяйства за 2015 год составил 1,2%, соответственно Крымский Федеральный округ за тот же период занял последнее 9 место в общероссийском рейтинге [2] (28 июля 2016 года указом № 375 Крымский федеральный округ был упразднён и включён в состав Южного федерального округа).

При рассмотрении уровня использования основных структурных составляющих ресурсного потенциала сельскохозяйственных предприятий также наблюдается негативные изменения в динамике. Так, в регионе на протяжении многих лет остро стоит вопрос обеспеченности сельского хозяйства техникой. Согласно статистическим данным по сельскохозяйственным предприятиям [3] на 1000 га пашни в среднем приходится всего 4 трактора, соответственно число комбайнов, в расчёте на 1000 га посевов – 1-2 единицы. При этом по преобладающей части эксплуатируемой техники превышен установленный амортизационный срок, а показатели обновления машинно-тракторного парка за исследуемый период не превышают уровня 6% за год.

Несовершенство применяемой техники и технологий, нарушения экологических требований негативно сказываются на плодородии почв региона. Так, по данным Минприроды России общая площадь эродированных земель по Республике Крым составляет около одной трети сельхозугодий [1].

Показатели производительности труда за рассматриваемый период в преобладающем большинстве временного отрезка также имеют тенденцию к снижению. При этом отсутствует действенный механизм мотивации работников, не развита жилищно-коммунальная инфраструктура сельской местности. Не смотря на тенденцию увеличения размера номинальной заработной платы работников в сельском хозяйстве Республики Крым за 2014-2015 гг., её среднемесячное значение значительно уступает аналогичному

показателю по Российской Федерации, составляя величину в диапазоне (77,3%-90,4% от общегосударственного уровня).

Таким образом, для успешного решения широкого круга накопившихся за долгие годы проблем необходима реализация комплекса мероприятий экономической, социальной и экологической направленности (рис. 1).



Рис. 1. Комплекс направлений по повышению эффективности использования ресурсного потенциала сельскохозяйственных предприятий

С учётом современных условий хозяйствования, ключевым вопросом для обеспечения основ устойчивого развития сельского хозяйства в регионе является решение проблем внешнеэкономического характера. В частности, укрепление новых торгово-экономических связей и логистических сообщений, решение вопроса дефицита водных ресурсов для потребностей отрасли сельского хозяйства в виду блокирования работы Северо-Крымского канала

создаст предпосылки для повышения эффективности использования имеющегося ресурсного потенциала. Помимо этого, среди первоочередных мер, требующих государственного регулирования следует выделить снижение существующего уровня налогообложения сельскохозяйственных организаций, предоставление на льготной основе кредитных ресурсов, увеличение объёмов субсидирования, содействие в создании крупных отраслевых инвестиционных компаний.

**Выводы.** Как свидетельствует анализ статистических данных по сельскохозяйственным предприятиям Республики Крым, имеющийся ресурсный потенциал используется нерационально. Данный факт подтверждают, как обобщающие показатели (низкие значения прибыльности, рентабельности и ресурсоотдачи организаций), так и показатели экономической эффективности использования отдельных элементов ресурсной базы (трудовых, земельных, материальных ресурсов). При этом для успешного решения существующих проблем, как на уровне отдельных субъектов хозяйствования, так и на общегосударственном уровне необходима реализация комплекса скоординированных организационно-экономических и социально-экологических мероприятий.

## **СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ**

1. Государственный доклад «О состоянии и об охране окружающей среды Российской Федерации». — Режим доступа : <http://www.mnr.gov.ru/gosdoklad-eco-2015/index.html>. — Дата доступа : 20 ноября 2017.

2. Статистический сборник «Регионы России. Социально-экономические показатели 2016». — Режим доступа: [http://www.gks.ru/bgd/regl/b16\\_14p/Main.htm](http://www.gks.ru/bgd/regl/b16_14p/Main.htm). — Дата доступа : 20 ноября 2017.

3. Статистический сборник «Республика Крым в цифрах 2015» [Текст]. — Крымстат, 2016. — 143 с.

4. Статистичний збірник «Сільське господарство України за 2013 р.». — Режим доступа: <http://agro.ua.net/statistics/>. — Дата доступа : 20 ноября 2017.

© А.А. Антонова

**УДК 338.1**

### **ХАРАКТЕРИСТИКА ВНЕШНЕЙ СРЕДЫ ООО «ВОЛЬТ МАРТ КРЫМ»**

### **CHARACTERISTICS OF THE OUTER ENVIRONMENT OF VOLTMART CRIMEA LLC**

**Анфимов И.А.**, обучающийся группы МО-433-о,  
**Мацова А.С.**, старший преподаватель,  
ФГАОУ ВО «КФУ им. В.И. Вернадского»,  
Институт экономики и управления, г. Симферополь

I.A. Anfimov, student, gr. MO-433-o,  
A.S. Matsova, Senior Lecturer,  
V.I. Vernadsky Crimean Federal University,  
Institute of Economics and Management, Simferopol

#### **Аннотация**

В работе дана общая характеристика внешней среды ООО «Вольт Март Крым», а именно: изучены основные потребители и поставщики, проведен анализ конкурентов, рассмотрены особенности конкурентной борьбы на российском рынке бытовой техники и электроники.

#### **Annotation**

In the article, the general characteristics of the outer environment of Voltmart Crimea LLC are considered: main consumers and suppliers were studied, analysis of competitors was produced as well as certain aspects of competition in the Russian home electronic appliances and consumer electronics market were enlightened.

**Ключевые слова:** внешняя среда, конкуренция, ценообразование, потребители, поставщики, конкуренты, конкурентные преимущества 2-го уровня.

**Keywords:** environment, competition, pricing, consumers, suppliers, competitors, competitive advantages of the 2nd level.

**Введение.** Сфера торговли бытовой техникой и электроникой характеризуется высокой конкуренцией, на рынке появляются новые игроки, что усиливает борьбу за потребительские предпочтения и подталкивает предприятия к разработке маркетинговых мероприятий, которые позволят сохранить и расширить рынок сбыта.

**Цель исследования.** является анализ крымского рынка бытовой техники и электроники и оценка внешней среды ООО «Вольт Март Крым».

**Результаты исследования.** Основным видом деятельности ООО «Вольт Март Крым» является розничная торговля аудио- и видеотехникой в специализированных магазинах. Предприятие функционирует с июня 2014 года, активно развивается, однако конкуренция в сфере торговли бытовой техникой на российском рынке очень высока, и предприятие занимает незначительную долю на рынке.

Покупателями ООО «Вольт Март Крым» являются юридические и физические лица, осуществляющие деятельность не только в г. Симферополь, но и по всему Крыму. Основные потребители: ООО «Санаторий Северное Сияние», ГБУ РК «НБС-НИЦ», ФГАОУ ВО «Севастопольский Государственный Университет» (табл. 1) [1].

Таблица 1

**Основные потребители продукции**

Потребители	Объем продаж, %		Отклонение
	2016 г.	2017 г.	
Юридические лица, в т.ч.:	34%	27%	-7%
ООО «Санаторий Северное Сияние»	8%	6%	-2%
ГБУ РК «НБС - ННЦ»	6%	3%	-3%
ФГАОУ ВО «Севастопольский Государственный Университет»	10%	5%	-5%
прочие юридические лица	10%	13%	+3%
Физические лица	66%	73%	+7%

Анализ показал, что объем продаж юридическим лицам в 2017 г. сократился с 34% до 27% по сравнению с 2016 г., в частности, сократились объемы продаж ООО «Санаторий Северное Сияние», ГБУ РК «НБС - ННЦ» и ГБУ РК «НБС-ННЦ» на 2%, 3% и 5% соответственно. В то же время, физические лица стали более активными покупателями, их доля в общих продажах увеличилась на 7%. Можно заключить, что ООО «Вольт Март Крым» специализируется не на оптовой, а на розничной продаже бытовой техники и электроники.

На данный момент в РФ функционируют порядка 20 торговых сетей, реализующих электронику и бытовую технику, каждая из которых представлена сотнями магазинов, расположенных по всей территории страны. Часть из них является конкурентами для ООО «Вольт Март Крым». Предприятия этой сферы функционируют в условиях постоянно возрастающего спроса на новинки электроники и бытовой техники, что положительно сказывается на их деятельности [2, с. 68].

Безусловными лидерами в отрасли торговли бытовой техникой и электроникой в России являются компании «Эльдорадо», «DNS», «Comfy», «М.Видео». Последняя, по данным за 2012 год, занимала первое место в России как по продажам на рынке бытовой техники и электроники (12,2% рынка), так и по доле занимаемых торговых площадей (24%). В свою очередь торговая сеть «Эльдорадо» занимает второе, после «М.Видео», место в РФ как по продажам на рынке бытовой техники и электроники (8,6% рынка), так и по доле занимаемых торговых площадей (21%).

Таким образом, на российском рынке бытовой техники сложно отвоювать себе нишу. Однако на полуострове представлены не все крупные российские игроки, для ООО «Вольт Март Крым» это несколько облегчает ведение конкурентной борьбы.

Выбором поставщиков в организации ООО «Вольт Март Крым» занимается коммерческий отдел. Основными поставщиками организации являются: ООО «Юг – Быттехника», ООО «ТД Абсолют», ООО «Мобайл Глобал», ООО «Крым техника», ООО «Компания ресурс-медиа», ООО

«Дейстим». ООО «Вольт Март Крым» стремиться и дальше сотрудничать с такими крупными контрагентами и выполнять свои обязательства точно в срок.

ООО «Вольт Март Крым» применяет рыночный метод ценообразования. При формировании цены главным фактором является уровень рыночных цен на аналогичные товары и услуги. Учитываются цены аналогов в магазинах, супермаркетах, на оптовых складах, магазинах сниженных цен, каталогах для заказов и других возможных торговых точках [3, с. 135].

**Выводы.** Одной из основных проблем анализируемого предприятия является большое количество конкурентов. Это связано с тем, что спрос на электронику и бытовую технику растет, и с каждым годом конкурентов становится все больше.

Руководству ООО «Вольт Март Крым» можно рекомендовать уделять больше внимания конкурентной ситуации на рынке. Важным аспектом является комплексный подход к разработке и внедрению конкурентных преимуществ второго уровня, то есть таких, которые трудно копируются. Несмотря на то, что такой подход может потребовать значительных финансовых, трудовых, информационных ресурсов, это обеспечит предприятию прочную рыночную позицию, а значит, и устойчивость хозяйственной деятельности.

## СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. ООО «ВОЛЬТ МАРТ КРЫМ»: бухгалтерская отчетность [Электронный ресурс], 2017. — Режим доступа : <http://www.rusprofile.ru/id/7256607>. — Дата доступа : 20.11.2017.

2. Бухалков М. И. Планирование на предприятии: [Учебное пособие] / М. И. Бухалков. — 3-е изд., исправ. и доп. — М.: ИНФРА-М, 2012. — 416 с.

3. Минаев Э. С. Управление производством и операциями: 17-модульная программа для менеджеров «Управление развитием организации». Модуль 15 / Э. С. Минаев, И. Г. Агеева. — М. : ИНФРА-М, 2000. — 256 с.

© И.А. Анфимов, А.С. Мацова

УДК 338.2

## ЭФФЕКТИВНОСТЬ УПРАВЛЕНИЯ ПРЕДПРИЯТИЕМ

## EFFICIENCY OF ENTERPRISE MANAGEMENT

**Багунц Д.М.**, обучающаяся группы ЭКМ-б-о-16-1,  
**Пономарева Е.А.**, к.э.н, доцент,  
ФГАОУ ВО «Северо-Кавказский федеральный  
университет», Институт экономики и управления,  
г. Ставрополь

**D.M. Bagunts**, student, gr. EKM-b-o-16-1  
**E.A. Ponomareva**,  
Candidate of Economic Sciences, Associate Professor,  
North-Caucasus Federal University,  
Institute of Economics and Management, Stavropol

#### **Аннотация**

В данной статье рассматриваются подходы, частные понятия, а также способы определения управленческой, и как следствие из неё, экономической эффективности. В ходе исследования определяется главенствующая роль грамотных и своевременно принятых решений со стороны управленческого аппарата, определяющих дальнейшую эффективность деятельности организаций (предприятий). Также рассматриваются цели и задачи подобного рода исследований, способные обосновать необходимость данного вида работы.

#### **Annotation**

In this article approaches are considered, particular concepts, as well as ways to determine the managerial and as a consequence of its economic efficiency. In the course of the study, the primary role of competent and timely decisions made by the management apparatus is determined, which determines the further effectiveness of the activities of organizations (enterprises). Also, the goals and tasks of this type of research, which can justify the necessity of this type of work, are considered.

**Ключевые слова:** организация управления, эффективность, подход, цели и задачи.

**Keywords:** organization of management, efficiency, an approach, goals and objectives.

**Введение.** Любое предприятие — это управляемая система. И в ней, при помощи эффективного управления, должна прогрессировать не только финансовая отдача, но и качественные цели. Именно к этому стремится каждый производитель, ведь в этом случае будет возрасти прибыль, что является главной целью каждого предпринимателя. Эффективность организации управления состоит в создании благоприятных условий для возможности достижения коллективом поставленных целей в кратчайший срок при наивысших (максимальных) качественных и количественных показателях и наименьших (минимальных) затратах ресурсов.

**Целью исследования** является определение взаимосвязи между управленческой и экономической эффективностью.

**Результаты исследования.** Эффективность управления представляет из себя эффективное руководство, а именно умение руководителя заставить, побудить или заинтересовать подчиненных трудиться энергично, с высокой производительностью и наибольшей отдачей. Поскольку функцией управления является целенаправленное воздействие на подконтрольный объект с намерением обеспечить достижение поставленных целей, нужно уметь оценивать данный вид деятельности [1]. Это может быть определено по степени

выполнения целей: по конечным результатам производственной деятельности (по уровню прибыли), по качеству планирования, по эффективности вложений, по увеличению скорости оборачиваемости капитала и т.д.

Основу методов управления составляют управленческие воздействия, они, в зависимости от характера влияния на поведение человека (групп людей) могут быть разделены на две группы. В первую группу входят пассивные воздействия, которые не оказывают непосредственного влияния на работников, а реализуются в виде условий, регулирующих поведение в коллективе, то есть это нормы и правила поведения. Вторую группу составляют, соответственно, активные воздействия на конкретных сотрудников и коллектив в целом [3].

На практике при оценке эффективности управления используются несколько основных подходов [2]:

– Целевой подход – оценка степени реализации поставленных целей, то есть выполнение установленной задачи в зависимости от решения конкретно установленных целей, достижения намеченных экономических показателей, прогнозных проектировок.

– Ресурсный подход – подход к оценке эффективности управления в зависимости от степени использования ресурсов, задействованных в производстве.

– Оценка достигнутого состояния предприятия и его места в бизнесе — это подход, который состоит в оценке динамики основных экономических показателей предприятия (организации) за определённый период времени и их сопоставление с нормативными и среднеотраслевыми величинами, региональными показателями, аналогичными показателями ведущих в отрасли компаний или основных конкурентов.

– Комплексный подход – это подход, так или иначе сочетающий в себе все предыдущие подходы.

Общая эффективность управления организацией (предприятием) составляется из эффективности управления отдельными подсистемами, такими как трудовые (человеческие) ресурсы, маркетинг, логистика и т.д., и т.п. Для выражения эффективности управления также применяется ряд частных понятий, таких как [2]:

- эффективность труда работника управленческого аппарата;
- эффективность управленческой деятельности аппарата управления или отдельных его органов и подразделений;
- эффективность управленческих процессов;
- эффективность системы управления;
- эффективность механизма управления;
- эффективность совершенствования управления.

Управленческую эффективность следует рассматривать в качестве системы, способной быть успешной при условии функционирования соответствующего механизма, основными элементами которого являются: плани-

рование, координация, коммуникация, стимулирование и конечно же контроль [1]. Стандарты и показатели эффективности управления определяются из требований системы управления, как правило, требований эффективности, оперативности (своевременного получения и анализа информации, принятия решений и их реализации), надежности системы управления для защиты информации от утечки и/или потери.

Эффективность управления – это относительная характеристика результативности деятельности конкретной управляющей системы, отражающаяся в различных показателях как объекта управления, так и управленческой деятельности. Данный показатель (эффективность управления) можно рассчитать по формуле:

$$\text{ЭУ} = \frac{\text{П}}{\text{ЗУ}}, \quad (1)$$

где ЭУ – эффективность управления;  
П – прибыль организации;  
ЗУ – затраты на управление.

Эффективность – это отношение результата (эффекта) и затрат. В свою очередь, эффект является результатом любой активности, которая может быть, как положительной, так и отрицательной, выраженной условными (или, например, денежными) единицами. В отличие от экономического эффекта, экономическая эффективность является относительной величиной, в соответствии с которой необходимо понимать соотношение между экономическим эффектом и затратами, используемыми для его достижения.

**Выводы.** Управление (управленческая эффективность) и экономическая эффективность взаимосвязаны, и одна из них (экономическая) является прямым результатом другой (управленческой). Управленческая эффективность играет наиболее важную роль в деятельности предприятия, ведь добиться достойного уровня экономической эффективности предприятия, можно лишь при правильно организованном управлении ресурсами предприятия (организации), умении стимулировать работников к постоянному улучшению количественных и качественных показателей.

В ходе данного исследования было названо несколько подходов к оценке эффективности управления предприятием (организацией), выделен ряд частных понятий, необходимых для выражения эффективности управления, а также определено главенствующее место управленческой эффективности в деятельности предприятия (организации).

## СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Кантор В. Е. Менеджмент: учебный курс / В. Е. Кантор, Г. А. Маховикова. — Москва : Эксмо, 2009. — 312 с.

2. Эффективность управления // Основы менеджмента. — Режим доступа : <http://bmanager.ru/articles/effektivnost-upravleniya.html>. — Дата доступа : 20 октября 2017 г.

3. Коротков Э. М. Исследование систем управления / Э. М. Коротков. — Москва : Издательско-консалтинговая компания «ДеКА», 2000. — 130 с.

© Д.М. Багунц, Е.А. Пономарева

УДК 338.65

### ОПЫТ ПРИМЕНЕНИЯ СТРАТЕГИИ ГОРИЗОНТАЛЬНОЙ ДИВЕРСИФИКАЦИИ ПРОИЗВОДСТВА В РЕСПУБЛИКЕ КРЫМ

#### EXPERIENCE OF THE STRATEGY OF HORIZONTAL DIVERSIFICATION OF PRODUCTION IN THE REPUBLIC OF CRIMEA

**Васичкин К.В.** обучающийся группы МГ-141-о,  
**Ячменев Е.Ф.**, к.э.н., доцент,  
ФГАОУ ВО «КФУ им. В.И. Вернадского»,  
Институт экономики и управления, г. Симферополь

**K.V. Vasichkin**, student, gr. MG-141-o  
**E.F. Yachmenev**,  
Candidate of Economic Sciences, Associate Professor,  
V.I. Vernadsky Crimean Federal University,  
Institute of Economics and Management, Simferopol

#### Аннотация

Определены преимущества стратегии горизонтальной диверсификации для строительных компаний Крыма в условиях экономической нестабильности, а также проведен анализ текущего состояния рынка недвижимости и объемов производства жилья.

#### Annotation

The advantages of the horizontal diversification strategy for the construction companies of the Crimea in conditions of economic instability are determined, as well as an analysis of the current state of the real estate market and the volume of housing production.

**Ключевые слова:** стратегия, горизонтальная диверсификация, конкурентные преимущества, недвижимость, строительство.

**Keywords:** strategy, horizontal diversification, competitive advantages, real estate, construction

**Введение.** Различные стратегии производства активно применяются строительными компаниями для закрепления своих позиций на рынке недвижимости и привлечения новых клиентов. С помощью реализации эффективных стратегий доказывается профессионализм компании в рамках своего вида деятельности и предметной области, а в некоторых случаях, правильно продуманная стратегия позволяет не только оставаться на плаву в условиях кризиса и жесткой конкуренции, но и подняться на новый уровень развития. В исследовании раскрывается сущность стратегии по формированию горизонтальной диверсификации строительной компании.

**Цель исследования** является определение преимуществ стратегии горизонтальной диверсификации для строительных компаний Крыма в условиях экономической нестабильности, а также проведение анализа текущего состояния рынка недвижимости и объемов производства жилья.

**Результаты исследования.** Стратегия горизонтальной диверсификации предполагает поиск точек возможного роста на существующем рынке за счет выпуска новой продукции, подкрепленной энерго- и ресурсосберегающими технологиями, отличающейся от используемой экологичностью и низким уровнем трудозатрат [1]. При реализации данной стратегии фирма должна ориентироваться на создание таких технологически несвязанных продуктов, которые можно производить, используя уже имеющиеся возможности фирмы. Так как новый продукт должен быть ориентирован на потребителя основного продукта, то по своим свойствам и выполняемым функциям он должен быть сопутствующим уже производимому продукту. Важным условием реализации данной стратегии является предварительная оценка фирмой собственных возможностей и компетентности в производстве нового продукта, как пишет О.С. Виханский в своей книге «Стратегическое управление» [2].

Исходя из этого выделим ряд преимуществ стратегии горизонтальной диверсификации:

1. Запуск линии производства новой продукции никак не влияет на объем продаж основной продукции компании, а значит риски будут минимальны.

2. Новая продукция как правило не требует поиска дополнительных каналов сбыта, ее можно реализовывать по старым каналам, расширяя рынки сбыта постепенно.

3. Производство новой продукции возможно реализовать на уже имеющихся мощностях предприятия, без необходимости дополнительного найма сотрудников.

В нынешней практике подобным путем следуют немало крупных отечественных строительных компаний приобретая производственные, монтажные, отделочные и другие технологии, не имеющие аналогов на внутреннем рынке.

Технология производства в строительстве – совокупность методов и способов преобразования предметов труда применяемых в определенной

последовательности с целью изготовления строительной продукции, обеспечивая при этом рациональное использование всех ресурсов (материалов, машин, энергии, трудовых затрат и др.) [3].

Так, в период роста цен на готовое жилье одной из строительных компаний Крыма принято решение о приобретении финской технологии производства конструктивных элементов зданий из газобетона. В результате сделки максимальная производительность завода, применяющего технологию составит 900 кубических метров в смену, или 300 тыс. кубов в год, что по оценкам экспертов эквивалентно 20-ти процентам от общей потребности рынка в 1,5 млн кубических метров в год.

Диверсификация производства потребовала приобретения контрольного пакета акций одного из камнеобрабатывающих заводов на территории которого смонтировано необходимое оборудование немецкого и голландского производства. Это событие ознаменовало факт вхождения строительной компании в новый для себя бизнес – производство газобетонных изделий.

В результате объемы строительства возросли на 30%, вдвое сократились сроки и себестоимость возводимых объектов. Эти факты позволили создать более конкурентную ценовую политику и как следствие привлечь новых потребителей. Проект также активизировал коммерческую деятельность, позволив применить технологию не только для строительства внутренних объектов, но и вывести готовые изделия на рынок.

В итоге исследуемая строительная компания «Консоль» за счет наличия квалифицированных кадров и рациональной оценки собственной компетентности сумела с помощью стратегии горизонтальной диверсификации производства вывести на рынок в условиях экономической нестабильности новую для себя продукцию, и активно продвигать ее по уже отлаженным каналам сбыта.

Компании удалось за 3 года покрыть проектные затраты по внедрению технологии производства, производить тот же объем продукции с гораздо меньшими трудозатратами, что особенно важно в период сложившейся экономической ситуации на Крымском полуострове в последние годы.

**Выводы.** Изучив опыт применения стратегии горизонтальной диверсификации и достигнутые с ее помощью результаты, стоит отметить возросшую на сегодняшний день актуальность стратегии для компаний Республики Крым.

Ее реализация позволит:

- сократить затраты на приобретение сопутствующих товаров;
- восполнить нехватку технологически необходимой продукции;
- выйти на рынок с качественно новым для себя продуктом;
- повысить конкурентоспособность.

Таким образом, применение стратегии целесообразно для любых компаний осуществляющих свою деятельность в сфере материального производства.

## СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Милгром П. Экономика, организация и менеджмент / П. Милгром, Д. Робертс. — М. : Экономика, 2015. — 468 с.
2. Виханский О. С. Стратегическое управление / О. С. Виханский. — М. : Издательский дом Гардарика, 2008. — 161 с.
3. Кругман П. Р. «Международная экономика: теория и политика» / П. Р. Кругман, М. Обстфельд. — СПб. : Питер, 2011. — 832 с.

© К.В. Васичкин, Е.Ф. Ячменев

УДК 336.662

### АНАЛИЗ МЕТОДОВ ИДЕНТИФИКАЦИИ ИМИДЖЕВОЙ ПОЛИТИКИ ПРЕДПРИЯТИЯ

### ANALYSIS OF IDENTIFICATION METHODS OF THE IMAGE POLICY OF THE ENTERPRISE

**Воробец Т.И.**, к.э.н, доцент,  
ФГАОУ ВО «КФУ им. В.И. Вернадского»,  
Институт экономики и управления, г. Симферополь

**T.I. Vorobets**,  
Candidate of Economic Sciences, Associate Professor,  
V.I. Vernadsky Crimean Federal University,  
Institute of Economics and Management, Simferopol

#### Аннотация

Нематериальные активы уникальны по своим характеристикам, составу, уровню влияния на результаты хозяйственной деятельности предприятий. Однако несовершенство нормативно-законодательной базы, классификации нематериальных активов, недостаточная разработка методики оценки обуславливают потребность в углубленном изучении данного понятия. В процессе исследования были изучены и проанализированы методы определения имиджевой политики предприятия.

#### Annotation

Intangible assets are unique in their characteristics, composition and level of influence on the results of economic activity of enterprises. However, the imperfection of the regulatory and legislative framework, the classification of intangible assets and the inadequate development of the evaluation methodology necessitate an in-depth study of this concept. In the process of research, methods for determining the company's image policy were studied and analyzed.

**Ключевые слова:** имиджевая политика, нематериальные активы, рыночная стоимость, клиента, предприятие.

**Keywords:** image-making policy, intangible assets, the market value, clientele, the enterprise.

**Введение.** В эпоху глобализации экономики, динамично развивающихся рынков, циклических финансовых кризисов, прочно закрепиться в рыночном сегменте, предприятию помогает взвешенная и обдуманная политика, направленная на формирование стабильной деловой репутации и бренда в целом. Оценка проводимой имиджевой политики предприятия – это оценка совокупности тех факторов, которые дают потребителю мотивацию приобрести тот или иной товар, принося предприятию прибыль. Имиджевая политика не может рассматриваться в отрыве от предприятия, т.к. учитывает его исключительные особенности и направлена на усиление отстающих сторон и продвижение сильных.

Одним из основных индикаторов, определяющих состояние нематериальных активов (клиентелы, бренда, проводимой имиджевой политики и т.д.), т.е. их положительное или отрицательное воздействие на стоимость предприятия, является разница между балансовой и рыночной стоимостью. Превышение рыночной стоимости над балансовой означает, что предприятие имеет некоторые качества, не определяющиеся стоимостью его активов и пассивов. Именно это, сочетание качеств, на наш взгляд, оказывает одно из мотивирующих воздействий на клиентов приобрести товары и услуги конкретного предприятия. Однако, на сегодняшний день данный аспект требует более детального научного изучения и аргументации.

Большой вклад в исследование ресурсов предприятия и управления ими сделали следующие зарубежные ученые, а именно: И. Ансофф, П. Джексон, Г. Десмонд, П. Друкер, Г. Браун, Л. Барух, Ж. Ламбер, А. Мескон, Р. Райли, Т. Саати, Й. Шумпетер, С. Совей, Н. Бонтис, Р. Беллман, Л. Заде и др. Так же следует отметить исследования отечественных ученых-экономистов: А. Градов, К. Астапов, В. Новожилов, А. Карлик, В. Козловский, Н. Кондратьев, Д. Львов, Б. Мильнер, Р. Фатхутдинов, В. Шихирин, В. Цуглевич и др.

**Цель исследования.** Исследование современных методов идентификации имиджевой политики предприятия.

**Результаты исследования.** Разрыв между значениями балансовой и рыночной стоимостью, наблюдается у многих корпораций мира (Apple, Google, Coca-Cola, Reebok, Nestle и др.). Объяснить это возможно возрастающим значением нематериальных факторов, что в свою очередь и вызвано реализацией имиджевой политики предприятий.

На данный момент не существует единого подхода к определению стоимости нематериальных активов, но ученые, исследуя данный вопрос разработали несколько методов, среди которых можно выделить следующие: метод избыточной прибыли, метод избыточных ресурсов, дисконтирование на основе методики компании Brand Finance, с использованием мультипликатора М, квалитетический метод др. [1-2], которые более подробно представлены в табл. 1.

**Основные методы идентификации результатов реализации  
имиджевой политики предприятия**

Название метода	Сущность метода	Недостатки метода
<b>Количественные методы</b>		
Метод избыточной прибыли	расчет среднеотраслевой прибыли и сравнительный анализ с аналогичным показателем испытуемого предприятия	метод не является универсальным. Не всегда есть возможность точно определить величину чистого дохода и коэффициента капитализации
Метод избыточных ресурсов	сравнение фактической рыночной стоимости использованных ресурсов с их номинальной стоимостью	основу получения прибыли составляют не только чистые активы. Избыточные ресурсы формируются не только за счет собственных средств
Метод оценки репутации по объему реализации продукции	определяется как разница между чистой операционной прибылью и объемом реализованной продукции, умноженным на коэффициент рентабельности	не учитывается специфика продукции
Квалиметрический метод	проведение аналогии между полезностью деятельности предприятия и величиной созданного бренда предприятия	бренд состоит из суммы относительных и абсолютных показателей, что по своей сути не является верным с точки зрения сопоставимости расчетов
Мультипликативный метод	определение прибыли, которая приходится на долю корпоративной репутации предприятия	потребность в модификации метода из-за неполного представления корпоративной репутации в части ее структуры
Статистический метод	использование деловой активности предприятия	недостоверность результатов, из-за оценки деловой активности, на основе только объема продаж
<b>Качественные методы</b>		
Метод экспертных оценок	формирование оценки имиджа, по данным результатам опросов заинтересованных сторон	данные методы существуют благодаря утверждению о том, что имидж предприятия лишь образ компании в головах людей и не поддается количественному определению. Потому можно только зафиксировать ее изменение в худшую или лучшую сторону, пренебрегая возможностью цифровой формализации
Метод социологических опросов	узнает мнение независимых респондентов о предприятии	
Рейтинговый метод	составление рейтингов имиджа предприятия независимыми организациями	

Источник: [3]

Существующие на данный момент методы определения стоимости результатов реализации имиджевой политики предприятия не являются универсальными, поскольку не учитывают множество качественных составляющих имиджа таких, как квалификация работников, репутация руководителей, выгодное экономическое положение, этика в отношениях с партнерами (выполнение обязательств, ответственность, кредитная история, порядочность, открытость), этика в отношениях с внутренними партнерами (ответственность менеджеров перед акционерами, финансовая «прозрачность» бизнеса), эффективность менеджмента, качество продукции и услуг.

**Выводы.** Таким образом, на сегодняшний день, остро стоит вопрос разработки комплексного метода оценки нематериальных активов предприятия, который позволит соединить воедино системный и информационный подходы. В данном случае информационный подход послужит основой формализации качественных составляющих процесса формирования имиджа предприятия. Исходя из проведенного исследования, такой метод возможно разработать на основе теории Нечетких множеств, который будет учитывать, как качественные характеристики, так и количественные. А построение алгоритма нечеткого вывода, позволит сформировать логику оценивания и иерархию показателей.

## **СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ**

1. Валдайцев С. В. Оценка бизнеса и управление стоимостью предприятия / С. В. Валдайцев. — М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2001. — 344 с.
2. Елисеев В. М. Гудвилл: проблема оценки и отражение в отчетности / В. М. Елисеев // Вопросы экономики. — 2004. — № 1. — С. 31–37.
3. Зобкова Ж. О. Комплексный подход к оценке деловой репутации предприятия / Ж. О. Зобкова, А.В. Пахомов, Е.А. Пахомова // Математика. Компьютер. Образование : сб. тр. XV междунар. конф. / под общей ред. Г. Ю. Ризниченко. — Ижевск : Науч.-изд. центр «Регулярная и хаотическая динамика», 2008. — Т. 1. — С. 150–153.

© Т.И. Воробец

**УДК 330.45**

## **ФОРМИРОВАНИЕ МЕХАНИЗМА УПРАВЛЕНИЯ РИСКАМИ ПРОИЗВОДСТВЕННОГО ПРЕДПРИЯТИЯ**

## **FORMATION OF MANAGEMENT OF RISK MANAGEMENT OF A PRODUCTION ENTERPRISE**

**Германова А.А.**, обучающаяся группы МГ-241-о,  
**Сиволап А.В.**, старший преподаватель,  
ФГАОУ ВО «КФУ им. В.И. Вернадского»,  
Институт экономики и управления, г. Симферополь

**A.A. Germanova**, student, gr. MG-241-o,  
**A.V. Sivolap**, Senior Lecturer,  
V.I. Vernadsky Crimean Federal University,  
Institute of Economics and Management, Simferopol

#### **Аннотация**

В статье предложена последовательность разработки базового механизма управления рисками, уровни и системы управления рисками на производственных предприятиях, обозначены принципы формирования БМУР, а также механизм его функционирования.

#### **Annotation**

The article proposes the sequence of development of the basic mechanism of risk management, levels and risk management systems at manufacturing enterprises, outlines the principles of the formation of the MRM, as well as the mechanism of its functioning.

**Ключевые слова:** механизм управления рисками, риск-менеджмент, принципы, уровни, системы, функционирование.

**Keywords:** mechanism of risk management, risk management, principles, levels, systems, functioning.

**Введение.** Результаты аналитической оценки свидетельствуют о значительном влиянии рискованных факторов на деятельность производственных предприятий и наличии только отдельных фрагментов риск-менеджмента, что обуславливает необходимость формирования эффективного механизма управления рисками. При этом, необходимо понимать, что для каждого предприятия такой механизм должен разрабатываться в индивидуальном порядке, учитывая специфику деятельности, а также влияние факторов внешней и внутренней среды.

**Цель исследования.** Целью исследования является формирование базового механизма управления рисками (далее – БМУР) предприятий производственной сферы, который в дальнейшем можно адаптировать для различных предприятий [1, с. 117].

**Результаты исследования.** Нами предложена последовательность разработки БМУР на производственных предприятиях, включающая следующие этапы:

- определение особенностей формирования БМУР;
- качественный и количественный анализ рисков предприятия;
- формирование целей и задач управления рисками;
- принятие решения о централизованном или децентрализованном управлении рисками;
- обоснование комплекса элементов, обеспечивающих БМУР и оценку эффективности его функционирования;
- разработка организационно-методического обеспечения БМУР;
- реализация выбранных методов управления рисками;
- контроль эффективности БМУР;

- корректировка БМУР;
- оптимизация процесса управления рисками на предприятии.

Определение особенностей формирования БМУР на производственном предприятии предусматривает определение цели функционирования БМУР, объектов и субъектов управления рисками. Важнейшим аспектом одного из начальных этапов формирования БМУР производственного предприятия является принятие решения о централизованном или децентрализованном механизме управления. Как правило, «функция управления рисками возложена именно на руководителей и (или) специалистов основных функциональных подразделений, которые реагируют на возникновение рисков ситуационно – исходя из обстоятельств, которые заставляют применять соответствующие меры» [2, с. 172]. Выбор такого децентрализованного механизма далеко не всегда бывает оправдан, что связано с низкой профессиональной подготовкой линейных руководителей в сфере управления рисками, отсутствием единой организационной риск – стратегии и целевых установок. Для крупных производственных предприятий более эффективным будет централизованное управление рисками с помощью специального функционального подразделения.

Важно отметить, что какую бы систему управления рисками (централизованную или децентрализованную) не выбрало руководство предприятия, основной функцией субъекта управления является практическая разработка и реализация стратегии управления рисками, которая должна учитывать весь спектр методов управления рисками и включать выбор и применение каждого конкретного метода в зависимости от вида риска.

Определяющим для эффективности БМУР будет и выбор внутренней или внешней направленности методов управления. При этом основная роль должна отводиться, безусловно, внутренним элементам управления рисками. Преимущество использования внутренних элементов состоит в возможности максимального учета внутренних факторов риска и в «высокой степени альтернативности принимаемых решений, не зависящих от других субъектов хозяйствования» [3, с. 73].

«Формирование БМУР промышленного предприятия, как и любого другого механизма должно основываться на определенных принципах: целенаправленность, системность, полнота, универсальность, открытость, обеспеченность, обоснованность принятого решения, эффективность и принцип быстрого реагирования» [1, с. 118].

**Выводы.** Таким образом, базовый механизм управления рисками, сформированный в соответствии с предлагаемыми этапами, существенно повысит эффективность данного процесса за счет:

- учета специфики каждого конкретного предприятия;
- возможности выбора централизованной или децентрализованной модели управления рисками;
- предусмотренной возможности обратной связи на каждом из этапов.

## СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Цвігун Т. В. Формування механізму управління ризиками машинобудівних підприємств / Т. В. Цвігун // Вісник Хмельницького національного університету. Економічні науки. — 2013. — № 3. — Т. 1. — С. 117–120.

2. Цвігун Т. В. Кадрове забезпечення – основний елемент механізму управління ризиками / Т. В. Цвігун // Вісник соціально-економічних досліджень. — 2013. — Вип. 4 (51). — С. 171–175.

3. Гримашевич О. Н. Методы управления рисками промышленных предприятий / О. Н. Гримашевич // Вестник Саратовского государственного социально-экономического университета. Экономика и экономические науки. — 2012. — С. 72–74.

© А.А. Германова, А.В. Сиволап

УДК 338.2

### ПРОБЛЕМЫ ФИНАНСОВОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ ВЫСШИХ УЧЕБНЫХ ЗАВЕДЕНИЙ РЕСПУБЛИКИ КРЫМ

### PROBLEMS OF FINANCIAL SUPPORT OF HIGHER EDUCATIONAL INSTITUTIONS OF THE REPUBLIC OF CRIMEA

Глечикова Т.О., главный бухгалтер,  
ФГБОУ ВО «Керченский государственный морской  
технологический университет», г. Керчь

**T.O. Glechikova**, Chief Accountant,  
Federal State Educational Institution of Higher Education  
«Kerch State Maritime Technological University», Kerch

#### Аннотация

В статье обоснована значимость финансовой составляющей деятельности высших учебных заведений; рассмотрена структура формирования расходов федерального бюджета в разрезе расходов на образование. Установлены объективные и субъективные факторы, ограничивающие возможность увеличения объемов внебюджетных доходов вузов Республики Крым.

#### Annotation

The article substantiates the significance of the financial component of the activity of higher educational institutions; The structure of formation of federal budget expenditures in the context of education expenses is considered. Objective and subjective factors that limit the possibility of increasing the amount of extra-budgetary incomes of higher educational institutions of the Republic of Crimea are established.

**Ключевые слова:** вуз, финансирование, бюджет, образование, внебюджетные доходы.

**Keywords:** university, financing, budget, education, extra budgetary incomes.

**Введение.** Крым, после вхождения в состав Российской Федерации, претерпевает как количественные, так и качественные преобразования. Переход на новое законодательство, принятие целого ряда стратегических и программных документов, касающихся правовых, организационных и экономических особенностей функционирования и развития вузов Республики Крым (Закон Республики Крым «Об образовании в Республике Крым», Государственная программа развития образования в Республике Крым на 2016-2018 годы, Стратегия социально-экономического развития Республики Крым до 2030 года и др.) сформировали предпосылки для роста показателей результативности высших учебных заведений и способствовали реализации многочисленных инфраструктурных проектов в сфере высшего образования. Вместе с тем, реформирование системы высшего образования, осуществляемое в России в последние десятилетия, существенно изменило условия финансирования вузов, что предопределяет необходимость в исследовании проблем и факторов роста финансовой устойчивости вузов на основе максимально эффективного использования их ресурсного потенциала.

**Цель исследования** – на основе изучения проблем финансирования высших учебных заведений сформулировать ключевые направления усиления финансовой независимости организаций высшего образования Республики Крым.

**Результаты исследования.** В настоящее время на территории Республики Крым функционируют 11 высших учебных заведений, в том числе 5 филиалов, в которых обучается более 45 тыс. студентов.

За последнее десятилетие произошли значительные изменения в высшей школе Республики Крым: сократилось число высших учебных заведений и численность обучающихся в них студентов, снизился контингент выпускников средних образовательных школ и выпуск специалистов с высшим образованием, при этом увеличилось количество научно-педагогических работников с ученой степенью кандидата и доктора наук.

Несмотря на то, что главной целью большинства учебных заведений является повышение качества образования, современные реалии функционирования вузов свидетельствуют о возрастании финансовой составляющей их деятельности, позволяющей как совершенствовать материально-техническую базу, так и увеличивать качественные характеристики организации за счет привлечения более профессиональных кадров (мотивация – высокий уровень оплаты труда) и роста известности организации путем выделения средств на проведение активной рекламной кампании, что в свою очередь будет способствовать увеличению контингента абитуриентов [1].

В связи с тем, что основная доля средств приходится на бюджетное финансирование системы высшего образования целесообразно рассмотреть структуру формирования расходов федерального бюджета в разрезе расходов на образование (табл. 1).

Так, в структуре федерального бюджета расходы на образование в течение последних трех лет составляли в среднем 3,7%, что почти на 1%

меньше, чем в 2014 г. При этом, несмотря на то, что расходы на высшее образование составляют основную долю в общих расходах на образование (80%), за 3 года бюджетное финансирование высшей школы снизилось более, чем на 20 млрд. руб. Порядка 90% бюджетного финансирования вузов приходится на оплату труда работников с начислениями, стипендиальные выплаты и коммунальные платежи, в то время как расходы на обновление материально-технической базы, командировки и стажировки ППС составляют менее 10% в общем объеме выделяемых средств.

Данное обстоятельство предопределяет необходимость в поиске новых механизмов финансового обеспечения в сфере высшего образования [2, 3].

Таблица 1

**Динамика и структура расходов федерального бюджета РФ на образование за 2015-2017 гг.**

Уровни образования	Расходы, млрд. руб.			Структура расходов, %		
	2015 г.	2016 г.	2017 г.	2015 г.	2016 г.	2017 г.
Дошкольное образование	14,80	5,70	11,00	2,51	1,02	1,83
Общее образование	36,90	31,30	43,70	6,25	5,59	7,34
Среднее профессиональное образование	8,60	8,30	8,67	1,46	1,48	1,46
Профессиональная подготовка, переподготовка и повышение квалификации	7,30	7,00	6,20	1,24	1,25	1,04
Высшее образование	500,90	482,60	480,30	84,81	86,12	80,72
Молодежная политика	1,20	1,80	6,90	0,20	0,32	1,16
Другие вопросы в области образования	7,80	11,80	12,90	1,32	2,11	2,17
Дополнительное образование детей	–	–	12,90	–	–	2,17
Прикладные научные исследования в области образования	13,10	11,90	12,55	2,22	2,12	2,11
Общая сумма расходов на образование	590,60	560,40	595,01	100,00	100,00	100,00
Доля расходов на образование в общих расходах федерального бюджета	3,83	3,48	3,66	–	–	–

Источник: составлено на основе данных [4].

Учитывая условия реформирования бюджетной сферы и сокращение возмещения нормативных затрат и финансового обеспечения выполнения государственного задания, обусловленного сложной финансовой ситуацией в стране и в регионе в частности, вузы активно развивают приносящую доход деятельность. Помимо оказания образовательных услуг за счет средств физических и юридических лиц, образовательные организации осваивают

арендные отношения, изучают рынок платных услуг, которые предусмотрены уставом, и могут принести ощутимый доход с учетом спроса на подобные услуги.

Вместе с тем, планирование объемов внебюджетных доходов большинства вузов региона ограничено рядом объективных и субъективных факторов, не позволяющих значительно увеличить прирост собственных доходов:

- демографический провал периода конца 90-х годов, повлекший минимальное количество потенциальных абитуриентов;

- проблемная транспортная инфраструктура региона (отсутствие прямого сухопутного сообщения с материковой частью России);

- сравнительно непродолжительный период функционирования вузов (3 года), большинство из которых имели нулевые накопления на момент регистрации в РФ;

- уровень цен на платное образование, который значительно ниже среднероссийских в связи с низким уровнем жизни, и как следствие, низкой платежеспособностью населения региона;

- ограничение возможности развития арендных отношений ряда вузов из-за затянувшихся процедур передачи в оперативное управление федерального имущества, обусловленного внесением изменений в законодательную базу Республики Крым, регламентирующую порядок передачи имущества в федеральную собственность из казны национализированного имущества.

**Выводы.** Таким образом, учитывая дефицит субсидирования из федерального бюджета, а также незначительный объем внебюджетных средств, остающихся в распоряжении вузов после обязательных выплат, основными направлениями усиления финансовой независимости организаций высшего образования выступают ориентация руководителей подразделений на поиск дополнительных источников финансирования (фандрайзинг), в том числе получение доходов от организации и проведения обучения, стажировок, курсов повышения квалификации и переподготовки кадров; оказание платных консалтинговых услуг организационного, информационного, маркетингового, финансово-аналитического характера с использованием объектов инновационной инфраструктуры университета по функциональным направлениям соответствующих подразделений, а также повышение интенсивности использования непрофильной деятельности за счет применения современных финансовых механизмов.

## СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Батьковский М. А. Разработка финансовой стратегии высшего учебного заведения // М. А. Батьковский, А. А. Вдовцов, Л. Л. Холод. — Режим доступа : <http://pravmisl.ru>. — Дата доступа : 20 ноября 2017.

2. Колесников Ю. А. Государственный аудит эффективности бюджетных расходов: правовое регулирование и способы совершенствования / Ю. А. Колесников // Административное и муниципальное право. — 2015. — № 6. — С. 548–553.

3. Глечикова Т. О. Факторы, определяющие выбор стратегии государственного вуза в условиях дефицита бюджетного финансирования / Т. О. Глечикова // Экономический журнал. — 2017. — № 45. — С. 6–13.

4. Федеральный бюджет // Официальный сайт Министерства финансов России — Режим доступа : [https://www.minfin.ru/ru/performance/budget/federal\\_budget/budj\\_ross/](https://www.minfin.ru/ru/performance/budget/federal_budget/budj_ross/). — Дата доступа : 20 ноября 2017.

© Т.О. Глечикова

УДК 313.42

## СЕТЕВАЯ СТРУКТУРА КАК ИННОВАЦИОННАЯ ФОРМА РАЗВИТИЯ РЕСТОРАННОГО БИЗНЕСА

### NETWORK STRUCTURE AS AN INNOVATIVE FORM OF RESTAURANT BUSINESS DEVELOPMENT

**Головко Э.Р.** обучающийся группы МО-141-о,  
**Ячменева В.М.**, д.э.н., профессор,  
ФГАОУ ВО «КФУ им. В.И. Вернадского»,  
Институт экономики и управления, г. Симферополь

**E.R. Golovko**, student, gr. MO-141-o  
**V.M. Yachmeneva**,  
Doctor of Economics Sciences, Professor,  
V.I. Vernadsky Crimean Federal University,  
Institute of Economics and Management, Simferopol

#### Аннотация

В работе объектом исследования выступает сетевая структура, предметом исследования: методы, способы, подходы и логика формирования сетевой структуры как инновационной формы развития ресторанного бизнеса. Обоснование сетевой структуры как формы развития ресторанного бизнеса связано с тем, что она оправдывает себя на практике как оптимизационная модель инновационного развития.

#### Annotation

In the work, the object of research is the network structure, the subject of research: methods, methods, approaches and logic of the formation of the network structure as an innovative form of restaurant business development. Justification of the network structure as a form of restaurant business development is due to the fact that it justifies itself in practice as an optimization model of innovation development.

**Ключевые слова:** сетевая структура, критерии идентификации, принципы.

**Keywords:** network structure, identification criteria, principles

**Введение.** Развитие сетевых бизнес-структур в России в настоящее время принимает массовый характер в торговле, ресторанном и гостиничном бизнесе. Поэтому, можно выделить две проблемы, на которые необходимо обратить внимание, первая – отсутствие эффективной системы управления сетевыми структурами в бизнесе, а вторая – отсутствие оптимальной сетевой организационной структуры. Следует также отметить, что сетевые бизнес-структуры, набирают тенденцию масштабного развития с точки зрения географии, учитывая рост российского потребительского рынка. Впоследствии это стало ограничивающим фактором для конкурентных преимуществ российских сетевых компаний по всей стране. В то же время следует отметить, что повышение благосостояния граждан и их покупательской способности, выдвигают соответствующие требования к качеству предоставляемых услуг сетевых сервисных компаний, которые способствуют, хотя и в меньшей мере, инновационному развитию сетевого бизнеса. Изучением кластеров и сетевых структур как инновационных форм развития с глубокой внутренней и внешней кооперацией ее участников занимаются многие ученые, а именно, Асаул А.Н. [1] рассматривает сетевые структуры как вид предпринимательской деятельности, Бобылева А.З. [2] исследует финансово-управленческие технологии в сетевых структурах, Качалов Р.М. [3] занимается проблемами управления хозяйственными рисками в сетевых бизнес-структурах, Ячменева В.М. [4] и Ячменев Е.Ф. [4] исследуют межфирменное взаимодействие внутри сети и за ее границами.

**Цель исследования.** Определение объекта и предмета исследования, обоснование сетевой структуры как формы развития ресторанного бизнеса.

**Результаты исследования.** В любом научном изыскании объект и предмет исследования являются навигаторами в дальнейшей работе. Поэтому, в нашей работе объектом исследования является сетевая бизнес-структура. Предметом исследования выступают: методы, способы, подходы и логика формирования сетевой бизнес-структуры как инновационной формы развития ресторанного бизнеса.

Одним из наиболее перспективных с точки зрения инновационного развития является ресторанный бизнес. Для предприятий ресторанного бизнеса, недооценка инновационной составляющей в его деятельности привело к глубокому кризису и снижению конкурентоспособности ресторанов, дисбалансу их производственных мощностей, нарушению принципов и методов управления, снижению качества предоставляемых услуг. Методическое обеспечение для оценки эффективности инноваций и управления издержками инновационных проектов часто отсутствует, что затрудняет развитие ресторанного бизнеса. Все это указывает на необходимость соответствующих научных методических разработок. В нашем исследовании сетевая бизнес-структура ресторана рассматривается как инновационная форма развития, которая способна оптимизировать затраты на его развитие, сформировать конкурентные преимущества и повысить конкурентоспособность, как на отечественном, так и на международном рынках.

Понятие сетевая бизнес-структура не новое, еще в 1950-е годы прошлого века, появился новый тип бизнеса, в котором управление и контроль осуществлялись не из одного центрального офиса, а через сетевые структуры. Но, несмотря на свой возраст, пока нет четких критериев идентификации сетевых бизнес-структур, это объясняется тем, что сетевой бизнес шагнул далеко за пределы одного государства и его особенности формируются в зависимости от уровня его экономики и правовой базы. Это новый взгляд на бизнес, который отражает особенности цифровой экономики, отличающейся от экономики предыдущего периода с ее централизованной массовой рекламой. Для идентификации сетевой бизнес-структуры необходимо сформулировать основные ее признаки и основные критерии.

К критериям идентификации сетевой структуры можно отнести:

– организационно-управленческое взаимодействие должно стать основой формирования бизнес-структуры. Под бизнес-структурой понимается система сложившихся взаимоотношений между равноправными и независимыми партнерами, основанными на: создании руководящего органа; распределении полномочий и ответственности; свободной конкуренции между участниками; осуществление руководящим органом организационной и координационной деятельности для повышения конкурентоспособности сети в целом;

– формирование сетевой бизнес-структуры предполагает развитие мягкой интеграции, в виде: ассоциации, стратегического альянса, кластера, которые предусматривают сохранение самостоятельности участников;

– формирование единой системы ценностей, которая способствует созданию атмосферы взаимного доверия, соблюдению взаимных обязательств, взаимной поддержки; взаимного согласия участников в защите групповых интересов;

– сетевая структура должна отражать виды интеграционных связей (горизонтальные, вертикальные) между участниками сети и способствовать сетевому сотрудничеству.

Анализируя публикации по практике функционирования сетевых бизнес-структур, создается впечатление их идеальности, но на самом деле они обладают как достоинствами, так и недостатками, а именно:

Достоинства: сокращение издержек производственных и на заключение сделок; расширение доступа к инновационным технологиям и информации; ускорение выхода на новые рынки.

Недостатки: зависимость от кадрового состава и рисков, связанных с текучестью кадров; разнородность состава сети, неопределенность рынка сбыта; концентрация на ключевых видах компетенций в отличие от универсализации.

Сетевые бизнес-структуры предполагают решение проблем в области формирования и оформления партнерских отношений между бизнес-субъектами, нахождения компромисса между централизацией и децентрализацией управления, успешного хозяйствования нескольких субъектов в условиях достижения общих целей при значительной изменчивости и неопределенности внешней среды, снижения зависимости отдельной фирмы от собственных ресурсов.

**Выводы.** Сетевой подход в развитии бизнеса реализует концепцию взаимодействия, которая опирается на ряд таких признаков, как сходство целевых ориентиров, реально функционирующих бизнес-субъектов; необходимость использования мер государственной поддержки; необходимость привлечения инвестиций в условиях развивающихся рынков; развитие информационно-коммуникационных технологий; развитие изучения и конструктивного использования опыта, накопленного лидерами бизнес-сферы.

Развитие ресторанного бизнеса с использованием сетевой структуры позволит оптимизировать процедуру реализации инновационного проекта и повысить эффективность реализации инновационных проектов, которые разрабатываются предприятиями общественного питания.

## СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Асаул А. Н. Организация предпринимательской деятельности : учебник / А. Н. Асаул. — Спб. : ИПЭВ, 2009. — 336 с.
2. Бобылева А. З. Финансовые управленческие технологии / А. З. Бобылева. — М. : ИНФРА-М, 2007. — 492 с./
3. Качалов Р. М. Управление хозяйственным риском / Р. М. Качалов. — М. : Наука, 2002. — 191 с.
4. Ячменева В. М. Кластеры и сетевые структуры как форма межфирменных взаимодействий / В. М. Ячменева, Е. Ф. Ячменев // I научная конференция профессорско-преподавательского состава, аспирантов, студентов и молодых ученых "Дни науки КФУ им. В.И. Вернадского" / Сборник тезисов участников. — Симферополь : КФУ им. В.И. Вернадского, 2015. — Т. 7. — С. 306–307.
5. Ячменев Е. Ф. Кластеры: особенности и сущность формирования / Е. Ф. Ячменев, А. Месуветова // Актуальные проблемы и перспективы развития экономики: Труды XVI Международной научно-практической конференции (Симферополь-Гурзуф, 19-21 октября 2017 г.) / под. ред. проф. Апатова Н. В. — Симферополь : ИП Зуева Т.В., 2017. — С. 130–132.

© Э.Р. Головки, В.М. Ячменева

УДК 313.42

## ПРОБЛЕМЫ АДАПТАЦИИ БИЗНЕС-ПРОЦЕССОВ К ИЗМЕНЕНИЯМ В ОРГАНИЗАЦИИ

## PROBLEMS OF ADAPTATION OF BUSINESS PROCESSES TO CHANGES IN THE ORGANIZATION

Гончарова В.П., обучающаяся группы МО-141-о,  
Ячменева В.М., д.э.н., профессор,  
ФГАОУ ВО «КФУ им. В.И. Вернадского»,  
Институт экономики и управления, г. Симферополь

**V.P. Goncharova**, student, gr. MO-141-o  
**V.M. Yachmeneva**,  
Doctor of Economic Sciences, Professor,  
V.I. Vernadsky Crimean Federal University,  
Institute of Economics and Management, Simferopol

#### **Аннотация**

Обоснована необходимость внедрения информационно-аналитических систем в деятельность предприятия как способа повышения его уровня адаптации к изменяющимся условиям внешней среды. Выделено три типа ограничений по внедрению информационно-аналитической системы в деятельность предприятия (институциональные, организационные и поведенческие).

#### **Annotation**

The necessity of introduction of information-analytical systems to the enterprise performance as a way to improve its level of adaptation to changing environmental conditions. Identified three types of constraints for implementation of information-analytical system in the activities of the enterprise (institutional, organizational and behavioral).

**Ключевые слова:** информационно-аналитическая система, типы адаптации, типы ограничений, изменения в организации

**Keywords:** information-analytical system, adaptation types, constraint types, changes in the organization.

**Введение.** Необходимость успешной работы в конкурентной среде определяет и необходимость адаптации бизнес-процессов предприятия к ее изменяющимся условиям. Решение проблемы адаптации к изменяющимся условиям внешней среды тесно связано с процессами организационной и информационной поддержки, программного и технического обеспечения. Большинство руководителей современных предприятий, понимают, что информационно-аналитическая система необходима не только для ведения финансово-хозяйственной деятельности (бухгалтерской отчетности), но и для налаживания бизнес-процессов в целом как во внутренней, так и во внешней среде. Вполне очевидно, что информационное сопровождение всех процессов предприятия, от закупок сырья, до выпуска готовой продукции и ее сбыта, является необходимым фактором выживания предприятия и адаптации к динамично изменяющейся внешней среде.

**Целью исследования** является обоснование использования информационно-аналитических систем в деятельности предприятия как способа повышения его уровня адаптации к изменяющимся условиям внешней среды.

**Результаты исследования.** Несмотря на понимание руководителями предприятий необходимости внедрения информационно-аналитических систем, не все подходы к их разработке и реализации являются эффективными и приносят видимый экономический эффект. Непроработанным остается процесс внедрения информационно-аналитических систем, который может

не только не принести желаемого результата, но и вызвать обратный эффект, снизив эффективность деятельности предприятия. Это обосновывает потребность в разработке механизма внедрения информационно-аналитических систем на современных предприятиях с учетом особенностей их функционирования.

Возрастает роль информационно-аналитических систем в управлении деятельностью предприятия и его подсистемами, практическую значимость которых сложно не заметить. В условиях цифровой экономики, автоматизация деятельности предприятия является первостепенной задачей. Наиболее сложным в решении проблем адаптации при внедрении информационно-аналитических систем в деятельность предприятия является процесс преодоления ограничений.

Ограничения первого типа возникают на уровне государственной системы (институциональные), поэтому объявленная цифровизация экономики, снимает эту проблему.

Ограничения второго типа, являются универсальными и сопровождаются широкомасштабными подготовительными мероприятиями (организационные), которые требуют от предприятия затрат времени и ресурсов, а от руководства наличия профессиональных и проектных компетенций. Обычно преодоление таких барьеров требует от руководства фундаментального переосмысления технического, организационного и программного обеспечения.

Ограничения третьего типа являются поведенческими. Персонал является серьезным сдерживающим фактором при внедрении информационно-аналитической системы. Совокупность сдерживающих факторов представляет собой культурный стандарт предприятия, а их функция заключается в поддержании существующего порядка, поэтому внедрять информационно-аналитическую систему без предварительного согласования с коллективом может привести к саботажу. Чтобы этого не случилось, необходимо сформировать высокий уровень доверия коллектива к руководству и его идеям и обеспечить готовность к полной самоотдаче со стороны участников процесса изменений.

С точки зрения Морозюк Ю.В. [1] адаптация — это взаимное приспособление сотрудника и предприятия, основывающееся на постепенном вводе сотрудника в процесс производства в новых для него условиях труда и отдыха.

При масштабном техническом, технологическом, организационном и программном изменениях возникает потребность в:

- профессиональной адаптации, которая предусматривает формирование новых профессиональных компетенций, получение дополнительных знаний;
- социально-психологической адаптации, которая предусматривает формирование благоприятного климата в коллективе;

– организационно-административной адаптации – понимание работником организационных связей, наделенных полномочий и уровней ответственности;

– экономической адаптации – знакомство сотрудника с экономическими целевыми показателями, его участие в их достижении [2, 3].

**Выводы.** Внедрение информационно-аналитических систем в деятельность предприятия принесет желаемый экономический результат только при наличии разработанного механизма их внедрения, который будет учитывать все социально-экономические аспекты деятельности предприятия и всесторонне учитывать возможные риски. Необходимо уделить внимание не только качеству самой информационно-аналитической системы, ее функциональности, но и адаптации персонала к ее внедрению.

## СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Морозюк Ю. В. Внутренняя и внешняя характеристика человека как субъекта экономической деятельности / Ю. В. Морозюк, С. Н. Морозюк // Вестник Российского экономического университета им. Г. В. Плеханова. — 2012. — № 3. — С. 22–27.

2. Экономическая социология: Учебное пособие / Г. Г. Силласте; Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации. — 2-е изд., перераб. и доп. — М. : Альфа-М : ИНФРА-М, 2012. — 480 с.

3. Ячmeneва В. М. Адаптация населения и воспроизводство общества / В. М. Ячmeneва // Воспроизводство России в XXI веке: диалектика регулируемого развития: коллективная монография; том 2 / колл. авторов ; под ред. М. Л. Альпидовской, Н. В. Цхададзе, Д. П. Соколова. — Москва : РУСАЙНС, 2017. — 286 с. — С. 103–111.

© В.П. Гончарова, В.М. Ячmeneва

УДК 331.101

## ОСНОВНЫЕ ПРОБЛЕМЫ МОТИВАЦИИ ПЕРСОНАЛА

### THE MAIN PROBLEMS OF STAFF MOTIVATION

**Дышловой И.Н.**, д.э.н., профессор,  
**Нурмамбетова Ф.Р.**, обучающаяся группы МО-332-о,  
ФГАОУ ВО «КФУ им. В.И. Вернадского»,  
Институт экономики и управления, г. Симферополь

**I.N. Dishlovoi**,  
Doctor of Economic Sciences, Professor,  
**F.R. Nurmambetova**, student, gr. MO-332-o  
V.I. Vernadsky Crimean Federal University,  
Institute of Economics and Management, Simferopol

### **Аннотация**

В данной статье рассматриваются основные проблемы мотивации персонала в современных экономических условиях, раскрыты основные понятия, связанные с системой мотивации и даны рекомендации по решению проблем мотивации персонала в организации.

### **Annotation**

This article discusses the major problems of staff motivation in the current economic environment, the basic concepts related to the system of incentives and recommendations for resolving the problems of staff motivation in organizations.

**Ключевые слова:** мотивация, мотив, персонал, проблематика.

**Keywords:** motivation, motive, personnel, problematics.

**Введение.** В современных экономических условиях человек становится одним из важнейших ресурсов необходимых для успешного функционирования организации. Для качественного выполнения персоналом своих обязанностей его необходимо правильно мотивировать, что в свою очередь повлияет на снижение текучести кадров, повышение их заинтересованности к собственному труду, а также повышение квалификации работников и, как следствие, деятельности всей организации в целом. Современный менеджмент находится в постоянном развитии, что в свою очередь порождает новые проблемы, которые требуют качественного решения. В целях эффективного управления персоналом активно внедряются и используются различные мотивационные аспекты. В настоящий момент под воздействием неэффективной системы мотивации и ряда других факторов наблюдается снижение эффективной деятельности работников, их социальной и творческой активности. Именно поэтому уделяется все большее внимание к проблемам мотивации сотрудников в современном управлении персоналом.

**Цель исследования.** является рассмотрение основных проблем мотивации персонала в современных экономических условиях, уточнение основных понятий, связанных с системой мотивации, предложения и рекомендации по решению проблем мотивации персонала в организации.

**Результаты исследования.** В условиях формирования современного рынка труда необходимо учитывать национальные особенности страны. Что касается Российской Федерации, то одной из основных проблем в процессе реформирования ее экономики является недоиспользование творческого потенциала работников, что способствует низкой эффективности деятельности трудовых ресурсов в организации. На данном этапе ведется активный поиск новых эффективных форм управления деятельностью человека, происходит анализ и переоценка представлений о мотивации человеческого труда.

Мотивация — это совокупность определенных процессов, побуждающих работников к качественной и эффективной деятельности для достижения целей организации [1].

Мотивами являются внутренние побудители, которые могут быть индивидуальными, групповыми или коллективными. В свою очередь, стимулы являются внешними побудителями, которые задаются организацией в процессе деятельности, а не самими сотрудниками. Система мотивации и стимулирования персонала определяется организацией в соответствии с его целями, возможностями и уровнем профессионализма руководства [2].

В настоящий момент проблема мотивации остается одной из самых актуальных и трудноразрешимых в практическом аспекте.

Правильное использование творческого потенциала персонала организации во многом определяется разработкой научно-обоснованных рекомендаций по повышению эффективной деятельности сотрудников, включая подбор и расстановку кадров, которым зачастую уделяется мало внимания. На данный момент главную роль в выборе правильной системы мотивации в организации играют высококвалифицированные менеджеры. Такие руководители будут способствовать модернизации системы управления персоналом и рационального использования кадрового потенциала организации. Разработка и внедрение новых мотивационных моделей в организации позволит удерживать и привлекать высококвалифицированные кадры, улучшит заинтересованность работников в собственном труде, повысит его производительность, что в целом повлияет на повышение эффективности деятельности всей организации в целом.

Для осуществления качественной и эффективной мотивации необходимо:

1. Учитывать модель основного процесса мотивации (потребность-потребитель-действие и влияние опыта, ожиданий);
2. Учитывать факторы, влияющие на мотивацию сотрудников (изучить основной набор потребностей и условия, при которых эти потребности могут быть удовлетворены);
3. Определить, что мотивация не может стремиться к созданию только чувства удовлетворенности, так как чрезмерное употребление этим может повлиять на появление у сотрудника полного чувства самодовольствия [3].

Правильная система мотивации должна отражать интересы не только организации, но и сотрудников, включая в себя разнообразные формы материального, социального и морального вознаграждения. К сожалению, на данный момент множество организаций ошибочно полагают, что наибольшую силу имеют лишь материальные поощрения, однако в действительности не следует пренебрегать социально-психологическими методами мотивациями, влияющими на повышение эффективности деятельности сотрудников не в меньшей степени.

Руководству организаций необходимо соблюдать ряд следующих правил для осуществления эффективной системы мотивации:

- подбор кадров необходимо осуществлять в соответствии с четкими критериями и требованиями к соискателям;

- распределение обязанностей и структура управления с закрепленными полномочиями и функциями не должны быть размытыми;
- необходимо четко регламентировать процесс выполнения работы и критерии ее оценки;
- необходима разработка и внедрение справедливой и эффективной системы санкций;
- система мотивационных мероприятий должна четко соответствовать целям организации, удовлетворяя потребности сотрудников.

Разумеется, данные рекомендации не являются единственными и стандартными для всех организаций и могут корректироваться в зависимости от специфики ее деятельности, личностных характеристик сотрудников и т.д.

**Выводы.** Таким образом, на данный момент проблемы мотивации сотрудников не перестают быть актуальными и менеджменту организаций необходимо уделять особое внимание разработке систем мотивации, которые смогут обеспечивать продуктивность работы персонала, добиваться получения эффективного выполнения своих должностных обязанностей сотрудниками, что в целом повлияет на повышение эффективности деятельности организации.

## **СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ**

1. Семенов А. К. Организационное поведение: учебник для бакалавров / А. К. Семенов, В. И. Набоков. — М. : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К», 2015. — 476 с.
2. Голобурдонова Н. А. Современные тенденции в мотивации и стимулировании персонала / Н. А. Голобурдонова. — 2006. — № 23 (153). — С. 65–69.
3. Модели и методы управления персоналом : Российско-британское учебное пособие / Под ред. Е. Б. Моргунова (Серия «Библиотека журнала «Управление персоналом»). — М. : ЗАО «Бизнес-школа «Интел-Синтез», 2001. — 464 с.

© И.Н. Дышловой, Ф.Р. Нурмамбетова

**УДК 338.24**

### **СОВМЕСТНОЕ ИСПОЛЬЗОВАНИЕ СИСТЕМЫ ПОКАЗАТЕЛЕЙ EVA И BSC ДЛЯ ЭФФЕКТИВНОЙ РЕАЛИЗАЦИИ СТРАТЕГИИ ПРЕДПРИЯТИЯ**

### **JOINT USE OF EVA AND BSC INDICATORS FOR EFFECTIVE IMPLEMENTATION OF THE ENTERPRISE STRATEGY**

**Ислямова Э.Р.**, к.э.н, доцент,  
ФГАОУ ВО «КФУ им. В.И. Вернадского»,  
Институт экономики и управления, г. Симферополь

**E.R. Islyamova,**  
Candidate of Economic Sciences, Associate Professor,  
V.I. Vernadsky Crimean Federal University,  
Institute of Economics and Management, Simferopol

#### **Аннотация**

В статье представлен подход целесообразного использования системы показателей BSC и EVA в целях эффективной реализации стратегии предприятия.

#### **Annotation**

The article presents an approach to the appropriate use of the BSC and EVA indicators in order to effectively implement the enterprise strategy.

**Ключевые слова:** стратегия, стоимость компании, добавленная экономическая стоимость (EVA), система сбалансированных показателей (Balanced Scorecard, BSC).

**Keywords:** strategy, company value, added economic value (EVA), balanced scorecard (BSC).

**Введение.** Реализация выбранной предприятием стратегии развития предполагает внедрение соответствующих управленческих технологий, направленных на достижение целей стратегии. Управление финансовыми показателями, как правило, осуществляется через мониторинг показателя добавленной экономической стоимости (economic value added, EVA), который является объемным индикатором качества управленческих решений по реализации стратегии: положительная величина свидетельствует об увеличении стоимости компании, отрицательная – о снижении. Однако данный показатель имеет существенный недостаток, это ориентированность в большей степени на финансово-экономические показатели. Тогда как в современной действительности, где уделяется большее внимание нефинансовым показателям, в расчете EVA они не участвуют.

В этой связи, управление нефинансовыми показателями, многими авторами [1, 2, 4, 5], предлагается на основе системы сбалансированных показателей (Balanced Scorecard, BSC), тем самым нивелируя недостаток показателя EVA, опирающийся только на финансовые денежные показатели.

**Цель исследования.** Разработать систему взаимосвязанных показателей совместного использования системы BSC и EVA в целях эффективной реализации стратегии.

**Результаты исследования.** Система сбалансированных показателей (Balanced Scorecard, BSC) — это система управления стратегическим развитием компании и оценки её эффективности, которая переводит миссию и общую стратегию в систему показателей. Система была разработана в 90-х годах учеными Р. Капланом и Д. Нортон [3]. Большинство компаний из рейтинга TOP-100 применяет данную систему, среди них Xerox, Volvo, Electrolux и др.

Данная система лежит в сфере стратегического менеджмента, но позволяет эффективно увязать стратегию развития предприятия и оперативное управление. Система строится на балансе финансовых и нефинансовых показателей, в основе которых отобраны факторы, ведущие к достижению цели компании. Все цели компании сбалансированы по различным аспектам деятельности компании и охватывают следующие области: финансы, клиенты, внутренние процессы, обучение и развитие

Структура BSC состоит из верхнего уровня где находится миссия, стратегия развития компании и на нижнем уровне конкретный вклад каждого работника в достижении данной миссии и стратегии развития компании. BSC может быть использован и как инструментальный, в рамках которого разрабатывается стратегия, и в рамках которого производится мотивация руководителей и сотрудников подразделений.

В рассматриваемой модели реализации стратегии объединение двух основных составляющих управления стоимостью компании: управление финансовыми через показатель EVA и управление нефинансовыми показателями в системе сбалансированных показателей, является оптимальным.

Система управления на основе BSC строится на следующих принципах:

1. Причинно-следственная взаимосвязь всех показателей;
2. Связь результирующих показателей, которые компания имеет определяет и измеряет по окончанию определённого периода, а также упреждающих показателей, которые можно оперативно измерить.
3. Связь всех качественных и количественных показателей с финансовыми результатами деятельности.

Система управления на основе EVA строится на следующих принципах:

1. Цель инвестирования капитала собственниками – получение прибыли;
2. Компания создана для получения добавленной экономической стоимости;
3. Персонал компании с помощью системы мотивации направлен на повышение стоимости компании.

Для реализации комбинированной модели EVA и BSC, предприятием определяются важнейшие финансовые и нефинансовые показатели деятельности, влияющие на реализацию стратегии. Все показатели распределяются выше обозначенным аспектам деятельности. Показатели, участвующие в расчете EVA, включаются в аспект «Финансы».

На примере автотранспортного предприятия разработан комплекс показателей, распределенных по различным аспектам для реализации выбранной стратегии «Увеличение доли городских пассажирских перевозок», отображены на рис. 1.

<p style="text-align: center;"><b>ФИНАНСЫ</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Стоимость компании</li> <li>• Прибыль NOPAT</li> <li>• Инвестированный капитал</li> <li>• Стоимость капитала</li> <li>• Выполнение бюджета по доходам и расходам</li> <li>• Подача в срок форм финансовой отчетности</li> <li>• Минимизация затрат</li> </ul>	<p style="text-align: center;"><b>КЛИЕНТЫ</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Лояльность клиентов (пассажиропоток)</li> <li>• Качество обслуживания клиентов:</li> <li>• Комфортность (количество новых автобусов, оборудованных кондиционерами, холодильниками, видеопанелями)</li> <li>• Безопасность (количество ДТП)</li> <li>• Удовлетворенность клиентов (количество жалоб)</li> <li>• Стабильность (количество сходов)</li> <li>• Признание торговой марки (соц. опрос)</li> </ul>
<p style="text-align: center;"><b>ВНУТРЕННИЕ ПРОЦЕССЫ</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Время для вывода новых маршрутов</li> <li>• Оптимизация маршрутов</li> <li>• Затраты времени на ремонт</li> <li>• Использование мощностей</li> <li>• Оборачиваемость склада</li> <li>• Загрузка парка</li> <li>• Уровень сходов</li> <li>• Количество ДТП</li> <li>• Участие в жизни региона</li> <li>• Период безубыточности (маршрутов)</li> <li>• Инновации (количество авторских свидетельств)</li> <li>• Точность планирования (отклонения от бюджета)</li> </ul>	<p style="text-align: center;"><b>РАЗВИТИЕ И ОБУЧЕНИЕ</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Лояльность сотрудников: <ul style="list-style-type: none"> <li>- Средний стаж работы на предприятии;</li> </ul> </li> <li>• Удовлетворенность работников: <ul style="list-style-type: none"> <li>- Текучесть кадров;</li> </ul> </li> <li>• Качественный состав персонала: <ul style="list-style-type: none"> <li>- Уровень образования (количество человек с высшим, средним специальным образованием);</li> <li>- Количество нарушений корпоративной этики</li> </ul> </li> <li>• Эффективность трудовых процессов: <ul style="list-style-type: none"> <li>- прибыль на 1 работника</li> <li>- производительность труда</li> </ul> </li> <li>• Количество рационализаторских предложений работников</li> <li>• Уровень привлекательности компании как работодателя: <ul style="list-style-type: none"> <li>- Количество заявлений на замещение вакантных должностей</li> <li>- Количество оснащенных рабочих мест.</li> </ul> </li> </ul>

Рис. 1. Комплекс показателей комбинированной модели EVA и BSC для предприятия

Все показатели имеют причинно-следственные взаимосвязи между собой и подчинены реализации стратегической цели предприятия. На рис. 2 наглядно представлены связи между основными показателями комбинированной системы всех аспектов деятельности, которые стягиваются на самый главный показатель деятельности – стоимость компании, ориентированный на увеличение. Разложение показателей таким способом позволяет рассмотреть зависимости каждого в отдельности взятого показателя от других показателей, его вес в общей системе, нацеленной на реализацию главной задачи.

В соответствии с организационной структурой предприятия, данные показатели распределяются по сферам влияния и зонам ответственности, как это показано на рис. 3. Для подразделений и отделов определяются пути достижения во времени запланированных результатов через конкретные

плановые задания, на основе которых разрабатываются системы мотивации, осуществляется распределение ресурсов, проектирование стратегических мероприятий. При этом данная система через тестирование промежуточных результатов реализации стратегии и обновление последней с отражением полученных данных, позволяет осуществлять обратную связь.

Результатом внедрения комбинированной системы управления на основе BSC и EVA в рамках реализации стратегии, направленной на повышение стоимости «Увеличение доли городских пассажирских перевозок» является:

- Система позволяет быстро переводить реализацию стратегии на уровень конкретных мероприятий, тем самым позволяя максимально ориентировать действия на достижение стратегии;

- Система позволяет достигнуть синергетический эффект за счет направления усилий всех подразделений компании на достижение стратегии;

- Система с помощью системы коммуникаций, мотивации, позволяет направить усилия всех сотрудников на реализацию стратегии;

- Система позволяет связать стратегию и бюджет, а также с помощью аналитических и информационных систем постоянно управлять процессом и проводить стратегическое обучение;

- Система создаёт в том числе и мотивы для эффективного труда всех сотрудников;

- Система позволяет создать эффективную систему оценки деятельности компании, которая наиболее точно определяет фактическую прибыльность компании;

- Система включает весь комплекс управленческих решений, начиная от установки целей, планирования, организации, контроль, а также размещение капитала, приобретение и продажа активов;

- Система результатов и вознаграждения на основании показателя EVA позволяет соединить интересы менеджеров и собственников (акционеров);

- Система включающей управление и вознаграждение на основе взаимосвязи показателей BSC и EVA ведёт к изменению корпоративной культуры.

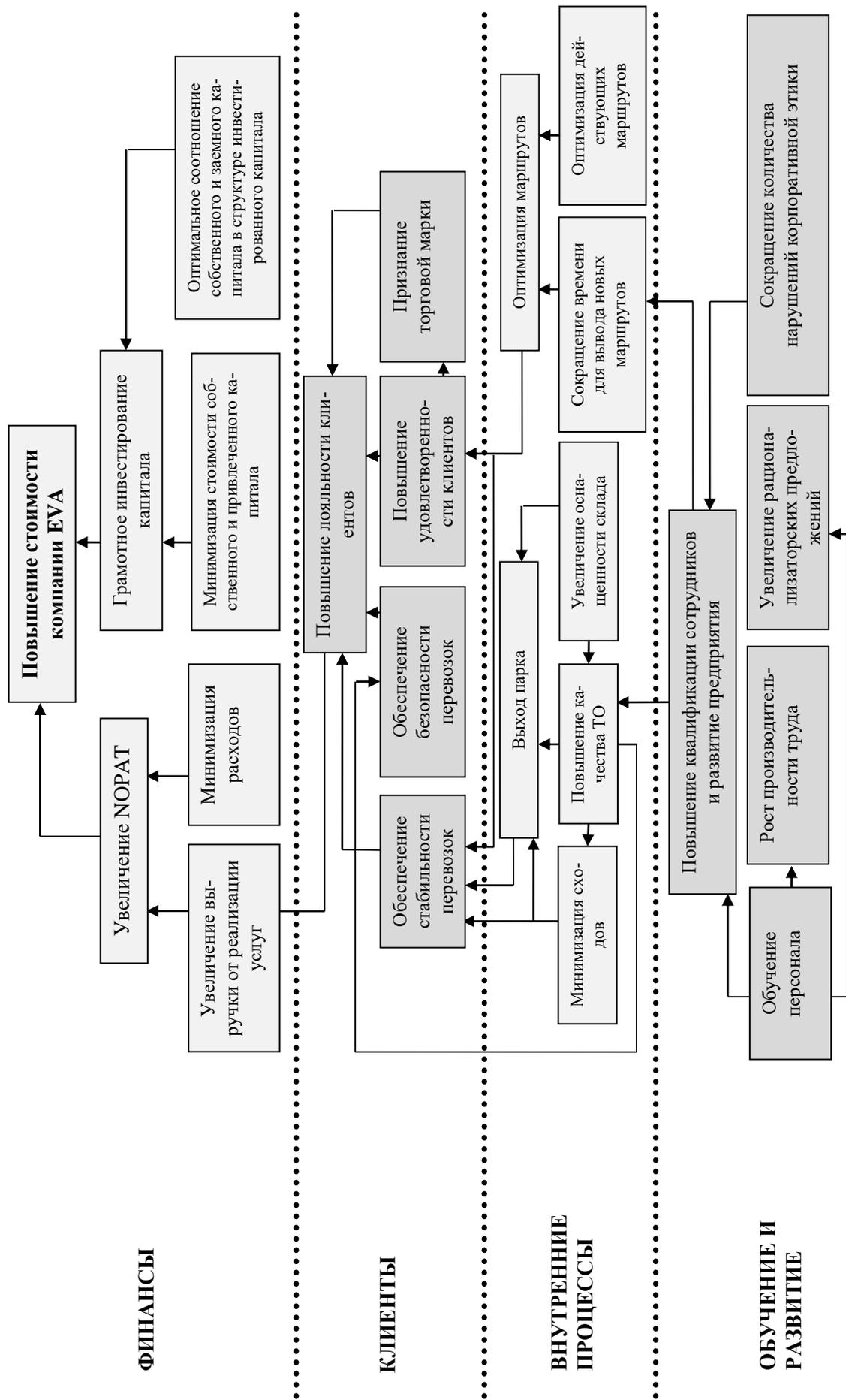


Рис. 2. Причинно-следственные связи между показателями при реализации стратегии автотранспортным предприятием

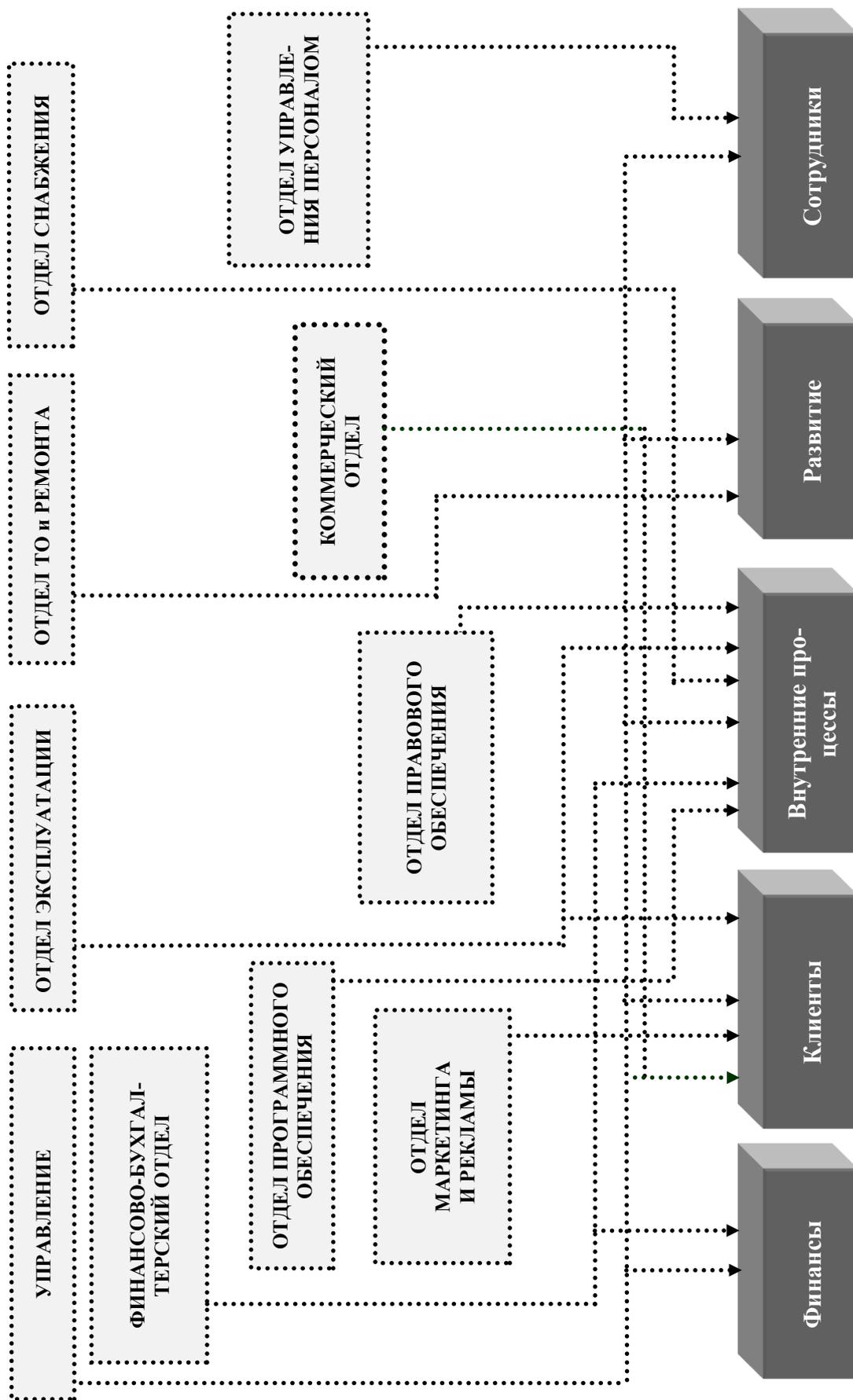


Рис. 3. Распределение сфер влияния при реализации стратегии автотранспортного предприятия

**Выводы.** Совместным использованием систем управления на основе BSC и EVA для реализации стратегии предприятия, направленной на повышение стоимости, достигается наибольший эффект: показатель EVA в качестве общей стратегической цели, в качестве финансовой перспективы сбалансированной системы показателей, а также основы для системы мотивации руководства; а BSC в качестве основного инструмента управления для создания организации, ориентированной на увеличение стоимости.

Исходя из вышеизложенного, следует заключить, что стоимостной подход, примененный к автотранспортному предприятию, позволяет определить не только стратегию, повышающую благосостояние собственников и работников, но и предоставляет инструментарий для ее успешной реализации.

## СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Валдайцев С. В. Оценка бизнеса и управление стоимостью предприятия. — М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2001. — 258 с.
2. Есипов В. Е. Оценка бизнеса / В. Е. Есипов, Г. Маховикова. — СПб. : Питер, 2001. — 464 с.
3. Каплан Роберт С, Нортон Дейвид Я. Организация, ориентированная на стратегию. Пер. с англ. — М. : ЗАО «Олимп-Бизнес», 2004. — 416 с.
4. Коупленд Т., Коллер Т., Муррин Дж. Стоимость компаний: оценка и управление. Пер. с англ. — М. : ЗАО «Олимп-Бизнес», 2005. — 576 с.
5. Young S. D., O'Byrne S. O. EVA and value-based management: a practical guide to implementation. — New York: McGraw-Hill, 2001.

© Э.Р. Ислямова

УДК 338.24

## РЕИНЖИНИРИНГ КАК МЕТОД ОПТИМИЗАЦИИ БИЗНЕС-ПРОЦЕССОВ ПРЕДПРИЯТИЯ

## REENGINEERING AS A METHOD OF OPTIMIZATION OF BUSINESS PROCESSES OF THE ENTERPRISE

**Кузьмина Н.В.**, к.э.н, доцент,  
ФГАОУ ВО «КФУ им. В.И. Вернадского»,  
Институт экономики и управления, г. Симферополь

**N.V. Kuzmina**,  
Candidate of Economic Sciences, Associate Professor,  
V.I. Vernadsky Crimean Federal University,  
Institute of Economics and Management, Simferopol

### **Аннотация**

В работе рассмотрены теоретические основы реинжиниринга и особенности практического его применения в процессе оптимизации бизнес-процессов предприятия, посредством которого возможно разработать план действий по переходу из ситуации «как есть» в ситуацию «как надо».

### **Annotation**

The paper examines the theoretical foundations of reengineering and features of its practical implementation in the process of optimization of business processes of an enterprise, through which it is possible to develop a plan for transitioning out of the situation «as is» in the situation «right».

**Ключевые слова:** реинжиниринг, бизнес-процесс, фундаментальное переосмысление, радикальное перепроектирование.

**Keywords:** reengineering, business process, fundamental rethinking, radical redesign

**Введение.** Современные условия хозяйствования все чаще требуют от предприятий новых эффективных подходов к управлению и организации их деятельности. И это, прежде всего, вызвано постоянно происходящими изменениями во внешней среде, которые не всегда оказывают положительное влияние на уровень эффективности деятельности предприятия. Известно, что деятельность любого предприятия состоит из достаточно большого количества повторяющихся бизнес-процессов, каждый из которых представляет собой определенную последовательность действий и решений, направленных на достижение поставленной цели. В условиях санкций, эффективность деятельности предприятия (и, следовательно, показатели эффективности ее деятельности) в значительной степени зависят, во-первых, от эффективности реализации его бизнес-процессов, во-вторых, от уровня ресурсозависимости. В этой связи возникает необходимость в разработке новых, современных подходов к анализу и оптимизации бизнес-процессов и процесса импортозамещения.

**Целью исследования** является обзор и изучение теоретических основ реинжиниринга бизнес-процессов, которые в совокупности позволят раскрыть не только сущность реинжиниринга, но и определить инструментарий для его проведения.

**Результаты исследований.** Как показал анализ теории реинжиниринга, его основоположниками являются Майкл Хаммер и Джеймс Чампи, которые обнародовали результаты своих исследований в книге «Реинжиниринг корпорации: манифест для революции в бизнесе» и определили реинжиниринг как «фундаментальное переосмысление и радикальное перепроектирование бизнес-процессов для достижения существенных улучшений в таких ключевых для современного бизнеса показателях результативности, как затраты, качество, уровень обслуживания и оперативность» [1, с. 59]. И это определение реинжиниринга, по мнению автора, можно считать класси-

ческим, поскольку последователи М. Хаммера и Д. Чампи, такие как Тельнов, Ю.Ф. [3], Силич, М.П., Силич В.А. [4], Громов А. И., Флейшман А., Шмидт В. [5], не внесли в него существенных дополнений и изменений.

Анализируя данное определение, по мнению автора, следует выделить некоторые ключевые слова и словосочетания, которые помогут определить и раскрыть экономическую сущность реинжиниринга. К ним следует отнести «бизнес-процесс», «фундаментальное переосмысление» и «радикальное перепроектирование».

Так, важным ключевым словом в определении реинжиниринга является понятие «бизнес-процесс». Данное понятие является многозначным, и в настоящее время не существует общепринятого определения понятия «бизнес-процесс». Все подходы к раскрытию сущности бизнес-процесса определяют прежде всего акцентированное внимание на том, что бизнес-процессы — это совокупность последовательных действий, которые являются непрерывными и имеют определенные входы (возникновение идеи бизнеса, поставка ресурсов, идеи нового продукта, услуги и т.д.) и выход в виде продукта, способного удовлетворить потребности потребителя (клиента) на рынке товаров и услуг. Таким образом, бизнес-процесс охватывает всю организацию как по иерархии, так и по гетерархии.

Понятие «фундаментальное переосмысление» предполагает получение ответов на ряд наиболее острых вопросов в деятельности предприятия, а именно: «Почему мы должны делать то, что мы делаем?», «Почему мы должны делать это тем способом, которым мы это делаем?». В этой связи, реинжиниринг сначала определяет, ЧТО предприятие должно делать, а затем — КАК делать и не гарантирует сохранения, ни чего из прежнего опыта. Другими словами, реинжиниринг игнорирует то, что есть, и концентрируется на том, что должно быть.

Далее, раскроем сущность понятия «радикальное перепроектирование», которое базируется на изменении вещей в самом их основании, а в бизнес-реинжиниринге радикальность означает отбрасывание всех существующих структур и процедур и воплощение совершенно новых способов выполнения работ.

Обобщая, отметим, что экономическая сущность реинжиниринга заключается в перестройке (перепроектировании) бизнес-процессов для достижения радикального, скачкообразного улучшения деятельности предприятия. При этом реинжиниринг как метод оптимизации бизнес-процессов предприятия позволит организовать хозяйственно-экономическую работу именно таким образом, чтобы учесть спрос на современном рынке и возможности использования современных технологий по программе импортозамещения. В этой связи реинжиниринг бизнес-процессов должен начинаться с описания и оценки ситуации «как есть». Далее, чтобы понять и оценить, как и зачем оптимизировать бизнес-процессы следует разработать цели и стратегию их изменений, то есть разработать, во-первых, модель системы управления «как нужно», а, во-вторых, план действий по переходу из

ситуации «как есть» в ситуацию «как надо». В данной ситуации аналитики при разработке плана действий по переходу из ситуации «как есть» в ситуацию «как надо» предлагают выделять в качестве необходимых шагов реинжиниринга бизнес-процессов предприятия, следующие:

Шаг 1: Выбор стратегических приоритетов в деятельности предприятия для формулирования целей бизнес-реинжиниринга и определения наиболее эффективных бизнес-процессов предприятия.

Шаг 2: Разработки модели существующей компании «как есть» на основе формализации бизнес-процессов и функциональной структуры предприятия до начала проведения изменений.

Шаг 3: Анализ модели деятельности существующего предприятия и выявление узких мест с точки зрения функциональной структуры компании и ее бизнес-процессов.

Шаг 4: Проектирование новой функциональной структуры и бизнес-процессов предприятия на основе методов бизнес-реинжиниринга.

Шаг 5: Разработка и внедрение поддерживающих информационно-аналитических систем, определение количества требуемых ресурсов (организационных, технических, технологических и программных).

Шаг 6: Переход предприятия на новую функциональную структуру и сопровождающие ее бизнес-процессы.

Следует отметить, что предложенные шаги не являются строго регламентированными, при разработке плана действий по переходу из ситуации «как есть» в ситуацию «как надо» на практике выполняются не строго последовательно, а частично параллельно, причем некоторые шаги могут быть циклическими. Как любой аналитический метод, метод реинжиниринга оптимизации бизнес-процессов, имеет свои особенности и преимущества. Так, применение реинжиниринга как метода оптимизации бизнес-процессов предприятия позволит:

- уменьшить количество производственных, хозяйственных и финансовых ошибок, что повлечет за собой отказ от специальной группы сотрудников осуществляющих аудит и контролинг;

- повысить управляемость предприятием за счет организационных изменений;

- минимизировать согласования по вертикали и горизонтали;

- наделить полномочиями исполнителей самостоятельно принимать решения;

- наделить сотрудников большими полномочиями и ответственностью для организации работы, с целью повышения отдачи труда;

- оптимизировать организационную среду, с целью сокращения уровней внутрифирменной иерархии.

**Выводы.** Таким образом, следует отметить, что реинжиниринг является одним из современных и наиболее эффективных методов, направленных на оптимизацию бизнес-процессов предприятия с целью повышения не

только уровня конкурентоспособности предприятия, но и его прибыльности, а также производительности труда. Однако практическое применение реинжиниринга требует разработки определенного алгоритма и адаптации к современным условиям хозяйствования в режиме санкций, что и определяет перспективность дальнейших авторских исследований.

## СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Хаммер, Майкл Реинжиниринг корпорации: Манифест для революции в бизнесе / Майкл Хаммер, Джеймс Чампи ; Пер. с англ. — Спб. : Издательство С.-Петербургского университета, 1997. — 332 с.

2. Хаммер, Майкл Быстрее, лучше, дешевле: девять методов реинжиниринга бизнес-процессов [Текст] / Майкл Хаммер, Лиза Хершман ; пер. с англ. М. Иутина. — 2-е изд. — М. : Альпина Паблишер, 2014. — 351 с.

3. Тельнов, Ю.Ф. Реинжиниринг бизнес-процессов [Электронный ресурс] : учеб. пособие — Электрон. дан. — Москва : Финансы и статистика, 2005. — 320 с. — Режим доступа: <https://e.lanbook.com/book/53886>.

4 Силич, М.П. Реинжиниринг бизнес-процессов [Электронный ресурс] : учеб. пособие / М.П. Силич, В.А. Силич. — Электрон. дан. — Москва : ТУСУР, 2007. — 200 с. — Режим доступа: <https://e.lanbook.com/book/4956>.

5. Громов, А. И. Управление бизнес-процессами: современные методы [монография] / А. И. Громов, А. Флейшман, В. Шмидт ; под ред. А. И. Громова. — М. : Издательство Юрайт, 2016. — 367 с.

© Н.В. Кузьмина

УДК 338.1

## ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ СИСТЕМЫ МАРКЕТИНГА

## TRENDS IN THE DEVELOPMENT OF MARKETING SYSTEM

**Лозгачева Т.М.**, к.э.н, доцент,  
ФГБОУ ВО «Нижегородский государственный  
технический университет им. Р.Е. Алексеева»  
г. Нижний Новгород

**T.M. Lozgacheva**,  
Candidate of Economic Sciences, Associate Professor,  
Nizhny Novgorod State Technical University named after  
R. E. Alekseev, Nizhny Novgorod

### Аннотация

В работе рассматривается система маркетинга через элементы; выявляются текущие тенденции реализации маркетинговых элементов на основе современных инструментов; подчеркивается систематичность маркетинговой деятельности для компаний.

### Annotation

In this article the marketing system through the elements and identifies the current trends in the implementation of marketing elements on the basis of modern tools; and emphasizes the systematic marketing activities for companies.

**Ключевые слова:** система маркетинга, элементы маркетинга, маркетинговые исследования, маркетинговая стратегия, система продаж.

**Keywords:** marketing system, elements of marketing, marketing research, marketing strategy, sales system.

**Введение.** Последнее десятилетие XXI века сильно изменило понимание и необходимость использования маркетинга, что стало результатом существенной трансформации сознания участников рынка и смены каналов коммуникаций.

**Цель исследования** – определить предварительные результаты 2017 года и выявить тенденции развития системы маркетинга в организациях.

**Результаты исследования.** Эффективность деятельности и возможности развития любой компании вне зависимости от размера и сферы бизнеса напрямую определяются качеством реализации системы маркетинга. Следует отметить, что именно система маркетинга в большинстве организаций России представлена крайне слабо и это одна из причин недостаточной конкурентоспособности наших компаний на рынке. Исторически в отечественных организациях маркетинг представлен только одной-двумя функциями, часто происходит подмена маркетинговых понятий в практике хозяйствования, кроме того на рынке постоянно существует потребность в профессиональных кадрах; поэтому требуется, прежде всего, качественное изучение методологической базы для эффективного применения ее на практике. Сегодня решить такую проблему можно через приобретение профессиональных сотрудников в компанию, либо путем заключения консалтингового договора.

Рассмотрим систему маркетинга по элементам и выясним текущие тенденции их функционирования.

Первым и основополагающим элементом является комплексное изучение рынка, так как именно с него и начинаются проблемы в отечественных компаниях. Произвести продукт мало, главное выявить неудовлетворенную потребность и составить портрет потребителя. К сожалению, у среднего бизнеса часто происходит неверное представление о возможности деятельности компании на этапе производства нового товара, это результат некачественных исследований и допущений при разработке бизнес-плана. Однако при создании новых компаний или проектов в крупных корпорациях такие ошибки встречаются гораздо реже, поскольку инвесторы всегда требуют проработанный маркетинговый план. Список компаний, осуществляющих маркетинговые исследования невелик – 108 компаний на всю Россию,

причём 101 из них находится в Москве [2]. Данные цифры говорят о концентрации бизнеса и одновременно о низкой потребности в исследованиях. Одним из путей разрешения может быть Росстат с базой данных, но необходимо качественно ее обработать, дополнить и проанализировать, а также представить прогнозы по каждому рынку и эту работу выполнить может только профессионал, которых крайне мало на рынке труда.

Самый простой для понимания элемент – реклама, за текущий год существенно изменился. Впервые интернет-реклама превысила по объему дохода телевизионную и это только начало. Статистика говорит, что до 86% покупок пользователи совершают через интернет, а значит реально продавать товары и услуги можно и нужно через Интернет-ресурсы. Сегодняшнего покупателя можно найти в интернет-магазине чаще, чем в торговом зале; он активно пользуется социальными сетями, мессенджерами, видеоканалами и редко смотрит телевизор; он пользуется поисковыми системами и получает электронные письма. Рекламные продукты должны быть там, где присутствует потенциальный потребитель, а также они должны правильно формировать воронку продаж с высокой конверсией; поэтому инструменты создания и управления рекламой являются главными тенденциями эффективных организаций.

Одним из инструментов рекламы является рекламные кампании в Яндекс.Директ и Вконтакте, формирование и управление которыми стало одной из востребованных специальностей, и спрос на подобные услуги будет расти. Однако, отправной точкой является сайт компании, к которому Яндекс, как поисковая система России, предъявляет, по официальным данным, не менее 1500 показателей оценки. Поэтому, требуются специалисты IT-отрасли, способные качественно создавать архитектуру и контент, осуществлять SEO-оптимизацию и анализ Яндекс.Метрики.

Организация реализации продукции является продолжением рекламы и призвана обеспечить не только одноразовую продажу, сколько создать культуру повторных и комплексных продаж одному клиенту. Сегодня существует множество инструментов: CRM, триггеры, welcome-рассылка, обучающие программы и т.д. Отправной точкой для применения инструментов должна быть правильно выбранная маркетинговая стратегия, выявленная на основе качественного исследования. Таким образом и проявляется система маркетинга – каждый последующий элемент связан с предыдущими. Проводя выбор маркетинговой стратегии, следует учитывать специфику компании и рынков, на которых происходят продажи. Можно сказать, что большинство отечественных компаний реализует стратегию применения маркетинговых инструментов как некое преимущество в товаре ввиду высокой конкуренции на рынке.

Систематизация продаж на основе карт клиента (СJM), выполнение правил сделок, составление продающих коммерческих предложений, эффективная программа лояльности клиентов и многое другое позволит ком-

пании организовать действенную систему формирования выручки. Применение CRM позволит компании автоматизировать взаимоотношения с потребителями, но выбор ее зависит от множества факторов и внедрение следует начинать с тестирования системы, тем более, что большинство разработчиков предлагают данную услугу бесплатно.

За 2017 год представлен топ 10 рейтинг CRM-систем, возглавляют который StorVerk CRM, Terrasoft, Microsoft Dynamics CRM [1]. В некоторых источниках говорится о 20 системах (приведен в списке литературы [5]), однако за последние 2-3 года появились отдельные разработчики, которые еще не вошли в эти списки, поэтому на рынке присутствует не менее 30 программных продуктов.

Следующий элемент – управление и планирование ассортимента продукции – это результат постоянного мониторинга рынка по реализации продукции. На сегодняшний день программные продукты обеспечивают максимальную оптимизацию данной деятельности при высокой профессиональной компетенции персонала. Каждая компания выбирает тот способ автоматизации производства и продаж, который обеспечит оптимальные условия выполнения бизнес-процессов. Безусловно, крупные компании прошли значительный путь в решении данного вопроса, средний бизнес – частично решил его, а малому – еще только предстоит решить эту задачу. На сегодняшний день, в крупных городах России проходят как региональные, так и федеральные обучающие семинары, однако много материала есть и в интернет-образовательной среде, главное – правильная настройка IP-адресного запроса пользователя.

Ценообразование, как следующий элемент маркетинга, взаимосвязано со всеми ранее рассмотренными элементами, а также с системой управления финансами. Тенденции его развития неразрывно связаны с потребительской способностью и качеством рекламы.

Освоение и внедрение на рынок новых видов продукции основано на маркетинговых исследованиях и технологических возможностях компании. Мало кто из компаний крупного бизнеса не занимается инновационными разработками в рамках собственных исследований, или поддерживая проекты в бизнес-парках, или иным образом приобретая инновации; однако именно исследования как потребителей, так и фундаментальные являются основой инноваций. С точки зрения инновационных площадок следует отметить Российскую венчурную компанию (РВК) [4] и Агентство стратегических инициатив (АСИ) [3], представительства которых можно найти в каждом регионе России. Каждое из них имеет свои Инициативы, проводит ежегодные конкурсы с привлечением молодых перспективных компаний и людей, осуществляет поддержку лучших инновационных проектов. Эффективная и нацеленная на развитие компания должна обязательно проявить инициативу на участие в мероприятиях РВК и АСИ, с целью формирования маркетинговой стратегии и выявления тенденций развития отраслей, а также для приобретения нужных контактов потенциальных партнеров.

Седьмой элемент – материально-техническое обеспечение предприятия – рассматриваться не будет, поскольку является продолжением управления и планирования ассортимента продукции, а тенденции его аналогичны.

Особое внимание при реализации системы маркетинга следует уделить системе планов предприятия. Одной из разновидностей ее качественного исполнения считается карта предприятия по рабочим местам, построенная на декомпозиции целей с высшего уровня до низшего, с применением партисипатизма. Каждое рабочее место, вне зависимости от уровня, имеет четко обоснованные и принятые показатели деятельности компании. Предприятие может показывать цели в режиме реального времени (онлайн табло по произведенной, проданной продукции или услугам), лучшие сотрудники (вклад в прибыль), использование ресурсов (экономия ресурсов по статьям и экологическая безопасность), рейтинг компании в регионе (стране, мире) и т.д. Тенденция к вовлечению всего персонала в маркетинг обеспечивает лояльность сотрудников во внутренней и внешней среде, что является залогом устойчивого роста конкурентоспособности компании.

Последний элемент – система контроля за выполнением производственной программы – это контроль за выполнением всех предыдущих элементов маркетинга, что представляет собой циклический процесс по достижению целей компании.

**Выводы.** Таким образом, система маркетинга является частью системы управления организации, и проблемы реализации одной сказываются на итоговых результатах компании в целом. Изменение способа покупки товаров и услуг повлекли за собой трансформацию системы маркетинга: активно развивающейся областью стал интернет-маркетинг, методы исследования все больше носят систематический обзор больших данных, а уровень квалификации специалистов неуклонно растет при постоянной системе обучения. Экономика и общество находятся в переходном состоянии к информационному общественному укладу, для которого присуще пропотребительское настроение с высокой автоматизацией процессов и значительным уровнем мыслительной деятельности человека.

## СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. ТОП-10 CRM-систем // Лучшие CRM системы 2017 года. — Режим доступа : <http://crm-top.ru>. — Дата доступа : 10 октября 2017.
2. Маркетинговые компании России Рейтинг «Motton Pik» – 2017 // Motton Pik. Рейтинг маркетинговых агентств. — Режим доступа : <https://www.pikmarketinga.ru/index.php/rejting-agenstv>. — Дата доступа : 10 октября 2017.
3. Официальный сайт Агентства стратегических инициатив. — Режим доступа : <http://asi.ru>. — Дата доступа : 12 октября 2017.
4. Официальный сайт Российской венчурной компании. — Режим доступа : <http://www.rvc.ru>. — Дата доступа : 12 октября 2017.

5. Самые популярные CRM-системы // Guruopta. B2B продажи. — Режим доступа : <http://guruopta.ru/samyepopulyarnye-crm-sistemy>. — Дата доступа : 10 октября 2017.

© Т.М. Лозгачева

УДК 634.8:663.25

**ТЕНДЕНЦИИ И ПРОБЛЕМЫ РАЗВИТИЯ ВИНОДЕЛЬЧЕСКОЙ  
ОТРАСЛИ И ОБСЛУЖИВАЮЩИХ ЕЕ ПРЕДПРИЯТИЙ  
(НА ПРИМЕРЕ ООО «ЭМАЛЬ-СЕРВИС-ЮГ»)**

**TRENDS AND PROBLEMS OF THE DEVELOPMENT  
OF THE WINE INDUSTRY AND ITS ENTERPRISES  
(ON THE EXAMPLE OF LLC «EMAL-SERVICE-SOUTH»)**

Лугина А.А., обучающаяся группы МО-434-о,  
Мацова А.С., старший преподаватель,  
ФГАОУ ВО «КФУ им. В.И. Вернадского»,  
Институт экономики и управления, г. Симферополь

A.A. Lugina, student, gr. MO-434-o  
A.S. Matsova, Senior Lecturer,  
V.I. Vernadsky Crimean Federal University,  
Institute of Economics and Management, Simferopol

**Аннотация**

В статье рассмотрены тенденции развития винодельческой отрасли Российской Федерации и Крыма, а также отдельные аспекты деятельности предприятий, обслуживающих винодельческую отрасль, на примере ООО «Эмаль-Сервис-Юг».

**Annotation**

In article, the tendencies of development of a winemaking of the Russian Federation and Crimea, and also separate aspects of activity of the enterprises serving winemaking on an example of the «Emal-Servis-Yug» LLC are considered.

**Ключевые слова:** виноделие, винодельческая отрасль, обслуживание оборудования, SWOT-анализ.

**Keywords:** winemaking, wine industry, equipment maintenance, SWOT analysis.

**Введение.** Виноградарство и виноделие – экономически значимая отрасль сельского хозяйства России с давними традициями приготовления высококачественных вин, шампанского, коньяков и иной продукции [1]. Данная отрасль имеет высокий потребительский спрос.

Емкость рынка по производству вина и винодельческой продукции в мире составляет 2,6 млрд. долл. Наибольший объем винодельческой продукции вырабатывается во Франции, Италии, Испании, доля России составляет 3% [2].

Древнейшими очагами культуры винограда в границах бывшей Российской Империи были Закавказье, Крым и Средняя Азия.

На современном этапе Крым является одним из основных регионов по производству отечественной винной продукции.

**Целью исследования** является анализ тенденций и проблем развития винодельческой отрасли Крыма, а также специфики деятельности предприятий, обслуживающих производство винной продукции на примере ООО «Эмаль-Сервис-Юг».

**Результаты исследования.** Темпы роста отрасли виноделия в России за последние пять лет отрицательны – производство вина (столового и игристого) сократилось с 2010 года к 2014-му на 17% [3]. Важная задача при решении проблемы развития винодельческой отрасли – увеличение территории виноградников. В России территория для выращивания винограда составляет 90 тыс. га, тогда как, например, в Румынии – 200 тыс. га.

По статистическим данным за последние десять лет потребление винной продукции на душу населения в России уменьшилось более чем в два раза (было 7-10 л/год, стало 2,5-4 л/год) [3]. Этому способствовала массовая фальсификация виноградных вин, производство нетрадиционных вин с использованием вкусо-ароматических добавок.

Увеличение производства виноматериала и вина в 2015 году произошло в основном за счет Республики Крым и г. Севастополя. Крым имеет огромный потенциал в производстве качественного вина – благоприятное месторасположение и хорошие погодные условия.

По статистическим оценкам доля Республики Крым составляет около 10% вина, производимого в РФ. Этот показатель может возрасти, если выводить производство на новый уровень, применять инновационные технологии, использовать в производстве своё сырьё.

В табл. 1 предоставлен анализ сильных и слабых сторон винодельческих предприятий Крымского региона.

Таблица 1

**Анализ сильных и слабых сторон винодельческих предприятий Крыма**

Аспект деятельности	Сильные стороны	Слабые стороны
1	2	3
Продукция и производство	1. Уникальность территории (географическое местоположение, климат, почва). 2. Собственная сырьевая база. 3. Возможность производить продукцию на уровне мировых стандартов качества.	1. Несовременное оборудование. 2. Недостаточность «географической продукции».

1	2	3
Организация	1. Ручной сбор урожая. 2. Использование опыта работы иностранных консультантов.	1. Низкий уровень механизации и культуры обработки почв. 2. Отсутствие важных поддерживающих отраслей (техника и оборудование, бочки, удобрения).
Инновации	1. Новые уникальные проекты.	1. Высокая стоимость проектов модернизации.

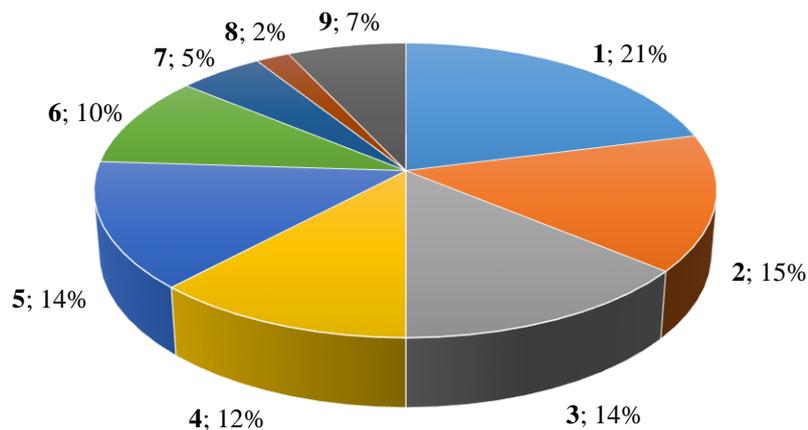
Рассмотрим более подробно одну из организационных проблем – отсутствие ряда поддерживающих отраслей, обслуживающих технику и оборудование.

Проблема защиты металлических изделий и конструкций с применением стеклокомпозиционных покрытий в связи с постоянно растущей валовой стоимостью энергетических и сырьевых ресурсов становится все более актуальной. Это обусловлено необходимостью снижения коррозионной активности металлов, повышения срока службы изделий, улучшения эстетико-потребительских свойств. Кроме того, как правило, покрытия синтезируются на основе недорогих и нетоксичных компонентов и являются экологически чистыми, т.е. изделия с нанесенными покрытиями способны контактировать с любыми пищевыми продуктами.

Крымские винодельческие заводы используют в производстве специальное эмалированное оборудование, в котором осуществляется производство и хранение винной продукции. Эмалированное оборудование подлежит регулярной чистке и обработке. В Крыму функционирует единственное предприятие, которое осуществляет обслуживание винодельческих заводов.

ООО «Эмаль-Сервис-Юг» (г. Керчь) является монополистом в Крыму в сфере ремонтно-восстановительных работ емкостного эмалированного оборудования, используемого в винодельческой, пищевой, пивоваренной, ликероводочной промышленности. Предприятие зарегистрировано в 2014 г., потребителями услуг являются физические и юридические лица, осуществляющие свою деятельность на территории Крыма и материковой части Российской Федерации и нуждающиеся в ремонте и чистке емкостного оборудования.

Основные потребители услуг ООО «Эмаль-Сервис-Юг» представлены на рис. 1.



- 1 - ФГУП «ПАО «МАССАНДРА»
- 2 - ГУП РК «ЗШВ «Новый Свет»
- 3 - АО «Крымский винноконьячный завод «Бахчисарай»
- 4 - АО «Пивобезалкогольный комбинат «Крым»
- 5 - ФГУП «Кизлярский коньячный завод»
- 6 - ООО «Вина Ливадии»
- 7 - ОАО «Махачкалинский винзавод»
- 8 - ГП «Садовод»
- 9 - ОАО «Уржумский СВЗ»

Рис. 1. Основные потребители услуг ООО «Эмаль-Сервис-Юг»

Наиболее значимым потребителем является ФГУП «ПАО «Массандра» (21%), которое является крупнейшим заводом винной продукции в Крыму.

В общей сложности крымские предприятия, среди которых: ГУП РК «ЗШВ «Новый Свет» (15%), АО «Крымский винно-коньячный завод «Бахчисарай» (14%), АО «Пивобезалкогольный комбинат «Крым» (12%), ООО «Вина Ливадии» (10%) – потребляют 72% всего объема услуг, на предприятия материковой части приходится 28%.

Проведем SWOT-анализ предприятия ООО «Эмаль-Сервис-Юг»

Сильные стороны:

- монополист в Республике Крым в сфере обслуживания емкостного оборудования;
- известен в течение длительного времени, сформирован положительный имидж;
- наличие широкого ассортимента услуг.

Слабые стороны:

- отсутствие современного оборудования для обслуживания заказчиков в нужном объеме в требуемые сроки;
- невозможность выхода на новые рынки в связи с санкциями.

Возможности:

- совершенствование технологий обработки, приобретение более современного оборудования;
- расширение рынка сбыта и объема услуг.

Угрозы:

– обновление оборудования на предприятиях, то есть замена эмалированного оборудования на дорогостоящее оборудование из нержавеющей стали;

– снижение спроса на услуги вследствие снижения объемов производства и спроса на услуги производителей винной продукции.

На российском рынке виноделия присутствует импортная продукция, из-за которой, несмотря на рост спроса на винную продукцию, объемы продаж отечественных производителей падают.

**Выводы.** Одной из главных тенденций развития виноделия в Крыму и РФ должно стать обеспечение стабильного спроса на отечественную винодельческую продукцию, путем увеличения удельного веса высококачественных и конкурентоспособных марок вин, организации сети фирменных магазинов, гарантирующих происхождение и качество этих вин.

Важное значение в обеспечении стабильной деятельности предприятий, производящих винную продукцию, поддержании ее высокого качества играют обслуживающие предприятия, которые предоставляют услуги в сфере ремонтно-восстановительных работ емкостного эмалированного оборудования.

SWOT-анализ ООО «Эмаль-Сервис-Юг», являющегося крымским монополистом в данной сфере услуг, показал возможности расширения рынка сбыта и объема услуг анализируемого предприятия и совершенствования технологий обработки с приобретением более современного оборудования.

## СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Пименова Н. Б. Проблемы снижения инвестиционной привлекательности сельскохозяйственных предприятий / Н. Б. Пименова // Вестник Ижевской ГСХА. — 2012. — № 4. — С. 53.

2. Егоров Е. А., Научное обеспечение виноградарства и виноделия Российской Федерации: проблемы и пути решения / Е. А. Егоров, Ж. А. Шадрина, Г. А. Кочьян // Плодоводство и виноградарство юга России. — 2015. — № 32 (2). — С. 22–26.

3. Официальный сайт Федеральной службы государственной статистики Российской Федерации. — Режим доступа : <http://www.gks.ru>. — Дата доступа : 20 ноября 2017.

© А.А. Лугина, А.С. Мацова

**ОПЫТ СУЩЕСТВОВАНИЯ КЛАСТЕРОВ  
В ЗАРУБЕЖНЫХ СТРАНАХ**

**EXPERIENCE OF THE EXISTENCE OF CLUSTERS  
IN FOREIGN COUNTRIES**

**Месуветова А.Л.**, обучающаяся группы МО-141-о,  
**Ячменев Е.Ф.**, к.э.н., доцент,  
ФГАОУ ВО «КФУ им. В.И. Вернадского»,  
Институт экономики и управления, г. Симферополь

**A.L Mesuvetova**, student, gr. MO-141-o  
**E.F. Yachmenev**,  
Candidate of Economic Sciences, Associate Professor,  
V.I. Vernadsky Crimean Federal University,  
Institute of Economics and Management, Simferopol

**Аннотация**

Определены наиболее распространенные виды кластеров (трансферные инновационные, интеграционные инновационные, инновационно-промышленные, социально-медицинские инновационные, многофункциональные инновационные кластеры полного типа). Дана характеристику кластерному подходу и раскрыты преимущества кластерного подхода.

**Annotation**

The most common types of clusters (transfer innovative, integration innovative, innovation-industrial, social-medical innovation, multifunctional innovation clusters of a full type) are determined. The characteristics of the cluster approach are given and the advantages of the cluster approach are disclosed.

**Ключевые слова:** кластер, виды кластеров, кластерный подход, мировой опыт.

**Keywords:** cluster, types of clusters, cluster approach, world experience.

**Введение.** Мировой опыт развития конкурентоспособности государства, регионов и предприятий доказал эффективность использования кластерных технологий. Существование кластеров дает возможность достичь экономического и социального эффекта, как на национальном уровне, так и на уровне регионов и государства.

Феномен кластера изучали такие ученые как: А. Маршал, М. Портер, М. Энрайт, В. Базилевич, Ю. Павленко и др. Однако многие вопросы, касающиеся особенностей создания и функционирования кластерных структур, мало изучены. Многие ученые, такие как Е.Б. Ленчук, Г.А. Власкин [1], И. В. Пилипенко [2], В. М. Ячменева, Е. Ф. Ячменев [3] отмечают большое разнообразие форм и видов кластеров, что представляет трудность в их изучении.

**Цель исследования.** Определить наиболее распространенные виды кластеров. Раскрыть сущность кластерного подхода и определить достоинства его применения в современных условиях.

**Результаты исследования.** Глубокое изучение и систематизация мирового опыта формирования инновационных кластеров позволяет выделить несколько направлений кластеризации, которые могут послужить ориентиром для разработки и реализации, как автономных инновационно-инвестиционных проектов, так и комплексных программ кластеризации в рамках отдельных регионов. Изучив мировой опыт кластерных структур можно выделить следующие виды кластеров:

1. Трансферные инновационные кластеры. Одними из самых популярных направлений кластеризации в странах, которые только приступают к инновационной индустриализации, являются кластеры «заимствования зарубежной технологической платформы» или «трансферта технологий» [2].

2. Интеграционные инновационные кластеры. Большим потенциалом обладает концепция интеграционной кластеризации, поскольку сочетание процессов экономической интеграции по формированию специализированных инновационных кластеров на территории стран, являются конструктивными и соответствуют экономическим интересам всех стран-участниц. Формирование интеграции инновационных кластеров может стать одним из приоритетных направлений создания единого инновационного пространства [2].

3. Инновационно-промышленные кластеры. Данный тип кластеров предполагает, что его участники обеспечивают и осуществляют на систематической и регулярной основе инновационную деятельность, направленную на разработку и производство инновационной и высокотехнологичной (наукоемкой) продукции [2].

4. Социально-медицинские инновационные кластеры. Этот тип кластеров начал формироваться в странах с развитой рыночной экономикой. Необходимость в таких кластерах обусловлена резким ростом расходов на медицинское обслуживание населения. Сторонники формирования социально-медицинских кластеров делают ставку на новые биотехнологии, в том числе связанные с предупреждением или ранней диагностикой широкого круга заболеваний [2].

5. Многофункциональные инновационные кластеры полного цикла. Этот тип кластеров охватывает весь спектр инновационной деятельности. В ядро таких кластеров входят научно-исследовательские институты и другие организации, ориентированные на проведение фундаментальных исследований в области естественных и гуманитарных наук. Вокруг этого ядра группируются проектно-конструкторские бюро, инновационные центры и другие субъекты венчурного бизнеса. Важной составной частью этих кластеров являются образовательные организации [2].

В США в рамках кластеров работает более половины предприятий, а доля ВВП, произведенного в них продукта превысила 60%. В ЕС в кластерах

занято 38% его рабочей силы. В странах северной Европы количество предприятий, охваченных кластерами, достигает 90%. Полностью охвачены кластеризацией датская, финская, норвежская и шведская промышленность. Так, Финляндия, чья экономическая политика базируется на кластеризации, на протяжении многих лет занимает ведущие места в мировых рейтингах конкурентоспособности. На промышленные кластеры Италии приходится 43% численности занятых в отрасли и более 30% объема национального экспорта. Успешно функционируют кластерные структуры в Германии (химия и машиностроение), во Франции (производство продуктов питания, косметики) [4]. Основные отраслевые направления кластеризации экономики некоторых стран приведены в табл. 1.

Таблица 1

**Формирование кластеров по отраслевым направлениям**

Отрасль образования кластера	Страна
Электронные технологии, связь, информатика	Швеция, Финляндия, США
Биотехнологии и биоресурсы	Нидерланды, Франция, Германия, Великобритания, Норвегия
Фармацевтика и косметика	Дания, Швеция, Франция, Италия, Германия
Аграрное производство и пищевая промышленность	Финляндия, Бельгия, Франция, Италия, Нидерланды
Нефтегазовый комплекс и химия	Швейцария, Германия, Бельгия
Машиностроение и электроника	Нидерланды, Германия, Италия, Норвегия, Ирландия, Швейцария
Охрана здоровья	Швеция, Дания, Швейцария, Нидерланды.
Коммуникации и транспорт	Финляндия, Бельгия, Франция, Италия, Нидерланды, Австрия
Энергетика	Норвегия, Финляндия
Недвижимость и строительство	Финляндия, Бельгия, Нидерланды
Легкая промышленность	Швейцария, Австрия, Италия, Дания, Финляндия
Лесобумажный комплекс	Финляндия

Источник: [1]

Реализация кластерной политики в регионах страны может способствовать инновационному развитию предприятий путем:

- реализации потенциала эффективного взаимодействия участников кластера, связанного с их географической близостью;
- получения предприятиями кластера возможности расширения сегмента международного рынка;
- налаживания интеллектуальной и технологической кооперации между участниками кластера;
- получения доступа к ресурсам, в том числе финансовым;

– интеграции рынков, которая будет способствовать увеличению международных инвестиционных потоков и повышению конкуренции регионов;

– увеличения научного и инновационного потенциал региона за счет международного трансферта технологий [1].

Кластер предусматривает разработку политики высокого уровня межфирменного взаимодействия и кооперационных связей между его участниками, что существенно снижает регуляторные барьеры в инновационных программах, формирует центры повышения конкурентоспособности, не исключает межкластерного взаимодействия с исследовательскими институтами и промышленным сектором.

Мировая практика свидетельствует, что в последние два десятилетия процесс формирования кластеров происходил достаточно активно. В целом, по оценке экспертов, до настоящего времени кластеризацией охвачено около 50% экономики ведущих стран мира. На рис. 1 представлено количество кластеров в ведущих странах мира.

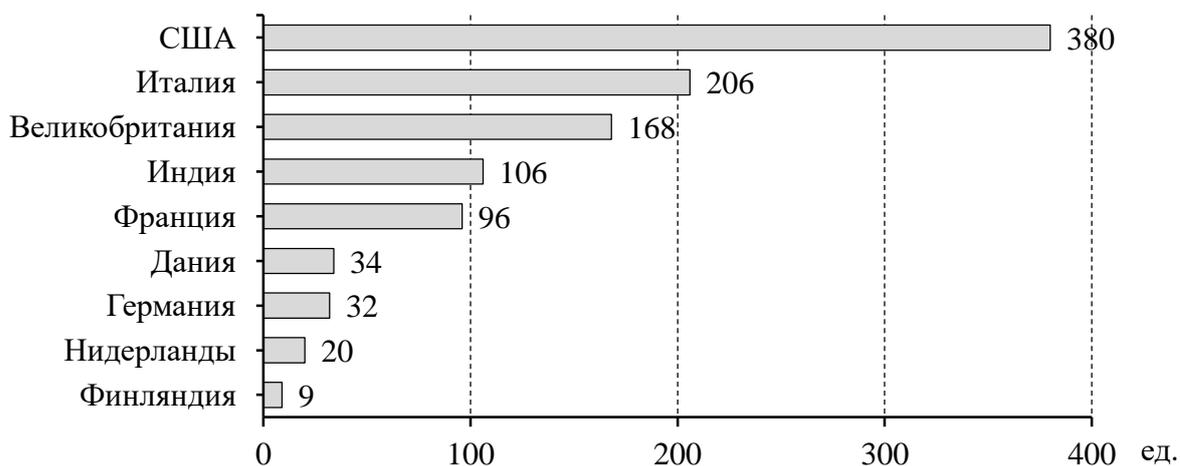


Рис. 1. Количество кластеров в ведущих странах мира [1]

Кластерный подход имеет следующие преимущества по сравнению с другими формами организации экономической деятельности субъектов рыночной экономики:

– функционирование кластера, как открытой системы, позволяет получить синергетический эффект, значительно выше по сравнению с отдельно взятыми предприятиями;

– существенное упрощение доступа предприятий-участников кластера к ресурсам;

– повышение эффективности сбыта продукции за счет устойчивых логистических связей между предприятиями, входящими в кластер;

– значительное снижение финансовых и кредитных рисков;

– упрощение доступа к инновациям и их внедрению;

– повышение доступа к источникам финансирования кластерных проектов и управляемости денежных потоков.

Несмотря на все преимущества кластеризации экономики, по мнению европейских аналитиков, она не исключает ряд рисков:

– большое количество предприятий, входящих в кластер, снижает уровень управляемости им;

– неудовлетворительные результаты деятельности предприятий-участников снижают эффективность работы всего кластера [4].

**Выводы.** Таким образом, зарубежный опыт формирования и развития кластеров показывает, что данный подход к управлению экономикой позволяет обеспечить стране дополнительные конкурентные преимущества в производстве и сбыте товаров или услуг.

## СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Ленчук Е. Б. Кластерный подход в стратегии инновационного развития зарубежных стран / Е. Б. Ленчук, Г. А. Власкин: [Электронный ресурс]. — Режим доступа <http://institutiones.com/strategies/1928-klasternyj-podxod-v-strategii-innovacionnogo-razvitiya-zarubezhnyx-stran.html> (дата обращения : 16.11.2017).

2. Пилипенко И. В. Конкурентоспособность регионов и кластерная политика / И. В. Пилипенко // Пространственная организация хозяйства: ТПК или кластеры: сборник материалов XXII ежегодной сессии экономико-географической секции МАРС, Липецк, 2-5 июня 2006 г. / Под ред. Ю. Г. Липец. — М. : Играно, 2006. — 196 с.

3. Ячменева В. М. Кластеры и сетевые структуры как форма межфирменных взаимодействий / В. М. Ячменева, Е. Ф. Ячменев // I научная конференция профессорско-преподавательского состава, аспирантов, студентов и молодых ученых «Дни науки КФУ им. В.И. Вернадского» / Сборник тезисов участников. — Симферополь : КФУ им. В.И. Вернадского, 2015. — Т. 7. — С. 306–307.

4. OECD Local Economic and Employment Development (LEED Programme). 2005. — 242 p.

© А.Л. Месуветова, Е.Ф. Ячменев

УДК 338.45

## ОБЗОР РОССИЙСКОГО РЫНКА ЭЛЕКТРОЭНЕРГЕТИКИ И ОБЪЕДИНЕННОЙ ЭНЕРГОСИСТЕМЫ САНКТ-ПЕТЕРБУРГА И ЛЕНИНГРАДСКОЙ ОБЛАСТИ

## REVIEW OF THE RUSSIAN ELECTRICITY MARKET AND THE UNITED ENERGY SYSTEM OF ST. PETERSBURG AND THE LENINGRAD REGION

Михайленко В.А., обучающийся группы МО-433-о,  
Вершицкая Е.Р., к.филол.н, доцент,  
ФГАОУ ВО «КФУ им. В.И. Вернадского»,  
Институт экономики и управления, г. Симферополь

**V.A. Mihailenko**, student, gr. MO-433-o  
**E.R. Vershitskaya**,  
Candidate of Philological Sciences, Associate Professor,  
V.I. Vernadsky Crimean Federal University,  
Institute of Economics and Management, Simferopol

#### **Аннотация**

Рассматривается Российский рынок электроэнергетики. Анализируются основные инфраструктурные организации отрасли. Приводятся основные показатели энергетической отрасли России. Описывается объединенная энергосистема Санкт-Петербурга и Ленинградской области.

#### **Annotation**

The Russian market of electric power industry is considered. The basic infrastructure organizations of the industry are analyzed. The main indicators of energy industry of Russia are cited. The united power system of St. Petersburg and the Leningrad region is described.

**Ключевые слова:** электроэнергетика, электропередача, энергосистема, Министерство энергетики Российской Федерации.

**Keywords:** electricity industry, power transmission, power system, Ministry of Energy of the Russian Federation.

**Введение.** Российская отрасль электроэнергетики является одной из самых крупных в мире по установленной мощности и выработке электроэнергии. Она занимает пятое место в мире после Китая, США, Индии и Австралии.

Актуальность данной темы обосновывается тем, что Российский рынок электроэнергетики постоянно расширяется в результате стабильного роста спроса на электроэнергию начиная с 1998 г. (в основном со стороны промышленных и транспортных предприятий).

**Цель исследования.** является анализ Российского рынка электроэнергетики.

Для достижения поставленной цели необходимо решить следующие задачи:

1. Проанализировать основные инфраструктурные организации отрасли;
2. Рассмотреть основные показатели энергетической отрасли России;
3. Рассмотреть объединенную энергосистему Санкт-Петербурга и Ленинградской области;
4. Выявить основные направления для реформирования.

**Результаты исследования.** Вопросы современного состояния энергосистемы в научной и научно-практической литературе привлекают внимание ряда отечественных и зарубежных авторов. Так, Корелин А.А. в своей работе «Рынок электроэнергии России» утверждает, что устойчивое развитие и надежное функционирование отрасли во многом определяют энерге-

тическую безопасность страны и являются важными факторами ее успешного экономического развития; Романовский Д.С. в статье «Основные тенденции развития рынка электроэнергетики России» определил, что Несмотря на то, что целью реформирования было создание конкурентного рынка, преобладающим процессом в отрасли является консолидация активов и как следствие создание нескольких монополий; Линдер Н.В. в статье «Развитие рынка электроэнергии России: основные тенденции и перспективы» представил основные показатели результативности компаний электроэнергетической отрасли, а именно: эффективность использования мощностей, динамика производства электроэнергии.

Современный электроэнергетический комплекс России включает около 700 электростанций единичной мощностью свыше 5 МВт, составляющих Единую энергетическую систему.

Единая энергетическая система России включает в себя 70 региональных энергосистем, которые в свою очередь образуют семь объединенных энергетических систем Сибири, Урала, Средней Волги, Юга, Центра и Северо-Запада, расположенных на территории 79 субъектов Российской Федерации.

Структура электроэнергетической отрасли России представлена на рис. 1.



Рис. 1. Структура электроэнергетической отрасли России [1, с. 23]

Энергосистемы ЕЭС России связаны между собой межсистемными высоковольтными линиями электропередачи (напряжением 220-500 кВ и выше) и осуществляют параллельную работу в синхронном режиме. Сетевое хозяйство ЕЭС России включает в себя более 10700 линий электропередачи класса напряжения 110-1150 кВ.

Основными инфраструктурными организациями являются: ОАО «Системный оператор Единой энергетической системы» (ОАО «СО ЕЭС») – специализированная организация, которая самостоятельно осуществляет централизованное оперативно-диспетчерское управление в Единой энергетической системе России. Некоммерческое партнерство «Совет рынка по организации эффективной системы оптовой и розничной торговли электроэнергией и мощностью» (НП «Совет рынка») – некоммерческая организация, объединяющая на основе членства субъектов электроэнергетики и крупных потребителей электрической энергии. Группа «Интер РАО» – диверсифицированный энергетический холдинг, управляющий генерирующими и сбытовыми активами в России, а также в странах Европы и СНГ. Компания является единственным российским оператором экспорта и импорта электроэнергии.

Публичное акционерное общество «Российские сети» (ПАО «Россети») – оператор энергетических сетей в России, одна из крупнейших электросетевых компаний в мире, которая управляет 2,3 млн км линий электропередачи, 480 тыс. подстанций трансформаторной мощностью более 751 ГВт. В имущественный комплекс ПАО «Россети» входят 37 дочерних и зависимых обществ, в том числе 14 межрегиональных и магистральную сетевую компанию. Контрольным пакетом акций владеет государство в лице Федерального агентства по управлению государственным имуществом Российской Федерации, доля которого в уставном капитале составляет 85,3%. ПАО «Россети» – основной акционер ПАО «Ленэнерго».

По состоянию на 31 декабря 2016 г. общая установленная мощность электростанций страны составляла 243 ГВт, что на 2,8% ниже конца 2015 г. Увеличение установленной мощности электростанций Единой энергетической системы России за счет ввода в эксплуатацию нового, а также модернизации существующего генерирующего оборудования электростанций составило 3 ГВт. Ввод новой мощности в 2016 г. на электростанциях Единой энергетической системы России с учетом электростанций промышленных предприятий составил 4 ГВт. Выведено из эксплуатации 4 ГВт устаревшего генерирующего оборудования. Каждый год все электростанции страны вырабатывают около 1 трлн кВт/ч электроэнергии. За отчетный период выработка электроэнергии составила 1049 млрд кВт/ч, что на 2,1% больше, чем в 2015 г. По оценке Министерства энергетики Российской Федерации, в 2016 г. доля России в общемировой выработке электроэнергии выросла с 4,4% до уровня в 5,2%, что по-прежнему соответствует пятому месту в мире после Китая, США, Индии и Австралии [3, с. 148].

Энергосистемы Санкт-Петербурга и Ленинградской области входят в объединенную энергетическую систему Северо-Запада, являясь основой Ленинградского регионального диспетчерского управления.

Энергетическая система Северо-Запада объединяет 8 энергосистем, расположенных на территории 10 субъектов Российской Федерации Северо-Западного федерального округа: Санкт-Петербурга, Мурманской, Калининградской, Ленинградской, Новгородской, Псковской и Архангельской областей, республик Карелия и Коми, Ненецкого автономного округа. Суммарная установленная мощность электростанций энергосистем Санкт-Петербурга и Ленинградской области составляет 12916 МВт.

В электроэнергетический комплекс Санкт-Петербурга и Ленинградской области входят 616 линий электропередачи класса напряжения 110-750 кВ общей протяженностью 12126 км, 374 трансформаторные подстанции и 28 распределительных устройств электростанций высшим напряжением 110-750 кВ с суммарной установленной мощностью трансформаторов 49585 МВА.

Выработка электроэнергии электростанциями энергосистем Санкт-Петербурга и Ленинградской области за 2016 г. составила 61 млрд кВт ч, а электропотребление – 45 млрд кВт ч.

Основной сетевой компанией, на территории двух регионов с отдельным тарифным регулированием – Санкт-Петербурга и Ленинградской области, является ПАО «Ленэнерго», которая действует на втором уровне энергетической системы.

Наряду с ПАО «Ленэнерго» деятельность по присоединению потребителей на территории Санкт-Петербурга и Ленинградской области осуществляют акционерное общество «Санкт-Петербургские электрические сети» (входит в группу ПАО «Ленэнерго»), филиал ПАО «ФСК ЕЭС» – «МЭС Северо-Запада», акционерное общество «Ленинградская областная управляющая электросетевая компания» (АО «ЛОЭСК»), а также ряд смежных сетевых компаний.

На территории Санкт-Петербурга и Ленинградской области действуют 35 сбытовых компаний, в том числе четыре гарантирующих поставщика. Для исполнения своих обязательств по передаче электроэнергии потребителям региона ПАО «Ленэнерго» использует услуги 30 смежных сетевых организаций.

По оценке Министерства энергетики Российской Федерации, общий объем инвестиций электросетевых и генерирующих компаний в развитие генерации и сетевого комплекса в 2016 г. вырос на 20% и составил 779 млрд руб. (рис. 2).

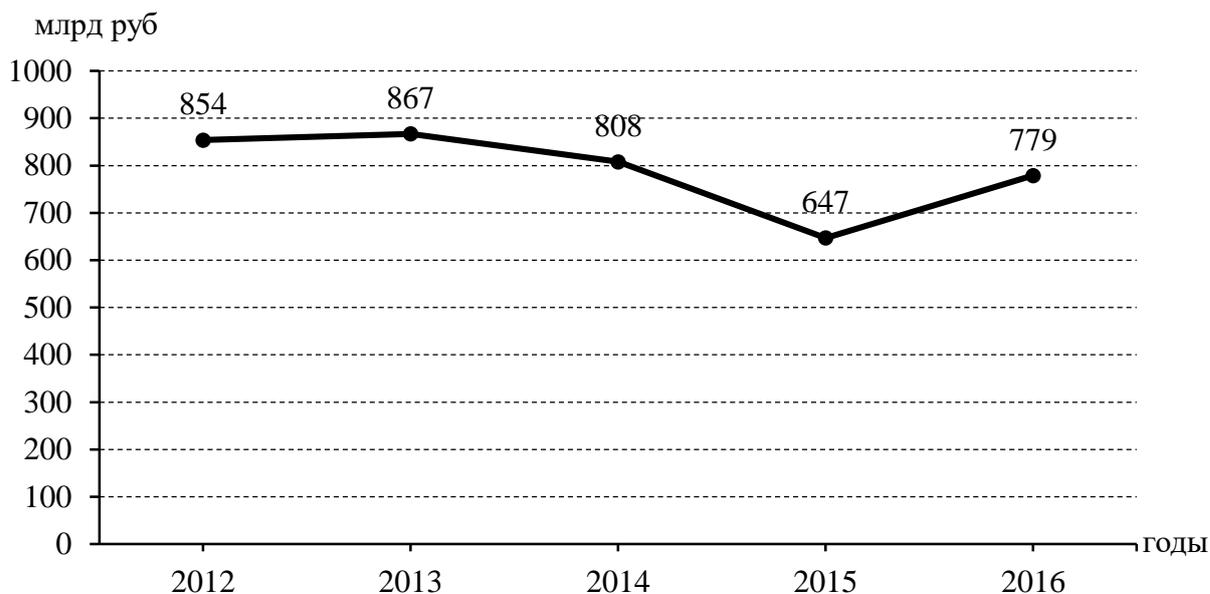


Рис. 2. Инвестиции в развитие генерации и сетевого комплекса, млрд руб. [2, с. 187]

Рост объема инвестиций в отрасль за 2016 г. составил 132 млрд руб.

**Выводы.** Электроэнергетический рынок России достаточно сложен по своей структуре, так как в его состав входят не только производители и потребители, но и обширная инфраструктура, которая призвана учесть все особенности электроэнергии как товара и обеспечить нормальное функционирование рынка.

На данный момент российский рынок электроэнергии все еще находится на этапе своего становления. По сравнению с западным, Российскому рынку электроэнергии еще предстоит длительное развитие и реформирование, направленные на обретение всего набора инструментов рыночной экономики.

Однако уже наблюдается рост доли России в общемировой выработке электроэнергии, что говорит о стремительном развитии отечественной электроэнергетики.

## СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Годовой отчет ПАО «Ленэнерго» за 2016 г. — Режим доступа: [http://upld.lenenergo.ru/iblock/d9e/d9ee1546e5d840c8b51073e226ddbaa7/le\\_ar2016\\_ru\\_web\\_07\\_10.pdf](http://upld.lenenergo.ru/iblock/d9e/d9ee1546e5d840c8b51073e226ddbaa7/le_ar2016_ru_web_07_10.pdf). — Дата доступа : 08 ноября 2017.

2. Отчеты об исполнении инвестиционных программ. — Режим доступа: <https://minenergo.gov.ru/opendata>. — Дата доступа : 08 ноября 2017.

3. Данные о выработке электроэнергии в России. — Режим доступа: <https://minenergo.gov.ru/opendata>. — Дата доступа : 08 ноября 2017.

© В.А. Михайленко, Е.Р. Вершицкая

**«МОЗГОВОЙ ШТУРМ» КАК МЕТОД ПРИНЯТИЯ  
УПРАВЛЕНЧЕСКИХ РЕШЕНИЙ НА ПРЕДПРИЯТИИ**

**«BRAINSTORMING» AS A TECHNIQUE OF MANAGERIAL  
DECISION-MAKING IN THE ENTERPRISE**

**Москалюк А.С.**, обучающаяся группы МО-332-о,  
**Дышловой И.Н.**, д.э.н, профессор,  
ФГАОУ ВО «КФУ им. В.И. Вернадского»,  
Институт экономики и управления, г. Симферополь

**A.S. Moskalyuk**, student, gr. MO-332-o,  
**I.N. Dishlovoi**,  
Doctor of Economics Sciences, Professor,  
V.I. Vernadsky Crimean Federal University,  
Institute of Economics and Management, Simferopol

**Аннотация**

Управление предприятием как процесс представляет собой целенаправленное влияние руководящей системы на деятельность предприятий и их подразделений. Осново-полагающей проблемой для эффективного управления предприятием является разработка управленческих решений. Для разработки эффективного управленческого решения существует множество методов. «Мозговой штурм», как креативный метод решения управленческих задач, стимулирует активность и интуитивное мышление работников в процессе поиска идей, новых и неординарных предложений в определенных условиях.

**Annotation**

Business management as process represents purposeful influence of the leading system on activity of the enterprises and their divisions. A fundamental problem for effective management of the enterprise is development of administrative decisions. For development of the effective administrative decision there is a set of methods. "Brainstorming" as a creative method of the solution of administrative tasks, stimulates activity and intuitive thinking of workers in the course of search of the ideas, new and extraordinary offers in certain conditions.

**Ключевые слова:** «мозговой штурм», управление предприятием, метод принятия решений, брейнрайтинг.

**Key words:** brainstorming, business management, decision-making method, brainwriting.

**Введение.** Принятие решений является неотъемлемой частью деятельности менеджеров любых звеньев управления. Процессы принятия решений, которые понимаются как выбор одного из нескольких возможных альтернатив, пронизывают всю жизнь человека. Большинство решений мы принимаем без сомнения, и довольно быстро, но существуют проблемы, для решения которых человек прикладывает массу усилий. Любое решение,

принимаемое менеджером, должно быть, в первую очередь, эффективным. Это значит, что менеджер должен достичь максимального результата при наименьших затратах.

Эффективное принятие решений необходимо для выполнения функций управления. Поэтому процесс принятия решений является центральным пунктом теории управления. В современных условиях наука управления пытается улучшить эффективность деятельности предприятий путем повышения интереса руководства для принятия информированных, обоснованных решений, используя различные методы в ситуациях крайней сложности. Метод «мозгового штурма» является одним из наиболее распространенных среди методов принятия управленческих решений.

**Целью исследования** является рассмотрение основных этапов, достоинств и недостатков принятия управленческого решения методом «мозгового штурма».

**Результаты исследования.** На пути жизнедеятельности любого предприятия встречаются различные проблемы и операционные задачи, решение которых напрямую влияет на эффективность деятельности предприятия. Чаще всего принятие управленческих решений происходит в коллективной, групповой форме с использованием различных методов.

Основным методом является «мозговой штурм» или «мозговая атака» – это метод принятия оперативного решения, основанный на совместной генерации идей, при котором участникам предоставляется возможность высказать как можно больше вариантов решения проблемы [1].

Во время «мозгового штурма» члены группы предоставляют своему мышлению полную свободу и стараются не направлять свои мысли по определенному каналу. Участник рассказывает обо всем, что приходит ему на ум, даже такие идеи, которые на первый взгляд можно считать абсурдными. Основное правило проведения «мозгового штурма» заключается в том, что процесс генерации идей отделен от их критики. Каждая, даже самая безумная и возможно неправильная идея поощряется. Это поощрение положительно влияет на группу, так как оно поддерживает и стимулирует творческий процесс. В результате участники предоставляют десятки новых оригинальных и креативных идей.

Этот процесс должен проходить под четким руководством эксперта и организатора. В качестве эксперта выступает специалист, обладающий профессиональной компетентностью в той области, к которой относится обсуждаемая проблема. В качестве организатора выступает специалист в области человеческих ресурсов, менеджер по персоналу или же штатный психолог. Он отвечает за эффективные коммуникации и позитивную атмосферу обсуждения проблемы.

Целесообразно, чтобы «мозговой штурм» проводили внешние специалисты, не работающие в компании. Это связано с тем, что они не обременены опытом деловых и дружеских отношений с участниками дискуссии, что способствует непредвзятому анализу возникающих новых идей.

Также, целесообразно, чтобы управляли дискуссией внешние специалисты, имеющие иной профессиональный опыт и компетентные в технологии проведения «мозгового штурма», это связано с тем, что «мозговой штурм» направлен на поиск новых идей по выходу компании на принципиально новый уровень развития, а также на решение актуальной проблемы.

Рассмотрим этапы проведения «мозгового штурма».

Первый этап — подготовительный. В начале этого этапа нужно четко сформулировать проблему, решить некоторые организационные вопросы (подготовка помещения, техники, доски или транспаранта и т.д.). Далее происходит отбор участников штурма, распределение ролей между участниками в зависимости от поставленной задачи и выбранного способа проведения штурма. В большинстве случаев участники штурма делятся на 2 группы: «генераторов» — людей с позитивной установкой к творчеству, обладающих яркой фантазией, способных быстро подхватывать чужие идеи и развивать их; и «аналитиков» — специалистов, способных критически оценить выдвинутые идеи. Целесообразно дать группе небольшой разогрев, чтобы задать темп мыслительным процессам. Можно предложить набросать идеи по решению небольшой проблемы.

Второй этап — генерирование идей. Сама группа может составлять от 5 до 15 человек. Процесс генерирования идей проходит в течение 15-20 мин, вместе с тем полная продолжительность «мозгового штурма» может продолжаться 1,5-2 часа.

Все идеи должны быть услышаны и записаны. Участники штурма могут выдать более ста неординарных и совершенно новых идей. Необходимо отметить еще раз правила проведения «мозгового штурма» [2]:

- полное отсутствие критики, так как это может причинить вред творческому процессу;
- поощрение предполагаемых идей повлечет собой увеличение темпа процесса;
- равноправие участников вне зависимости от опыта, компетенции и занимаемой должности;
- свобода ассоциаций и творческого воображения, означает;
- творческая атмосфера на «игровой поляне» делового совещания;
- обязательная фиксация всех высказанных идей, так как «мозговой штурм» проходит в быстром темпе, есть вероятность упустить ряд идей;

Успех «мозгового штурма» сильно зависит от психологической атмосферы и активности обсуждения, поэтому роль ведущего в мозговом штурме очень важна. Именно он может «вывести из тупика» и вдохнуть свежие силы в процесс.

И третий этап — заключительный. На этом этапе главной задачей группы «аналитиков» является проведение глубинного анализа проблемы, затем систематизация и классификация идей в соответствии с признаками, по которым их можно объединить и оценить по их реализуемости. Затем из общего количества генерируемых идей отбирают наиболее оригинальные и

рациональные, а после выбираются оптимальные идеи с учетом специфики творческой задачи, диагностики ситуации и анализа проблемы, прогнозирования возможных трудностей и составляется окончательный список практически используемых идей.

«Мозговой штурм», как и любой другой метод принятия управленческих решений, имеет свои достоинства и недостатки (табл. 1).

Таблица 1

**Основные достоинства и недостатки «мозгового штурма»**

Достоинства	Недостатки
– генерирование идей происходит в творческой, комфортной атмосфере;	– многие участники могут быть не компетентными в данной проблеме;
– вовлеченность наибольшего числа сотрудников повышает их сплоченность и равноправие в коллективе;	– большое количество времени уходит на обсуждение решений, так как каждый участник отстаивает свою идею;
– отсутствие определенных ограничений движения мыслей активизирует интуицию и воображение, так же повышает раскованность участников штурма;	– из-за отсутствия критики предлагаемые идеи часто являются фантастическими, поэтому в таком потоке трудно найти рациональное решение;
– простота метода, так как для его проведения не требуется использование определенной техники, оборудования, большого количества времени, специального помещения и т.д.;	– многие участники могут быть лидерами в данном совещании, оказывать давление на других членов совещания, поглощая и выдавая за свои идеи участников, которые более замкнутые;
– во время «мозгового штурма» участники могут выдать большое количество идей, которые можно применить в дальнейшем.	– нарушение дисциплины проведения штурма может испортить творческую атмосферу.

Источник: [2]

**Выводы.** На основании проведенного нами исследования можно сделать вывод, что проблема выбора эффективного решения является ключевой для любого предприятия. На наш взгляд, метод «мозгового штурма» является важной частью процесса принятия решений на предприятии. Он способствует повышению сплоченности коллектива, ориентации на развитие предприятия, генерации новых, неординарных идей у сотрудников, развитие творческого потенциала коллектива и синергии. Этот метод весьма прост и не требует специальной подготовки для его проведения. Его можно смело назвать эффективным, так как издержки минимальные, а результат наивысший. К сожалению, этот метод редко применяется руководителями предприятий. Зачастую руководители просто боятся изменений, которые могут наступить в связи с внедрением новых инноваций, полученных от использования метода «мозгового штурма». Это связано с тем, что руководители мало знают о способах применения мозговой атаки и позитивных результатах, способствующих стабильному успеху предприятия, которые можно достичь благодаря применению метода мозгового штурма. В ходе

нашей работы так же была выявлена основная идея метода «мозгового штурма». Она заключается в побуждении людей к активной и безоглядной генерации большого числа идей, с использованием ассоциативного мышления. Это поможет участникам штурма быстро настроиться и выдавать как можно большее количество идей, из которых в процессе можно выбрать наиболее эффективную и креативную.

## СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Трофимова Л. А. Инновационные подходы к принятию управленческих решений: учебное пособие / Л. А. Трофимова, В. В. Трофимов. — СПб. : Изд-во СПбГУЭФ, 2012. — 78 с.

2. Панфилова А. П. Мозговые штурмы в коллективном принятии решений: учебное пособие / А. П. Панфилова. — СПб, 2005. — 316 с.

3. Эффективность методов принятия управленческих решений. — Режим доступа : <http://www.grandars.ru/>. — Дата доступа : 02.11.2017.

© А.С. Москалюк, И.Н. Дышловой

УДК 658.3.07:332.1

## РЕАЛИЗАЦИЯ СИСТЕМЫ УПРАВЛЕНЧЕСКОГО УЧЕТА НА ПРЕДПРИЯТИЯХ РЫБНОЙ ОТРАСЛИ

## IMPLEMENTATION OF THE MANAGEMENT ACCOUNTING SYSTEM AT FISHERY INDUSTRY ENTERPRISES

**Пачинова В.В.**, обучающаяся группы БУ-4  
**Серёгин С.С.**, к.э.н, доцент,  
ФГБОУ ВО «Керченский государственный морской  
технологический университет», г. Керчь

**V.V. Pachinova**, student, gr. BU-4  
**S.S. Seregin**,  
Candidate of Economic Sciences, Associate Professor,  
Federal State Educational Institution of Higher Education  
«Kerch State Maritime Technological University», Kerch

### Аннотация

В данной статье рассматриваются процедуры по реализации системы управленческого учета на предприятиях рыбной отрасли.

Цель исследования – формулирование направлений реализации системы управленческого учета на предприятиях рыбной отрасли.

Задачи исследования: рассмотреть процедуры, которые необходимы для реализации управленческого учета на предприятиях рыбной отрасли; обозначить понятие «цена ошибка» и сформировать важность детального расчета данной ошибки.

Методы исследования: статистический, монографический, аналитический.

Результаты исследования: формулировка проблем реализации системы управленческого учета на предприятиях рыбной отрасли и выявление возможных результатов внедрения данной системы на предприятии.

### **Annotation**

This article examines the procedures for implementing the management accounting system at the fish industry enterprises.

The purpose of the study is to formulate directions for implementing the management accounting system at the fish industry enterprises.

Objectives of the study: to consider the procedures that are necessary for the implementation of management accounting at the fish industry enterprises; designate the concept of "price error" and form the importance of a detailed calculation of this error.

Research methods: statistical, monographic, analytical.

Results of the research: formulation of the problems of implementation of the management accounting system at the fish industry enterprises and possible results` identification of implementation for this system in the enterprise.

**Ключевые слова:** управленческий учет, рыбная отрасль, система учета, эффективность, конкурентоспособность.

**Keywords:** management accounting, fish industry, accounting system, efficiency, competitiveness.

**Введение.** Современный этап развития рыбной отрасли в России связан со значительным снижением доходности коммерческих операций, увеличением рисков при осуществлении деятельности рыбной направленности, а также хищением сырья работниками предприятия для личных целей. Данная проблема способствует поиску новых инструментов управления, с целью улучшения конкурентоспособности предприятия, наладить эффективную работу внутри самого предприятия. Реализация системы управленческого учета, в данном случае, является способом решения данных проблем.

В узком направлении управленческий учет – это деятельность, целью которой является составление текущей и итоговой отчетности для руководства предприятия.

В широком же понимании управленческий учет – это многогранное понятие, представляющее собой систему по сбору, анализу и формированию отчетной информации, необходимой для принятия управленческих решений.

**Цель исследования.** Формулирование направлений реализации системы управленческого учета на предприятиях рыбной отрасли.

**Результаты исследования.** Организовать управленческий учет на любом предприятии дело достаточно нелегкое, поскольку следует учитывать, на решение каких задач он направлен и какие цели стоят перед ним.

Рассмотрим процедуры, необходимые для реализации управленческого учета на предприятиях рыбной отрасли.

1. Необходимо определить, для чего необходимо сформировать данный учет на предприятии, какова его цель [1].

2. Необходимо оценить существенность реализации системы управленческого учета. Это важный шаг. Именно на этом этапе необходимо проанализировать, окупятся ли вложенные силы и потраченные деньги в систему управленческого учета.

3. Расчет своих возможных ресурсов, которые могут участвовать в реализации системы управленческого учета. В данном виде учета есть заинтересованные пользователи, такие как владельцы и руководство организации. Для каждого из них информация из управленческого учета – это возможность: для владельцев организации – увеличения доходности предприятия, для руководства – более рационального управления и намеченного движения к целям организации. Поэтому на данном этапе рационально было бы рассмотреть те цели, которые будут достигнуты персоналом своей организации и на какие – стоит направить внешние ресурсы [3].

4. Данный этап состоит в выборе объекта управления.

При внедрении управленческого учета часто специалисты предлагают изменить объект управления – усовершенствовать финансовую и организационную структуру компании. Однако есть тонкая грань, когда данное предложение может являться далеко не помощью и рациональным решением, а нанести негативные последствия (в результате таких действий прибыльность и конкурентоспособность предприятия могут значительно снизиться). Ведь чем больше предприятие, тем сложнее построить систему эффективного управленческого учета, и специалисты могут поставить учет по «готовому шаблону», что сделать проще, нежели строить всю структуру учета под определенное предприятие.

5. Рассмотрение частоты осуществления контроля в определенный период времени. На данном этапе следует рассмотреть, как часто будут результаты деятельности сравниваться с плановыми показателями и как часто будет оказано воздействие со стороны руководства.

6. Рассмотрение ширины спектра действий со стороны руководства [2].

7. Необходимо сделать анализ действующей системы учета на предприятии, например, бухгалтерской системы и выяснить, возможно, ли ее взять за основу или необходимо создавать систему учета «с нуля».

8. Рассчитать «цену ошибки».

На последнем этапе важным вопросом становится именно «цена ошибки». Поэтому, в первую очередь, нужно поставить такой вопрос: «Какова цена неудачной попытки реализации данной системы учета?»

Важность момента состоит в правильном расчете возможных потерь предприятия рыбной отрасли [5], если при реализации системы управленческого учета была допущена ошибка. Расчет стоит свести к тому, что:

- планирование происходит не от целей, а от достигнутых результатов;
- расчет издержек не точен при значимой погрешности;
- система мотивации не оправдывает цели;

- управленческие решения приходят в действие несвоевременно;
- нерациональное проведение коммерческих операций и т. п.

Если в расчетах указана точная сумма возможных потерь при совершении любой ошибки, то это и будет являться той самой ценой, которую нужно заплатить за постановку управленческого учета [4].

Если цели управленческого учета ясны и цена ошибки рассчитана, то следует приступать к практическому этапу по реализации системы управленческого учета на предприятии рыбной отрасли.

Таким образом, реализация системы управленческого учета на предприятиях рыбной отрасли решит такие проблемы, как оптимизация затрат, вопрос интенсивности планируемых закупок, рациональность планируемых затрат (например, производственные, коммерческие и административные расходы), отклонение от плана по доходам, структура и объем прибыли, необходимость и процентное соотношение заемных средств, реализация плана капитальных вложений предприятия. Система управленческого учета позволяет найти и оценить перспективные направления развития, рационализировать структуру товарооборота, повлиять на структуру прибыли посредством изменения структуры затрат.

**Выводы.** Управленческий учет, по сути, является научным инструментом совершенствования как организационной структуры предприятия, так и связанных с ней последующих действий, принятых решений. В основе управленческого учета как составной части управления лежит основополагающий принцип совершенствования развития предприятия. Все это в целом создаст предпосылки для повышения эффективности функционирования предприятий рыбной отрасли, повышения их конкурентоспособности, учитывая их сезонный характер функционирования, а также, работу в открытом море.

## СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Волошин Д. А. Внутренний аудит системы управленческого учета на предприятии // Экономический анализ. Теория и практика. — 2007. — № 19. — Режим доступа : <http://www.fin-izdat.ru/journal/analiz/detail.php?ID=7693>. — Дата доступа : 22 ноября 2017.

2. Волошин Д. А. Проблемы организации систем управленческого учета на производственных предприятиях / Д. А. Волошин // Экономический анализ. Теория и практика. — 2007. — № 23. — Режим доступа : <http://www.fin-izdat.ru/journal/analiz/detail.php?ID=6713>. — Дата доступа : 22 ноября 2017.

3. Савченко В. О. Воздействие деловой активности на платежеспособность и результаты деятельности предприятия / В. О. Савченко, С. С. Серёгин // Образование, наука и молодежь – 2017 : Сборник трудов по материалам научно-практических конференций ФГБОУ ВО «КГМТУ» 2017 г. Часть 1 / под общ. ред. Масюткина Е. П. — Керчь : ФГБОУ ВО «КГМТУ», 2017. — С. 57–61. — Режим доступа : [http://kgmtu.ru/documents/smu/onm2017\\_1.pdf](http://kgmtu.ru/documents/smu/onm2017_1.pdf). — Загл. с экрана.

4. Скоробогатова В. В. Организационные основы экономического анализа монетарных активов // Экономика и предпринимательство. — 2013. — № 8 (37). — С. 685–688.

5. Серёгин С. С. Потенциал инвестиционной привлекательности рыбохозяйственного комплекса Крымского федерального округа / С. С. Серёгин, В. А. Кибенко, А. Г. Нинидзе // Проблемы моделирования финансово-инвестиционной стратегии развития экономики регионов. Материалы форума (КРФИФ-2016) в рамках Всероссийской научно-практической конференции «Вызовы и возможности финансового обеспечения стабильного экономического роста» 7-10 сентября 2016 г. : Сборник научных трудов. — Севастополь : СевГУ, 2016. — С. 48–495.

© В.В. Пачинова, С.С. Серёгин

УДК 338

## АНАЛИЗ СУЩЕСТВУЮЩИХ МЕТОДИК ОЦЕНКИ УРОВНЯ РЕСУРСОЗАВИСИМОСТИ ПРОИЗВОДСТВЕННЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ

## ANALYSIS OF EXISTING METHODS OF ESTIMATION OF RESOURCE INDEPENDENCE LEVEL OF PRODUCTION ENTERPRISES

**Педан Е.М.**, обучающаяся группы МГ-241-о,  
**Ячmeneва В.М.**, д.э.н., профессор,  
ФГАОУ ВО «КФУ им. В.И. Вернадского»,  
Институт экономики и управления, г. Симферополь

**K.M. Pedan**, student, gr. MG-241-o  
**V.M. Yachmeneva**,  
Doctor of Economic Sciences, Professor,  
V.I. Vernadsky Crimean Federal University,  
Institute of Economics and Management, Simferopol

### Аннотация

В работе проведен анализ существующих методик оценки уровня ресурсозависимости производственных предприятий. Выявлено, что затратный метод является основой формирования экономического механизма ресурсопользования, который базируется на стоимостном выражении ресурсов. На сегодняшний день он не всегда себя оправдывает, поэтому главную роль занимает эффективность использования ресурсов. Экономические ресурсы производственных предприятий — это факторы производства, подразделяемые на первичные: природные и трудовые ресурсы и вторичным: капитал и информация. На их основе сформированы показатели оценки эффективности использования экономических ресурсов производственных предприятий.

### Annotation

In work the analysis of existing methods of an estimation of level of resource dependence of the industrial enterprises is spent. Certainly, the cost method is the basis for the formation of the economic mechanism of resource use, which is based on the value expression of

resources. To date, it does not always justify itself, so the main role is taken by the efficiency of resource use. The economic resources of production enterprises are the factors of production, divided into primary: natural and labor resources and secondary: capital and information. On their basis, indicators for assessing the effectiveness of the use of economic resources of manufacturing enterprises are formed.

**Ключевые слова:** методики ресурсозависимости, затратный метод, методика эффективности, факторы производства, показатели эффективности.

**Keywords:** methods of resource dependence, cost method, efficiency methodology, factors of production, performance indicators.

**Введение.** Проблемы эффективности и результативности бизнеса часто заключаются в том, что большинство предприятий недооценивают применяемые в своей деятельности ресурсы. Это приводит к существенному снижению эффективности управления издержками, вызывает нерациональность в привлечении и использовании производственных ресурсов, порождает кризисные явления в организации.

**Цель исследования** – проведение анализа и определение наиболее актуальной методики оценки уровня ресурсозависимости производственных предприятий.

**Результаты исследования.** В основе формирования экономического механизма ресурсопользования лежит экономическая оценка ресурсов, а именно их стоимостное выражение.

Следовательно, при формировании существующих методик оценки ресурсозависимости производственных предприятий пришли к тому, что это затратный метод, который является первой и необходимой ступенью экономической оценки ресурсов. В его основе определение объемов ресурсов предприятия и выявления того, насколько выгодно их применение в денежном выражении.

В своем развитии, затратный подход прошел следующие этапы: индивидуальная оценка, коллективная (предпринимательская) оценка, общественная (федеральная, региональная, местная) оценка [1].

Затраты представляют собой стоимость ресурсов, используемых для получения прибыли или достижения иных целей организации.

Затраты возникают в момент приобретения организацией товаров (сырья, материалов, полуфабрикатов, долгосрочных активов, товаров для перепродажи т.п.) и услуг сторонних организаций (освещение, отопление, водоснабжение, транспортные услуги, канализация и т.д.), а также при расчетах с персоналом по оплате труда, социальным и другим обязательствам.

Затраты находятся в непрерывном движении и изменении. Постоянно изменяются цены на приобретаемые сырье и материалы, тарифы на электроэнергию, различные услуги связи, транспортировки и т.д. Отдельные затраты оказывают разное влияние на экономические результаты деятельности предприятия в целом.

По мере своих возможностей, каждое предприятие пытается найти методы и способы их снижения [2].

Любой руководитель понимает, что затраты — это необходимая часть бизнеса. Поэтому следует понимать, насколько производительны осуществляемые расходы, работает ли каждая вложенная денежная единица в основную и вспомогательную деятельность на создание прибыли.

В результате исследования, был сделан вывод, что затратный метод не всегда себя оправдывает, так как необходимо исходить не только из того сколько мы сейчас заплатили за тот или иной ресурс. На сегодняшний день для предприятий важна перспективность использования имеющихся ресурсов – насколько этот ресурс исчерпаем, т.е. мы говорим о методиках эффективности использования ресурсов, о ресурсосбережении.

Ранее предприниматели смотрели на стоимость ресурсов, переводя их в деньги, определяли, во сколько они им обходятся и производили замену.

На сегодняшний день, в рамках санкций, политики импортозамещения, проблема обострилась. Главную роль занимает эффективность использования ресурсов, так как целью любой оптимизации является повышение эффективности работы предприятия, а не просто снижение затрат.

Оптимизация управления затратами является главным элементом системы управления затратами. Если не проводить оптимизацию затрат, то компания не сможет выжить в условиях быстро меняющейся среды [3].

Экономические ресурсы производственных предприятий — это факторы производства, которые используются в процессе производства товаров и услуг. Они подразделяются на два типа: первичные, т.е. существующие изначально, — это земля (природные ресурсы) и труд (трудовые ресурсы) и вторичные факторы производства, которыми являются капитал и информация, поскольку для их формирования, как производственных ресурсов, требуется предварительное использование первичных факторов.

Все экономические ресурсы – факторы производства, обладают одним общим свойством – они имеются в ограниченном количестве. Эта ограниченность относительна и означает, что ресурсов, как правило, меньше, чем необходимо для удовлетворения всех потребностей. Вследствие ограниченности ресурсов объем производства ограничен. Общественное производство не способно произвести весь объем товаров и услуг, который общество хотело бы получить. Приходится решать, какие товары и услуги необходимо производить, а от каких в определенных условиях следует отказаться.

Проблема эффективности — это основная проблема экономики, исследующая пути наилучшего использования или применения ограниченных ресурсов с тем, чтобы достичь наибольшего или максимально возможного удовлетворения безграничных потребностей общества.

Экономическая эффективность характеризует связь между количеством единиц ограниченных ресурсов, которые применяются в процессе

производства, и получаемым в результате этого процесса количеством какого-либо продукта (услуги).

Для того чтобы оценить экономические ресурсы производственных предприятий используют показатели эффективности (см. табл. 1).

К наиболее известным и часто используемым показателям относятся: производительность труда, трудоемкость, зарплатоотдача, зарплатоемкость, фондоотдача, фондоемкость, материалоотдача, материалоемкость, оборачиваемость оборотных средств, коэффициент закрепления оборотных средств, средняя продолжительность одного оборота оборотных средств и т.д. [4].

Таблица 1

**Показатели оценки эффективности  
экономических ресурсов производственных предприятий**

№ п/п	Показатель	Описание
1	Производительность труда (ПТ)	Определяет объем выпуска (продажи) продукции на одного работника
2	Трудоемкость (ТЕ)	Определяет затраты живого труда на денежную единицу стоимости продукции/услуг
3	Зарплатоотдача (ЗПО)	Определяет выпуск (продажу) продукции на одну денежную единицу расходов на оплату труда с отчислениями на социальные нужды
4	Зарплатоемкость (ЗПЕ)	Определяет размер расходов на оплату труда с отчислениями на социальные нужды, приходящийся на денежную единицу стоимости продукции/услуг
5	Фондоотдача (ФО)	Определяет объем продукции/услуг в стоимостном выражении, произведенный на одну денежную единицу стоимости основных производственных фондов
6	Фондоёмкость (ФЕ)	Определяет объем основных производственных фондов, приходящийся на одну денежную единицу стоимости продукции/услуг
7	Материалоотдача (МО)	Определяет объем продукции в стоимостном выражении, приходящийся на одну денежную единицу материальных затрат
8	Материалоемкость (МЕ)	Определяет величину материальных затрат, приходящуюся на одну денежную единицу стоимости продукции/услуг
9	Оборачиваемость оборотных средств (Коб)	Определяет скорость оборота, т.е. количество оборотов, совершенных оборотными активами за анализируемый период
10	Коэффициент закрепления оборотных средств (Кзоба)	Выражает величину оборотных активов, приходящуюся на одну денежную единицу выручки от продаж
11	Средняя продолжительность одного оборота (Пдн)	Определяет период в днях, в течение которого оборотные активы совершают полный кругооборот

## **Выводы.**

1. Ограниченность природных ресурсов привела к пересмотру методов их использования на предприятии.
2. На сегодняшний день для предприятий важна перспективность использования имеющихся ресурсов, важны методики эффективности использования ресурсов и ресурсосбережения.
3. Обострение ситуации произошло под влиянием санкций и политики импортозамещения.
4. Главную роль занимает эффективность использования ресурсов, так как целью любой оптимизации является повышение эффективности работы предприятия, а не просто снижение затрат.

## **СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ**

1. Симонова М. Д. В чем суть затратного метода определения денежной оценки природных ресурсов? Основной его недостаток. — Режим доступа [https://vuzlit.ru/766341/sut\\_zatratnogo\\_metoda\\_opredeleniya\\_denezhnoy\\_otsenki\\_prirodnih\\_resursov\\_osnovnoy\\_nedostatok](https://vuzlit.ru/766341/sut_zatratnogo_metoda_opredeleniya_denezhnoy_otsenki_prirodnih_resursov_osnovnoy_nedostatok). — Дата доступа: 21 ноября 2017.
2. Скоробогатов М. В. Концептуальные подходы к оценке природных ресурсов / М. В. Скоробогатов, А. Г. Захарова // Научный журнал НИУ ИТМО. Серия «Экономика и экологический менеджмент». — 2014. — № 1. — С. 86.
3. Фатхутдинов Р. А. Управленческие решения: Учебник / Р. А. Фатхутдинов. — 5-е изд., перераб. и доп. — М. : ИНФРА-М, 2008. — 314 с.
4. Глебов С. Т. Анализ и методы повышения производительности труда персонала как одного из основных факторов повышения эффективности управления на предприятии / С. Т. Глебов. — М. : Лаборатория книги, 2011. — 140 с.

© Е.М. Педан, В.М. Ячменева

**УДК 657.6; 338.24**

## **ПРОБЛЕМЫ ПРОВЕДЕНИЯ АУДИТА В УСЛОВИЯХ ЦИФРОВОЙ ЭКОНОМИКИ**

### **PROBLEMS OF AUDIT IN DIGITAL ECONOMY**

**Пожарицкая И.М.**, к.э.н, доцент,  
ФГАОУ ВО «КФУ им. В.И. Вернадского»,  
Институт экономики и управления, г. Симферополь

**I.M. Pozharitskaya**,  
Candidate of Economic Sciences, Associate Professor,  
V.I. Vernadsky Crimean Federal University,  
Institute of Economics and Management, Simferopol

### **Аннотация**

Исследованы особенности применения технологий цифровой экономики для проведения аудита финансовой отчетности. Выделены проблемные аспекты осуществления аудиторской деятельности в условиях цифровой экономики. Обосновано применение когнитивных технологий в аудите.

### **Annotation**

The peculiarities of application of digital economy technologies for audit of financial statements are investigated. Issued problematic aspects of auditing in the digital economy. The use of cognitive technologies in the audit is justified.

**Ключевые слова:** аудит, финансовая отчетность, цифровая экономика, когнитивные технологии.

**Keywords:** audit, financial reporting, digital economy, cognitive technologies.

**Введение.** Утвержденная программа «Цифровая экономика Российской Федерации» распоряжением Правительства РФ № 1632-р от 28.07.2017 [1] дала официальный старт широкомасштабному и долгосрочному проекту по системному развитию и внедрению цифровых технологий во все области жизни – экономику, социальную сферу, государственное управление, городское хозяйство. Безусловно, что аудиторская общественность РФ, несмотря на все существующие организационные проблемы, связанные с переходом части функций управления аудиторским рынком к Банку России, не может оставаться в стороне от таких инновационных процессов.

**Цель исследования.** Изучить особенности проведения аудита финансовой отчетности и оказания аудиторских услуг в условиях цифровой экономики, в том числе с использованием когнитивных технологий.

**Результаты исследования** Основой цифровой экономики является гиперсвязь, которая означает растущую взаимосвязь людей, организаций и машин, являющихся результатом взаимодействия Интернета, мобильных технологий и Интернета вещей. Также в цифровую экономику включаются такие технологии как: квантовые технологии, роботизация, метаданные (Большие данные), облачные вычисления, цифровые продукты (ERP- и CRM- системы), интернет вещей, фотоника, нейротехнологии и пр.

Последние годы крупнейшие международные аудиторские фирмы начали говорить об использовании когнитивных технологий. Автором еще в 2013 году были разработаны теоретические основы когнитивного аудита, включая его определение, предметную область и основные характеристики [3]. Однако практика внедрения когнитивизма в аудит бухгалтерской (финансовой) отчетности хозяйствующего субъекта или оказываемые им услуги отсутствовала.

Термин «когнитивный» происходит от латинского «cogniscere» – знать, познавать [2, с. 103]. При этом, в последние два десятилетия когнитивные исследования настолько расширили свое проблемное поле так, что сейчас правильнее говорить именно о когнитивном подходе: имеются в

виду исследования самых разных предметностей, в том числе и решение традиционных для определенной науки проблем, но методами, учитывающими когнитивные аспекты, в которые включаются процессы восприятия, мышления, познания, понимания и объяснения.

Использование компьютерных технологий стало основой аудита финансовой отчетности в течение десятилетий. Традиционно используемые аудиторами программы собирали, организовывали и предоставляли ограниченную выборку высоко структурированных финансовых и выборочных оперативных данных. Однако, со временем уровень аналитической обработки перестал удовлетворять современным требованиям достаточности сбора аудиторских доказательств. Именно об инновациях в сфере аудиторской деятельности было заявлено одной из крупнейших аудиторских организаций KPMG [4].

И именно использование когнитивных технологий в аудиторской практике поможет аудитору обеспечить более высокий уровень аудита качества на основе:

- увеличение охвата данных;
- более детальный анализ данных;
- более глубокое понимание средств управления, бухгалтерского учета практики и процессов отчетности клиента;
- уделение повышенного внимания аудиторским проверкам с высокой стоимостью в областях повышенного риска для бизнеса и сложной отчетности;
- более широкие перспективы для бизнеса и его рисков.

Когнитивная технология позволяет аудиторам получать и анализировать информацию из нетрадиционных источников, включая сайты социальных сетей, телевидение, радио и Интернет, и определить, может ли какая-либо из этих внешних данных влиять на аудит прямо или косвенно. Объединение всей информации с финансовой отчетностью клиента позволит аудиторам сформировать картину более четкого понимания потенциальных бизнес-рисков клиента и подобрать инструменты для их обработки.

Суть в том, что когнитивные технологии повысят способность аудиторов:

- проводить более детальную оценку финансовой и другой информации,
- точнее определять нетипичные данные и аномалии;
- определить потенциальную отчетность, операции или проблемы процесса с большей точностью.

Конкретными примерами того, как аудиторы будут способны применять когнитивные технологии для аудита являются возможности обработки больших массивов данных о доходах компаний розничной торговли, остатках товарно-материальных ценностей на дату составления баланса. Также актуальным является использование автоматизированных технологий для

оценки активов и обязательств компаний по справедливой стоимости и их кредитной рейтинговой оценки и пр.

**Выводы.** Таким образом, когнитивные системы обеспечивают значительно большую вычислительную мощь и аналитические возможности, в том числе в аудиторской деятельности. Обращение внимание крупнейших мировых аудиторских компаний на когнитивные технологии подтверждает выводы об использовании инноваций в аудите. Все это потребует изменения отношения к уровню знаний и компетенций специалистов аудиторских фирм.

## СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Распоряжение Правительства РФ «Об утверждении программы «Цифровая экономика Российской Федерации» № 1632-р от 28.07.2017 // — Режим доступа : [http://www.consultant.ru/document/cons\\_doc\\_LAW\\_221756/](http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_221756/) — Дата доступа : 08 октября 2017.

2. Черникова И. В. Когнитивные науки и когнитивные технологии в зеркале философской рефлексии / И. В. Черникова // Эпистемология и философия науки. — 2011. — Т. XXVII. — № 1. — С. 101–116.

3. Пожарицкая И. М. Новая парадигма аудита / И. М. Пожарицкая // Наука и мир. — 2013. — № 3 (3). — С. 137–141.

4. Marc t. Macaulay. How cognitive tech is revolutionizing the audit. — Режим доступа : <https://www.financialexecutives.org/topics/strategy/how-cognitive-tech-is-revolutionizing-the-audit.aspx>. — Дата доступа : 20 апреля 2017.

© И.М. Пожарицкая

УДК 657.4

## ПРОБЛЕМЫ УЧЕТА И НАЛОГООБЛОЖЕНИЯ СТРАХОВЫХ АГЕНТОВ

## PROBLEMS OF ACCOUNTING AND TAXATION OF INSURANCE AGENTS

**Пожарицкая И.М.**, к.э.н, доцент,  
**Кравец В.А.**, обучающаяся,  
**Тесленко А.А.**, обучающаяся,  
ФГАОУ ВО «КФУ им. В.И. Вернадского»,  
Институт экономики и управления, г. Симферополь

**I.M. Pozharitskaya**,  
Candidate of Economic Sciences, Associate Professor,  
**V.A. Kravets**, student,  
**A.A. Teslenko**, student,  
V.I. Vernadsky Crimean Federal University,  
Institute of Economics and Management, Simferopol

### **Аннотация**

Исследованы особенности бухгалтерского учета страховых агентов. Выделены проблемные аспекты налогового учета деятельности страховых агентов. Предложены варианты оптимизации деятельности страховых агентов.

### **Annotation**

The peculiarities of accounting of insurance agents are explored. Distressed aspects of the tax accounting of the activity of insurance agents are singled out. Variants of optimization of activity of insurance agents are offered.

**Ключевые слова:** страховые агенты, бухгалтерский учет, налоговый учет, налогообложение.

**Keywords:** insurance agents, accounting, tax accounting, taxation.

**Введение.** Роль страховых агентов в условиях современного страхового рынка имеет огромное значение, ведь конкретно страховые агенты, будучи посредниками между страховыми организациями и страхователями, обеспечивают продажу страховых услуг в обществе.

Согласно закону РФ от 27.11.1992 N 4015-1 (ред. от 26.07.2017) «Об организации страхового дела в Российской Федерации», статьей 8 установлено, что страховщики могут осуществлять страховую деятельность через страховых агентов и страховых брокеров [1]. При этом, страховыми агентами признаются постоянно проживающие на территории Российской Федерации и осуществляющие свою деятельность на основании гражданско-правового договора физические лица или российские юридические лица (коммерческие организации), которые представляют страховщика в отношениях со страхователем и действуют от имени страховщика и по его поручению в соответствии с предоставленными полномочиями.

**Цель исследования.** Изучить особенности бухгалтерского и налогового учета деятельности страховых агентов, в том числе с использованием контрольно-кассовой техники.

**Результаты исследования.** Страховой агент не считается субъектом страхового дела и его деятельность не лицензируется (п. 2 ст. 4.1 Закона № 4015-1) [3]. Также он должен следовать правилам главы 49 Гражданского кодекса РФ [1]. Агент реализует страховые услуги, которые предлагаются страховой компанией, отыскивает новых клиентов, также аккомпанирует сделку, консультируя страхователей перед заключением, во время действия и прекращения договора страхования.

Деятельность, которая осуществляется страховыми агентами на основе заключенных со страховщиками (перестраховщиками, страхователями) договоров поручения, агентских и иных аналогичных договоров, следует рассматривать в качестве вспомогательной деятельности в сфере страхового дела, а самих страховых агентов – в качестве посредников (доверенных лиц) в правоотношениях между страховщиками (перестраховщиками) и страхователями. Вспомогательная деятельность в сфере страхового дела

главой 26.2 Налогового кодекса отнесена к видам предпринимательской деятельности, которая подпадает под действие упрощенной системы налогообложения. Таким образом, страховые агенты, действующие от имени и по поручению страховщиков, вправе перейти на упрощенную систему налогообложения на общих с иными налогоплательщиками основаниях.

При упрощенной системе доходы, приведенные в статье 251 Налогового кодекса РФ, не облагаются единым налогом (подп. 1 п. 1.1) [2]. Согласно подпункту 9 пункта 1 агенты не учитывают:

- имущество (в том числе деньги), поступившее по посредническому договору;
- компенсацию затрат (при условии, что они не включались в расходы).

Таким образом, страховые премии, приобретенные от страхователей и перечисленные страховой компании, а также возмещенные ею суммы, связанные с выполняемыми поручениями и не отраженные в расходах, не рассматриваются как доходы агента. К ним относятся только его вознаграждения.

При упрощенной системе доходы возникают в день, в который средства поступили на расчетный счет либо в кассу, была получена иная собственность или дебиторская задолженность погашена иным методом (п. 1 ст. 346.17 НК РФ). У агента, не участвующего в расчетах, доход возникает после того, как будет получено вознаграждение от страховой компании. Другое дело, если страховые премии поступают агенту. В данной ситуации он в большинстве случаев удерживает положенное вознаграждение, а остальное отправляет страховщику.

При кассовом методе доходами признаются авансы, а вознаграждение, полученное до того, как страховая компания подписала отчет, и есть аванс. Это означает, что у страхового агента доход образуется сразу, как только он выделит свое вознаграждение из суммы, поступившей от страхователя.

Перечень расходов, которые можно учитывать, применяя упрощенную систему налогообложения, дается в пункте 1 статьи 346.16 НК РФ. При этом все они должны соответствовать критериям пункта 1 статьи 252 НК РФ (п. 2 ст. 346.16 НК РФ), то есть быть обоснованными и документально подтвержденными. К тому же налоговый учет возможен только в случаях, когда затраты осуществлены и еще оплачены (п. 2 ст. 346.17 НК РФ).

К отношениям, вытекающим из агентского договора, применимы положения глав 49 и 51 ГК РФ (ст. 1011 ГК РФ). Агентский договор – это договор, в соответствии с которым одна сторона (агент) обязуется за вознаграждение совершать по указанию иной стороны (принципала) юридические и другие деяния от собственного имени, но за счет принципала либо от имени и за счет принципала.

Поскольку страховой агент выступает от имени и за счет страховой компании, он должен следовать правилам главы 49 ГК РФ, регулирующей

действия по договору поручения. Доверитель обязан, возмещать поверенному издержки, если иное не предусмотрено договором (п. 2 ст. 975 ГК РФ). Таким образом, если в агентском договоре нет особых условий, страховая компания возместит все растраты агента, связанные с поручением. Однако, если они учтены в расходах, то полученную компенсацию придется включить и в доходы (подп. 9 п. 1 ст. 251 НК РФ).

Рекомендуем организовать деятельность, оформив субагентский договор. Субагентский договор – договор агента с третьим лицом, заключенный с целью выполнения агентского соглашения. При выполнении субагентского договора агент несет ответственность перед принципалом. Такое возможно, если допускается агентским договором (п. 1 ст. 1009 ГК РФ). У агента, заключившего субагентский договор, по отношению к субагенту появляются права и обязанности принципала, а потому он может отразить в расходах сумму, выплаченную за работу субагенту. В подпункте 24 пункта 1 статьи 346.16 НК РФ указаны расходы на комиссионные, агентские вознаграждения и вознаграждения, предусмотренные договорами поручения.

По нормам Федерального закона от 22.05.2003 N 54-ФЗ кассовая техника применяется на территории РФ в обязательном порядке всеми организациями и индивидуальными предпринимателями при осуществлении ими расчетов, за исключением нескольких случаев. Расчетами признается прием либо выплата денежных средств с использованием наличных или электронных средств платежа за реализуемые товары, выполняемые работы, оказываемые услуги, а также прием ставок и выплата денежных средств организаторами азартных игр и лотерей.

**Выводы.** Таким образом, по сделке, которая была совершена агентом с третьим лицом от собственного имени и за счет принципала, агент приобретает права и становится обязанным. При осуществлении расчетов страховым агентом кассовый аппарат применяется в обязательном порядке.

В случае сделки, которая была совершена агентом с третьим лицом от имени и за счет принципала, когда права и обязанности возникают непосредственно у принципала – контрольно-кассовая техника применяется принципалом.

## СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Гражданский кодекс Российской Федерации, часть 2 от 26.01.1996 N 14-ФЗ (ред. 28.03.2017). — Режим доступа: [http://www.consultant.ru/document/cons\\_doc\\_LAW\\_9027/](http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_9027/) — Дата доступа : 08 ноября 2017.

2. Налоговый кодекс Российской Федерации, часть 2 от 5.08.2000 N 117-ФЗ (ред. от 30.10.2017) // Справочно-правовая система «КонсультантПлюс». — Режим доступа : [http://www.consultant.ru/document/cons\\_doc\\_LAW\\_28165/](http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_28165/). — Дата доступа : 08 ноября 2017.

3. Закон РФ от 27.11.1992 N 4015-1 (ред. от 26.07.2017) «Об организации страхового дела в Российской Федерации» (с изм. и доп., вступ. в силу с 22.08.2017) // Справочно-правовая система «КонсультантПлюс». — Режим доступа: [http://www.consultant.ru/document/cons\\_doc\\_LAW\\_1307/46ccf07d7d719a34-98766924077fa28079095345/](http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_1307/46ccf07d7d719a34-98766924077fa28079095345/). — Дата доступа : 08 ноября 2017.

4. Федеральный закон от 22.05.2003 N 54-ФЗ «О применении контрольно-кассовой техники при осуществлении наличных денежных расчетов и (или) расчетов с использованием электронных средств платежа» (ред. от 03.07.2016) // Справочно-правовая система «КонсультантПлюс». — Режим доступа : [http://www.consultant.ru/document/cons\\_doc\\_LAW\\_42359/7a607e9ee7058b0c3bcb22e564e88190964aee72/](http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_42359/7a607e9ee7058b0c3bcb22e564e88190964aee72/). — Дата доступа : 08 ноября, 2017.

© И.М. Пожарицкая, В.А. Кравец, А.А. Тесленко

УДК 338.26.015

## О МЕТОДАХ СТРАТЕГИЧЕСКОГО УПРАВЛЕНИЯ ПРЕДПРИЯТИЯ В НЕСТАБИЛЬНОЙ ВНЕШНЕЙ СРЕДЕ

## ABOUT THE METHODS OF STRATEGIC MANAGEMENT OF A COMPANY IN UNSTABLE EXTERNAL ENVIRONMENT

**Рывкина О.Л.**, к.э.н, доцент,  
Севастопольский филиал ФГБОУ ВО «Российский  
экономический университет имени Г.В. Плеханова»,  
г. Севастополь

**O.L. Ryvkina**,  
Candidate of Economic Sciences, Associate Professor,  
Sevastopol Branch of Plekhanov Russian University of  
Economics, Sevastopol

### Аннотация

В статье представлен подход к выбору методов стратегического управления предприятия при разработке / корректировке его стратегии с учетом критериев нестабильности среды функционирования.

### Annotation

The article deals with the original approach to the choice of methods of strategic management of a company when developing / adjusting its strategy on the basis of criteria of instability of its environment.

**Ключевые слова:** стратегическое управление, методы управления, нестабильность среды предприятия.

**Keywords:** strategic management, management methods, instability of a company environment.

**Введение.** Высокая нестабильность среды функционирования российских предприятий обуславливает необходимость поиска и применения действенных инструментов управления, обеспечивающих им своевременное реагирование и адекватную адаптацию к вновь возникающим обстоятельствам в среде функционирования. Особое место среди них занимает инструментарий стратегического управления – как действенно ориентированной системы, позволяющей разрабатывать и реализовывать стратегии в условиях воздействия дестабилизирующих внешних факторов.

**Цель исследования.** В этой связи решение проблемы выбора методов стратегического управления предприятия в нестабильной среде функционирования является целью исследования.

**Результаты исследования.** Обобщение результатов зарубежных и отечественных исследований позволило выделить следующие критерии нестабильности среды предприятия: прогнозируемость изменений, возможность противодействия им со стороны предприятия и скорость изменений [1, 2]. Каждый из этих критериев может варьировать в диапазоне от низкого до высокого уровня. Что касается методов управления, то в современной теории и практике стратегического менеджмента в высоко нестабильной среде рекомендуется использовать инструментарий управления на основе ранжирования стратегических задач, управления по слабым сигналам и управления в условиях стратегических неожиданностей [3]. Рассмотрим сущность этих методов для выявления взаимосвязи с критериями нестабильности среды.

Так, в основе управления на основе ранжирования стратегических задач лежит отбор проблем для первоочередного решения по критерию «срочность». При этом ответная управленческая реакция на эти проблемы может выражаться в проведении необходимых изменений в среде предприятия с активной или пассивной позиции. Активная позиция предполагает разработку и реализацию ответных стратегических мер в отношении внешних факторов прямого воздействия, а пассивная – сводится исключительно к адаптации к новым обстоятельствам. То есть, метод управления на основе ранжирования стратегических задач позволяет предприятию вносить изменения в его стратегию с учетом критерия «возможность противодействия изменениям».

Следующий инструмент стратегического управления – управление по слабым сигналам – уместен при принятии перспективных решений в условиях неполной и неточной информации об окружении, когда по мере накопления и уточнения этой информации, определенность практических шагов предприятия по достижению целей в новых условиях возрастает. То есть, этот метод ориентирован на решение стратегических задач с учетом критерия «предсказуемость изменений» нестабильного окружения. В условиях низкой предсказуемости вариантов развития событий в теории и практике управления рекомендуется использование сценарного планирования [2], ко-

гда разработка и/или корректировка стратегии осуществляется сначала в общих чертах по первым сигналам извне, а затем уточняется и конкретизируется по мере поступления большей информации. В случае высокой предсказуемости – актуально применение преактивного или упреждающего управления на основе разработки и реализации превентивных стратегических мер.

Третьим инструментом стратегического управления предприятия в нестабильной среде является управление в условиях стратегических неожиданностей, обусловленных внезапным возникновением проблем. Причем такие проблемы могут ставить новые управленческие задачи, опыт решения которых у предприятия пока отсутствует. А реакция на них должна быть быстрой и незамедлительной, то есть вне обычного для данного предприятия временного горизонта разработки и реализации стратегии. То есть, управление в условиях стратегических неожиданностей – действенный стратегический инструмент в высоко динамичной среде, что соответствует третьему критерию нестабильности – скорости изменений.

Выявленная взаимосвязь методов стратегического управления предприятия в нестабильной среде и критериев нестабильности его окружения представлена в табл. 1.

Таблица 1

**Взаимосвязь методов стратегического управления предприятия в нестабильной среде и критериев нестабильности окружения**

Критерии нестабильности среды	Диапазон изменения критерия	Методы стратегического управления
Предсказуемость изменений	Низкая	Управление по слабым сигналам на основе сценарного планирования
	Высокая	Упреждающее сценарное планирование
Возможность противодействия изменениям	Низкая	С пассивной стратегической позиции (инициирование изменений)
	Высокая	С активной стратегической позиции (адаптация к изменениям)
Скорость изменений	Низкая	Вне периода разработки и реализации стратегии
	Высокая	В рамках периода разработки и реализации стратегии

**Выводы.** В заключении, следует отметить, что поскольку нестабильность среды предприятия – комплексное понятие, характеризующееся тремя критериями, поэтому и методы стратегического управления, актуальные к применению с учетом каждого из них, также должны использоваться во взаимосвязи, изучение особенностей которой выступает целью дальнейших исследований.

## СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Рывкина О. Л. Подходы к оценке неопределенности внешней среды предприятия / О. Л. Рывкина // Экономика Крыма. — 2003. — № 9. — С. 57–60.
2. Зуб А. Т. Системный стратегический менеджмент: методология и практика / А. Т. Зуб, М. В. Локтионов. — М. : Генезис, 2001. — С. 137–148.
3. Люкшинов А. Н. Стратегический менеджмент : учебное пособие для вузов / А. Н. Люкшинов. — М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2000. — 375 с.

© О.Л. Рывкина

УДК 65.01

### ФОРМИРОВАНИЕ КОМПЕТЕНЦИЙ ПЕРСОНАЛА КАК ФАКТОР ОБЕСПЕЧЕНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ

### FORMATION OF PERSONNEL COMPETENCIES AS A FACTOR OF ENSURING COMPETITIVENESS OF THE ENTERPRISE

**Серова Л.Б.**, обучающаяся группы МГ-241-о,  
**Цветкова И.И.**, к.э.н, доцент,  
ФГАОУ ВО «КФУ им. В.И. Вернадского»,  
Институт экономики и управления, г. Симферополь

**L.B. Serova**, student, gr. MG-241-o,  
**I.I. Tsvetkova**,  
Candidate of Economic Sciences, Associate Professor,  
V.I. Vernadsky Crimean Federal University,  
Institute of Economics and Management, Simferopol

#### Аннотация

В статье проведено обоснование эффективности использования компетентностного подхода для формирования конкурентоспособности предприятия. Предложено использовать одну из двух стратегий: стратегию инновационного развития компетенций персонала или стратегию стабилизации деятельности персонала.

#### Annotation

The article substantiates the effectiveness of using the competence approach to form the competitiveness of an enterprise. It is proposed to use one of two strategies: the strategy of innovative development of staff competencies or the strategy of stabilization of personnel activities.

**Ключевые слова:** компетентностный подход, компетенции персонала, конкурентоспособность, стратегия, эффективность.

**Keywords:** competence approach, staff competences, competitiveness, strategy, efficiency.

**Введение.** В настоящее время, говоря об обеспечении конкурентоспособности предпринимательской деятельности, следует констатировать тот факт, что на формирование конкурентных преимуществ большое влияние оказывают личностные компетенции персонала. Формирование компетенций персонала можно рассматривать как основной фактор обеспечения конкурентоспособности любого предприятия. С целью повышения эффективности функционирования персонала некоторые прогрессивные предприятия используют в управлении компетентностный подход, с помощью которого можно провести качественную оценку кадрового состава и выявить ключевые преимущества, разработать персонифицированные системы мотивации и адаптации персонала, создать условия для карьерного роста, развития кадрового потенциала и самореализации работников.

**Цель исследования.** является обоснование использования модели компетенций персонала для обеспечения конкурентоспособности предприятия.

**Результаты исследования.** Исследование компетентностного подхода и его влияния на конкурентоспособность предприятия не является чем-то принципиально новым. Отечественными и зарубежными специалистами предпринимались попытки разработки универсальной модели компетенций, которую можно было бы использовать в качестве конкурентного преимущества для обеспечения конкурентоспособности предприятия. Однако, учитывая разнообразие требований работодателей к характеристикам, которыми должен обладать персонал, такие модели носят скорее базовый характер и не могут быть использованы в практической деятельности без предварительного уточнения и адаптации. На каждом предприятии целесообразно формировать собственную модель компетенции персонала, учитывая специфику деятельности, стоящие перед предприятием цели, качественный и количественный состав персонала.

«Определяющие категории компетентностного подхода «компетенция» и «компетентность» до сих пор не имеют однозначного содержания и трактовки. В общем понимании компетенция персонала является комплексной характеристикой личности, проявляющейся в конкретной деятельности и охватывающей знания, навыки, склонности, нормы, модели поведения, необходимые для выполнения задач в соответствии с целями предприятия с учетом мотивации и личностных особенностей» [1, с. 115].

Исследования, проведенные различными авторами, позволяют утверждать, что именно концепция компетенций является наиболее прогрессивным подходом к обеспечению конкурентных преимуществ персонала в современных условиях развития рынка труда, так как позволяет персоналу развиваться в соответствии с собственными профессиональными и личностными преимуществами, видением тенденций развития рынка труда, что способствует процессу передачи знаний, стимулирует обучение и профессиональное самосовершенствование персонала.

Компетенции персонала являются основой формируемых на предприятии корпоративных знаний и навыков, которые и создают систему уникальных, индивидуальных конкурентных преимуществ, являясь тем самым одним из основных факторов обеспечения конкурентоспособности предприятия.

Формирование как индивидуальных, так и групповых компетенций персонала на предприятии целесообразно проводить по ряду категорий:

- профессиональные компетенции;
- социальные компетенции;
- компетенции развития [2, с. 123].

При этом максимальное влияние на конкурентоспособность предприятия будут оказывать такие компетенции персонала, которые отвечают следующим требованиям:

- долговечность;
- трудность идентификации и понимания конкурентами;
- мобильность;
- трудность воспроизведения.

В зависимости от уровня конкурентоспособности предприятия и состояния человеческих ресурсов, мы предлагаем использовать одну из двух стратегий: стратегию инновационного развития компетенций персонала или стратегию стабилизации деятельности персонала.

Разработка стратегии инновационного развития компетенций персонала обеспечивает поступательное, пропорциональное, эффективное развитие предприятия, его экономическую устойчивость и безопасность. Для тех предприятий, на которых наблюдается определенная стабильность деятельности и незначительные колебания в ней, можно использовать стратегию стабилизации, чтобы в будущем не потерять свои позиции.

Формирование компетенций персонала целесообразно осуществлять с использованием модели компетенций, что позволит установить определенные индикаторы, на которые следует ориентироваться в процессе создания конкурентных преимуществ [3, с. 146].

**Выводы.** Для обеспечения конкурентоспособности предприятия разрабатываемая концепция компетенций персонала должна базироваться на стратегии, которая предусматривает применение современных технологий рекрутинга, тренинга, адаптации ее к рыночной конъюнктуре, карьерного роста, постоянного обучения, стажировки и формирования корпоративной культуры, информатизации производственных и управленческих процессов.

## СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Труніна І. М. Формування моделей компетенцій персоналу суб'єктів підприємницької діяльності / І. М. Труніна // Вісник НТУ «ХП». — 2014. — № 65 (1107). — С. 111–124.

2. Ксенофонтова Х. З. Модели компетенций управленческого персонала как фактор конкурентоспособности организации / Х. З. Ксенофонтова // Проблемы современной экономики. — 2009. — С. 123–125.

3. Клецова К. В. Формування компетенцій персоналу як основа забезпечення його конкурентоспроможності на ринку праці / К. В. Клецова // Вісник Східноукраїнського національного університету імені Володимира Даля. — 2010. — № 1 (143). Ч. 1. — С. 144–151.

© Л.Б. Серова, И.И. Цветкова

УДК 338.46:658.7

## О ПОЛОЖИТЕЛЬНОЙ И ОТРИЦАТЕЛЬНОЙ ОБРАТНЫХ СВЯЗЯХ В СЕРВИСНЫХ СИСТЕМАХ

### ABOUT POSITIVE AND NEGATIVE FEEDBACKS IN THE SERVICE SYSTEM

**Скоробогатова Т.Н.**, д.э.н., профессор,  
ФГАОУ ВО «КФУ им. В.И. Вернадского»,  
Институт экономики и управления, г. Симферополь

**T.N. Skorobogatova**,  
Doctor of Economic Sciences, Professor,  
V.I. Vernadsky Crimean Federal University,  
Institute of Economics and Management, Simferopol

#### Аннотация

Рассмотрено соотношение положительной и отрицательной обратных связей в экономических системах. Акцентируется внимание на обратных связях в сервисных, в первую очередь сервисно-образовательных, системах.

#### Annotation

It considered the relationship between positive and negative feedback in economic systems. The attention is focused on backward linkages in the service, first and foremost, service-educational systems.

**Ключевые слова:** положительная обратная связь, отрицательная обратная связь, сервисные системы, сервисно-образовательные системы.

**Keywords:** positive feedback, negative feedback, service systems, service educational systems.

**Введение.** Важнейшей научной категорией (не являются исключением и экономические науки) выступает система. Одна из классификаций систем разделяет их на открытые и закрытые. Среди характеристик системы первоначальная роль принадлежит связям. В закрытых системах связи носят внутренний характер, в открытых – обеспечивают не только внутреннюю

целостность, но и сообщение с окружающей средой. При рассмотрении характеристик открытой системы на первый план выходит обратная связь. Особую роль она играет в сервисных системах, где обеспечивается непосредственный контакт с потребителем.

**Целью исследования** является рассмотрение обратной связи в сервисных системах при акцентировании внимания на сервисно-образовательных системах.

**Результаты исследования.** Обратная связь выступает незаменимым импульсом развития системы. Определяя ее как характерное свойство системы, И.Н. Дрогобыцкий отмечает, что если нет обратных связей, то нет и системы [1, с. 50]. Обратная связь дает возможность сохранения системы на том же уровне (то есть если система получает все необходимое для функционирования) и способствует ее развитию: в первом случае можно вести речь о простом воспроизводстве системы, во втором – о расширенном воспроизводстве.

Обратная связь проявляется в виде поступающих из внешней среды сигналов, которые являются индикаторами отклонений системы от первоначального состояния. Управление системой по отклонениям опирается на принцип отрицательной обратной связи, когда изменения нивелируются управляющим субъектом и система сохраняет устойчивость (такое положение отвечает кибернетическому подходу [2, с. 50]). Переход системы в новое состояние основан на принципе положительной обратной связи, когда изменения, напротив, накапливаются и кумулятивный эффект проявляется в виде разрушения старой и возникновения новой системы (такое положение отвечает синергетическому подходу [2, с. 50]). Известно, что если влияние обратной связи усиливает изменения в системе, то такая обратная связь называется положительной, если ослабляет – отрицательной. Анализируя положительную и отрицательную обратные связи в определенной системе, необходимо в каждом случае определять их позитивную и негативную роли.

Укажем, что в качестве системы можно рассматривать любой хозяйствующий субъект, в том числе и предприятие сферы услуг, принимающее в этом случае форму сервисной системы. При этом необходимо отметить, что связи в сервисных системах отличаются от соответствующих связей в системах, созданных на базе предприятий материального производства, что во многом объясняется разным предметом связей, другими словами, представлением товара в виде продукции или услуги. Действительно, при приобретении продукции прямая связь с потребителем (за исключением изготовления продукции по индивидуальным заказам) безадресная, услуга же обуславливает непосредственный контакт с потребителем при его обслуживании, хотя в случае ремонта предмета обихода возможна связь через третье лицо. Соответственно, обратная связь после получения продукции пролонгирована, при получении услуги она начинается с оперативной и может превратиться в длительную.

Основные «лакмусовые листочки» констатации эффективного функционирования системы – это отзывы потребителей услуг. Е.В. Воронцова отмечает как негативное явление факт, когда положительная обратная связь отвечает увеличению спроса покупателей, что приводит к снижению устойчивости системы [3]. Действительно, данный фактор определяет возмущающие воздействия, однако он не является негативом, а скорее должен рассматриваться как импульс развития. Сохраняя устойчивость при стабильном спросе на определенный период, система не развивается, что постепенно приводит к ее разрушению. Кроме того, деструкции системы способствует отсутствие новых связей.

Необходимо отметить, что чем больше экономическая система, тем приоритетнее в ней устойчивость по сравнению с разрушением. Действительно, для национального хозяйства страны оптимально устойчивое пропорциональное развитие, отдельное же предприятие может ориентироваться на изменения. Однако и на уровне предприятия соотношение устойчивости и перемен зависит от масштаба и выбранной рыночной ниши. В частности, мелкие предприятия – коммутанты, деятельность которых нацелена на удовлетворение локальных потребностей, обычно недолговечны, а выживают благодаря постоянным преобразованиям. Крупные же предприятия, производящие стандартизированные товары (виоленты), нацелены на устойчивость. Ведь, как справедливо отмечают С.П. Бараненко и В.В. Шеметов, крупные предприятия, имея значительные ресурсы, могут внести изменения во внешнюю среду; малые предприятия такими возможностями не располагают [4, с. 74]. Поэтому последние вынуждены адаптироваться к ее изменениям.

Не совсем корректными выглядят положения, когда отрицательная связь отождествляется с негативной информацией, поступающей от потребителей, что отражено в работах ряда авторов, в частности [5]. На самом деле позитив или негатив соответствующей информации не обязательно отвечает полюсу связи. Негативная информация должна фильтроваться с выделением той части, которая противодействует функционированию системы и способствует срыву ее работы. Остальную негативную информацию следует воспринимать в аспекте направлений развития системы, то есть положительной обратной связи. Мало того, предприятие, ориентированное на сохранение и повышение конкурентоспособности, стремится получить как можно больше информации о недостатках в работе. Не зря К. Лавлок считает, что жалующиеся потребители дают предприятию шанс избавиться от проблем и недостатков [6, с. 249].

Оперативность обратной связи во многом зависит от активности пользования услугой (об активном и пассивном потреблении услуг см. в работе [7]). При полном пассивном ее потреблении связь существует до и после процесса обслуживания, элементы же активности обуславливают обратную связь еще и в самом процессе. Примером активно-пассивного потребления

служат образовательные услуги, где степень активности определяется имеющейся у объекта обслуживания базой и его настроен на обучение, а также контактом с субъектом услуги (преподавателем). Несомненно, что среди сферы обслуживания образовательные учреждения (на базе которых создаются сервисно-образовательные системы) занимают далеко не последнее место. Отметим, что здесь можно выделить систему технологического порядка (систему в узком смысле), включающую субъектов услуг (преподавателей) и объектов услуг (школьников, студентов, слушателей и др.), и систему организационного уровня, охватывающую все учебное заведение (систему в широком смысле). Обратная связь в системе образуется при непосредственном общении субъектов и объектов образовательных услуг (что естественно при интерактивном обучении) и при специально организованном преподавателем социологическом опросе, где наиболее адекватный результат, на наш взгляд, дает анонимное анкетирование. В большинстве случаев результаты анкетирования способствуют развитию сервисно-образовательной системы, однако существует вероятность неадекватно-субъективной оценки, что нельзя сбрасывать со счетов. Субъективизм часто является результатом отсутствия потребителей образовательных услуг на занятиях, соответственно они не получают услугу в полном объеме, отчего не достигается желаемый результат. Отрицательная обратная связь находит отражение в поведении указанных объектов, когда они противодействуют проведению учебного процесса, что требует восстановления системы.

**Выводы.** Таким образом, обратная связь – это один из важнейших параметров и источник развития любой открытой системы, в том числе и сервисной. При этом она различается в сервисных и производственных системах: обратная связь после получения продукции пролонгирована, при получении услуги она начинается с оперативной и может превратиться в длительную.

Потенциально обратная связь может носить как положительный, так и отрицательный характер. В обоих случаях следует правильно трактовать ее возникновение, выбирая наиболее приемлемый для системы на данный момент вариант сохранения устойчивости или преобразования.

Информация, поступающая в русле обратной связи, требует структурирования и правильной интерпретации. Тогда она позволяет выявить «подводные камни», препятствующие нормальному функционированию системы, и направить ее развитие в оптимальное русло.

Оперативность обратной связи во многом зависит от активности пользования услугой. В сервисно-образовательных системах она определяется как потребителем, способным и желающим получить услугу, так и продуцентом, определяющим прямую связь.

## СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Дрогобыцкий И. Н. Системный анализ в экономике / И. Н. Дрогобыцкий. — М. : Изд-во Финансы и статистика ; ИНФРА-М, 2009. — 512 с.
2. Основы логистики : учебник для вузов / Под ред. В. Щербакова. — СПб. : Питер, 2009. — 432 с.
3. Воронцова Е. В. Логистическая концепция как метод управления потоковыми процессами на предприятии / Е. В. Воронцова // Вестник ВУиТ. — 2009. — № 14. — С. 28–34.
4. Бараненко С. П. Стратегическая устойчивость предприятия / С. П. Бараненко, В. В. Шеметов. — М. : ЗАО Центрполиграф, 2004. — 493 с.
5. Как получить максимально эффективную обратную связь. — Режим доступа : [http://www.up-pro.ru/library/production\\_management/zarubejnyj-opyt/obratnaja-svyaz.html](http://www.up-pro.ru/library/production_management/zarubejnyj-opyt/obratnaja-svyaz.html). — Дата доступа : 5 января 2017.
6. Лавлок К. Маркетинг услуг: персонал, технология, стратегия : пер. с англ. / К. Лавлок. — 4-е изд. — М. : Изд. дом «Вильямс», 2005. — 1008 с.
7. Скоробогатова Т. Н. О различных способах потребления услуг: сервисно-логистический подход / Т. Н. Скоробогатова // Риск: ресурсы, информация, снабжение, конкуренция. — 2016. — № 3. — С. 189–192.

© Т.Н. Скоробогатова

УДК 336.1

## РАЗВИТИЕ МУНИЦИПАЛЬНЫХ ФИНАНСОВ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

## DEVELOPMENT OF MUNICIPAL FINANCE OF THE RUSSIAN FEDERATION

**Усков И.В.**, д.э.н., доцент,  
профессор кафедры гуманитарных и социально-  
экономических дисциплин, Крымский филиал  
Краснодарского университета МВД России,  
г. Симферополь

**Веселов А.В.**, курсант 4 курса, рядовой полиции,  
Крымский филиал Краснодарского университета  
МВД России, г. Симферополь

**I.V. Uskov**,  
Doctor of Economic Sciences, Associate Professor,  
Professor of the Department of Humanitarian and  
Socio-Economic Disciplines,  
Crimean Affiliate of Krasnodar University of Interior  
Ministry of Russia, Simferopol  
**A.V. Veselov**, Cadet,  
Crimean Affiliate of Krasnodar University of Interior  
Ministry of Russia, Simferopol

### **Аннотация**

В данной работе идет речь о проблеме развития социально-экономических отношений, возникающих по поводу формирования, распределения и использования финансовых ресурсов для решения задач местного значения Российской Федерации в современных условиях.

Целью работы является освещение основных проблемы развития муниципальных финансов Российской Федерации, а также анализ вариантов их решения.

Задачей исследования является определение условий, причин и проблем, решение которых позволит местным органам власти решать проблемы развития местных финансов.

Методы исследования: дедукция, индукция, аналогия, анализ.

### **Annotation**

In this paper we are talking about the problem of the development of socio-economic relations arising in connection with the formation, distribution and use of financial resources for the solution of local problems of the Russian Federation in modern conditions.

The aim of the work is to highlight the main problems of the development of municipal finance in the Russian Federation, as well as to analyze options for their solution.

The task of the study is to determine the conditions, causes and problems, the solution of which will allow local authorities to solve problems of local finance development.

Methods of research: deduction, induction, analogy, analysis.

**Ключевые слова:** финансы, муниципальные финансы, развитие муниципальных финансов, доходы.

**Keywords:** finance, municipal finance, development of municipal finance, incomes.

**Введение.** В то время, как каждая страна намечает свой собственный путь экономического и социального развития, в какой-то степени определяемого историей, традициями, современными политическими и экономическими соображениями, децентрализация стала всемирной тенденцией, лежащей в основе различных подходов, в бедных странах государственные расходы на социальные программы, включая здравоохранение, образование, повышение благосостояние и сокращение масштабов нищеты, сокращаются из-за нехватки ресурсов, значительной задолженности и недостаточного финансирования из внешних источников, что ставит под угрозу достижение целей в области развития.

**Цель исследования.** Целью работы является освещение основных проблемы развития муниципальных финансов Российской Федерации в современных условиях, а также анализ вариантов их решения.

**Результаты исследования.** Существует два ключевых фактора, влияющих на работу местных органов власти, как в промышленно развитых, так и в еще развивающихся странах. Во-первых, это постепенная децентрализация ответственности за инвестиции в инфраструктуру и предоставление услуг местным органам власти, что усиливает их финансовое бремя. Во-вторых, это быстроразвивающиеся отношения между местными и региональ-

ными фискальными отношениями. Несмотря на относительно плавный переход к взаимодополняющей роли между региональными и местными органами власти в Европейском союзе, ситуация в странах с развивающейся экономикой гораздо менее ясна, за исключением Индии и России, где государства и правительство субъектов осуществляют высокую степень контроля над муниципальными финансами [1].

В целом, эффективный контроль над доходами значительно отстает от расширения сферы ответственности муниципалитетов. Несмотря на эти ограничения, местные власти играют ведущую роль, вытекающую из их уставных полномочий и их способности действовать межсекторально в определенном географическом пространстве. В странах с еще формирующимся рынком, муниципалитеты не располагают сложными вспомогательными рамками, из которых их коллеги из развитых стран получают техническую и финансовую помощь. Финансовая автономия часто ограничивается несоответствием между передачей контроля над расходами и передачей контроля над доходами, ограничениями по займам и т.д. [2].

**Выводы.** Таким образом, мы считаем, что основными проблемами, которые необходимо решить, являются:

- Большое количество небольших, малоимущих муниципалитетов;
- Асимметричная децентрализация;
- Слабость местных источников доходов;
- Отсутствие сильных внутренних рынков капитала;
- Препятствия развитию муниципальных кредитных организаций;
- Недостаточный потенциал для рационального финансового управления на местном уровне;
- Отсутствие механизмов финансирования городских инвестиций;
- Отсутствие средств на содержание существующих активов.

Решение данных проблем позволит местным органам власти решать проблемы бедности, внедрять процессы участия и многосекторальные программы и т.д. [3].

## СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Бурлачков В. К. О развитии муниципальных финансов / В. К. Бурлачков, Д. В. Голубовский // Финансы и кредит. — 2008. — № 28 (316). — URL : <http://cyberleninka.ru/article/n/o-razvitii-munitsipalnyh-finansov> (дата обращения: 20.11.2017).

2. Свищева В. А. Муниципальные финансы: современные проблемы и альтернативы // Власть. — 2013. — № 10. — URL : <http://cyberleninka.ru/article/n/munitsipalnye-finansy-sovremennye-problemy-i-alternativy> (дата обращения: 22.11.2017).

3. Уфимцева Е. В. Совершенствование системы управления муниципальными финансами / Е. В. Уфимцева, В. А. Кудяков // Вестник Томского государственного университета. — 2010. — № 333. — URL : <http://cyberleninka.ru/>

УДК 331.103.4

**АНАЛИЗ ПРОБЛЕМ АДАПТАЦИИ И КЛАССИФИКАЦИЯ  
ФАКТОРОВ, ОКАЗЫВАЮЩИХ ВЛИЯНИЕ НА АДАПТАЦИЮ  
ПЕРСОНАЛА В ОРГАНИЗАЦИИ**

**ANALYSIS OF ADAPTATION PROBLEMS AND  
CLASSIFICATION OF FACTORS AFFECTING THE ADAPTATION  
OF PERSONNEL IN THE ORGANIZATION**

**Фокина Н.А.**, к.э.н, доцент,  
**Монахова К.В.**, обучающаяся группы МГ-241-о,  
ФГАОУ ВО «КФУ им. В.И. Вернадского»,  
Институт экономики и управления, г. Симферополь

**N.A. Fokina**,  
Candidate of Economic Sciences, Associate Professor,  
**K.V. Monakhova**, student, gr. MG-241-o  
V.I. Vernadsky Crimean Federal University,  
Institute of Economics and Management, Simferopol

**Аннотация**

В статье проанализированы проблемы адаптации персонала, представлена классификация факторов, оказывающих влияние на процесс адаптации персонала, а также обозначены критерии эффективности процесса адаптации персонала как со стороны персонала, так и со стороны организации.

**Annotation**

The article presents a classification of the factors influencing the process of staff adaptation, as well as the criteria for the effectiveness of the process of adaptation of personnel both from the staff and the organization.

**Ключевые слова:** адаптация персонала, кадры, проблемы адаптации, факторы адаптации.

**Keywords:** personnel adaptation, personnel, problems of adaptation, adaptation factors.

**Введение.** В современных условиях от скорости адаптации персонала зависит вхождение работника в трудовой коллектив и, как следствие, эффективность его работы и организации в целом. Поэтому с целью быстрой и эффективной адаптации работников к новым условиям необходимо проводить анализ и учет проблем и факторов, оказывающих влияние на адаптацию кадров.

**Цель исследования** – выявить проблемы адаптации персонала, проанализировать влияние отдельных факторов на процесс адаптации, а также определить критерии, по которым определяют эффективность адаптации.

**Результаты исследования.** Каждая организация должна знать о проблемных аспектах, которые будут сопровождать процесс адаптации персонала в современных условиях, среди которых:

- преобладание организаций, в которых отсутствуют программы адаптации персонала;
- отсутствие четко определенных критериев для оценки эффективности процесса адаптации персонала;
- превалирование программ адаптации, разработанных и используемых без учета различий первичной и вторичной адаптации;
- отсутствие в программах учета приоритета различных аспектов адаптации для разных категорий персонала;
- отсутствие в программах адаптации четкого закрепления лиц, участвующих в процессе адаптации и отвечающих за ее результаты;
- преобладание организаций, в которых не налажена работа по ознакомлению нового сотрудника с корпоративной культурой организации, стандартами поведения и т. д.;
- отсутствие качественной обратной связи в системе адаптации организаций, связанной с отслеживанием промежуточных и конечных результатов.

Существует большое количество классификаций факторов, влияющих на адаптацию персонала. Нами проведено их обобщение и выделены следующие группы факторов [1, 2, 3]:

- способность управлять факторами;
- сила влияния на процесс адаптации;
- источник возникновения;
- частота проявления;
- размер организации;
- характер и содержание работы на занимаемой должности.

Разделение факторов по управляемости позволяет организации наиболее эффективно использовать ресурсы для адаптации персонала и упростить саму процедуру адаптации. В соответствии с этим критерием можно идентифицировать частично контролируемые и неконтролируемые факторы. Частично контролируемым фактором, например, является формирование морального и психологического климата в рабочей группе, где расположен адаптируемый сотрудник. К неконтролируемым можно отнести правовое регулирование отношений работодателя и наемного работника в стране и регионе.

Также можно разделить факторы, оказывающие влияние на адаптацию кадрового потенциала на: активные, активно-пассивные и пассивные.

1. Активные включают влияние на процесс адаптации руководства или профсоюзной организацией.

2. Активно-пассивные, в первую очередь, зависят от характера и содержания работы адаптируемого сотрудника, а также от условий труда.

3. Пассивные проявляются в формировании соответствующего морального и психологического климата.

Факторы по источнику возникновения подразделяются на: обусловленные окружающей средой организации, обусловленные состоянием внутренней среды организации, индивидуально-обусловленные и статусно-обусловленные. Такой подход позволяет идентифицировать области (людей), в которых (из-за которых) возникают ситуации, влияющие на процесс адаптации работников.

По критерию «частота проявления» факторы подразделяются на условно-постоянные (возраст, стаж, атмосфера в коллективе), периодические (частота общих собраний, конфликты с другими сотрудниками) и случайного характера (похвала или же нет, задержка на работе).

Согласно вышеперечисленным факторам можно выделить критерии эффективности процесса адаптации персонала. Со стороны персонала таким обобщенным критерием может выступать уровень удовлетворенности условиями работы. Со стороны организации можно определить следующие критерии:

- качество выполняемой работы;
- количество выполняемой работы;
- соблюдение стандартов времени (норм времени и обслуживания);
- уровень овладения орудиями труда;
- уровень заинтересованности в работе;
- уровень усвоения и соблюдения корпоративных стандартов (внешний вид, культура речи и т.д.);
- соблюдение дисциплины труда;
- степень принятия сотрудника коллективом.

**Выводы.** Подводя итоги отметим, что продолжительность периода адаптации на любом предприятии может занимать от нескольких недель до нескольких лет. Учет факторов адаптации, а также разработка и внедрение мероприятий, способствующих нивелированию воздействия негативных факторов и усилению позитивных приводит к следующим результатам: ускорению процесса достижения работником необходимого уровня производительности и качества труда, созданию благоприятного психологического климата в коллективе, снижению организационных издержек при комплектовании штата сотрудников, снижению текучести кадров, развитию организационной культуры.

## СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Кибанов А. Я. Основы управления персоналом: Учебник / А. Я. Кибанов. — 2-е изд., перераб. и доп. — М. : ИНФРА-М, 2014. — 447 с.

2. Маслов Е. В. Управление персоналом предприятия: Учебное пособие [Электронный ресурс] / под ред, П. В. Шеметова. — М. : ИНФРА-М; ; Новосибирск: НГАЭиУ, 1999. — 312 с. — Режим доступа : <http://enbv.narod.ru/text/Econom/maslov> (дата обращения: 15.11.2017).

3. Исаева Е. В. Адаптация сотрудников в гостинице / Е. В. Исаева // Теория и практика современной науки. — 2016. — № 3 (9). — С. 61–67.

© Н.А. Фокина, К.В. Монахова

**УДК 338.482**

## **АУДИТ КАЧЕСТВА ОБСЛУЖИВАНИЯ В ГОСТИНИЦЕ**

### **QUALITY OF SERVICE AUDIT IN THE HOTEL**

**Хатикова З.В.**, к.э.н, доцент,  
Севастопольский филиал ФГБОУ ВО «Российский  
экономический университет имени Г.В. Плеханова»,  
г. Севастополь

**Z.V. Khatikova**,  
Candidate of Economic Sciences, Associate Professor,  
Sevastopol Branch of Plekhanov Russian University of  
Economics, Sevastopol

#### **Аннотация**

В статье рассмотрены способы контроля и оценки работы контактного персонала предприятий гостиничной сферы. Определено значение чек-листов, регламентирующих соответствующие процедуры и операции, выполняемые сотрудниками каждого из подразделений гостиницы. Обоснована значимость программ «Тайный гость» и «Тайный звонок» как методик, выявляющих исполнения внутренних стандартов обслуживания и соответствие средства размещения международным отельным стандартам.

#### **Annotation**

In the article methods of control and assessment of work of front-office of the hotel business enterprises are considered. The value of the checklists regulating the relevant procedures and operations performed by employees of each of the hotel divisions is determined. The significance of the programs "Mystery Guest" and "Mystery Call" is substantiated as methodologies that reveal the performance of internal service standards and the compliance of the accommodation with international hotel standards.

**Ключевые слова:** аудит сервиса, гостиница, контактный персонал, чек-лист, «Тайный гость», «Тайный звонок».

**Keywords:** service audit, hotel, front-office, checklist, "Mystery Guest", "Mystery Call".

**Введение.** Качество предоставления услуг в современной индустрии гостеприимства предопределяет количество потенциальных, существующих

щих и постоянных гостей. В этой связи одним из конкурентных преимуществ средства размещения может стать наличие внутренних стандартов обслуживания, определяющих политику, правила и особенности поведения сотрудников.

В то же время контроль исполнения внутренних стандартов обслуживания является в настоящее время необходимым и обязательным условием эффективного и конкурентоспособного функционирования гостиницы на туристском рынке. Он позволяет выявить не только слабые стороны, но и внедрить системы мотивации и вознаграждения персонала [1].

**Цель исследования.** Целью настоящего исследования является выявление способов и инструментов, позволяющих в полной мере провести анализ и получить полную картину действий персонала в процессе контакта с гостем и определение возможных недочетов для последующей корректировки.

**Результаты исследования.** Следует отметить, что действия по контролю работы персонала гостиницы разделяют на несколько составляющих:

- контроль дисциплины;
- контроль объема выполненных работ;
- контроль качества выполнения служебных обязанностей;
- контроль финансовых результатов деятельности гостиницы;
- отслеживание и предотвращение злоупотреблений в гостиничном хозяйстве и т.п. [2].

В настоящей статье внимание будет уделено рассмотрению качественных показателей, получаемых с помощью всестороннего аудита сервиса. В практике ведения гостиничного бизнеса наибольшее применение получили следующие направления:

- использование чек-листов;
- программа «Тайный гость»;
- программа «Тайный звонок».

При низких по сравнению с другими инструментами затратах, представленные выше доказали свою эффективность и отвечают поставленным руководством задачам. Рассмотрим их подробнее.

Для контроля работы персонала гостиничными предприятиями активно используются чек-листы. В подобном перечне представлен четкий набор требований к выполнению определенного вида услуг. Более того, с одной стороны, контрольный список позволяет объективно оценить качество выполненной работы, а с другой – проверить конкретного сотрудника на знание внутренних стандартов.

Профессионально составленный для каждой службы чек-лист отражает специфику отеля, систему внутренних стандартов, тонкости выполнения процедур и содержит не менее 300 критериев.

Чек-листы делятся на два основных вида: рутинные и контрольные.

Рутинные чек-листы – это перечень регулярных, мельчайших действий, которые должны выполнять все сотрудники отеля. Главная задача

выполнения чек-листов заключается в том, чтобы ничего не было забыто [3].

Контрольные чек-листы – это чек-листы, по которым идет проверка того или иного сотрудника, процесса, помещения на предмет соответствия стандартам. Это может быть проверка санитарного и технического состояния отеля, проверка знаний сотрудников, проверка соблюдения стандартов обслуживания и многое другое. По итогам таких проверок, обычно, в отелях ставится оценка, которая сильно влияет на зарплату сотрудников [3].

Более того, многими компаниями для упрощения и удобства использования системы чек-листов предлагаются специализированные приложения, позволяющие уйти от традиционных бумажных носителей к электронным.

Динамичная и надежная форма оценки впечатлений гостей – «Тайный гость» – нацелена на выявление узких мест в сервисе гостиницы по всем направлениям. В отчет «Тайного гостя» включены пункты, касающиеся не только работы контактного персонала: профессионализм, поведение, инициативность в общении с гостем, выполнение стандартов, знание скриптов, но и общее пространство: состояние здания и номерного фонда, удобство для посетителей, внешняя атрибутика, соответствие классификационным требованиям.

Результат проверки позволяет менеджменту отеля выявить существующие недостатки, определить зоны развития и возможности к совершенствованию персонала.

Первое знакомство гостя с отелем, зачастую, осуществляется в результате телефонного разговора и обуславливает высокий уровень компетентности персонала продающих подразделений.

Соблюдение алгоритма работы сотрудником службы примера и размещения, службы бронирования, отдела продаж (конференции, банкеты и другие дополнительные услуги) позволяет программа «Тайный звонок». Более того, с помощью данного инструмента руководство отеля может оценить коммуникативные навыки, способность заинтересовать и привлечь внимание гостя, ориентированность на продажи, знание и использование телефонного этикета.

Услуги по программам «Тайный гость» и «Тайный звонок» предоставляются профессионалами гостиничной сферы и базируются на международных отельных стандартах методологии Mystery Shopping. Более того, Mystery Shopping, как правило, является одним из KPI (Key Performance Indicator – ключевой показатель эффективности), по которому сотрудникам начисляются бонусы и премии.

В то же время разработка чек-листов и проведение программ «Тайный гость» и «Тайный звонок» может осуществляться отелем самостоятельно, что, с одной стороны, значительно снижает стоимость аудита, а с другой, – требует профессионализма и соответствующих знаний у экспертов контролирующей службы в данной области.

Наиболее, на наш взгляд, эффективный вариант – сотрудничество специализированных служб отеля и компаний, позволяющих разработать сценарии и контрольные листы максимально отвечающие профилю и специфике гостиницы.

**Выводы.** Гостиничный бизнес – это бизнес мелочей и постоянный контроллинг работы подразделений и их сотрудников на выполнение внутренних стандартов обслуживания, этикета в общении, открытости ориентированности на запросы гостя позволяет сделать эти мелочи прозрачными, создавая, поддерживая и развивая гостеприимство.

## СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Харковский К. Оценка полезности сотрудников / К. Харковский. — М. : Школа гостеприимства Reikartz, 2013. — 256 с.

2. Предотвращения злоупотреблений персонала гостинично-ресторанного комплекса // Официальный сайт компании SuperHotel. — Режим доступа : [http://superhotel.com.ua/статья/control\\_methods](http://superhotel.com.ua/статья/control_methods). — Дата доступа : 16 ноября 2017.

3. Интервью для журнала AllForHotel. Чек-листы для отельеров // Официальный сайт компании Open Service. — Режим доступа : <http://open-s.info/company/news/intervyu-dlya-zhurnala-allforhotel-chek-listy-dlya-otelerov/>. — Дата доступа : 17 ноября 2017.

© З.В. Хатикова

УДК 338.242

## ИННОВАЦИИ В БИЗНЕС-МОДЕЛЯХ И МАРКЕТИНГЕ

### MARKETING AND BUSINESS-MODEL INNOVATIONS

**Храпко В. Н.**, к.б.н, доцент,  
ФГАОУ ВО «КФУ им. В.И. Вернадского»,  
Институт экономики и управления, г. Симферополь

**V.N. Khrapko**,  
Candidate of Biological Sciences, Associate Professor,  
V.I. Vernadsky Crimean Federal University,  
Institute of Economics and Management, Simferopol

#### Аннотация

В работе проанализирован подход к инновациям в управлении и маркетинге предприятия. Инновации, опирающиеся на новые бизнес-модели, маркетинг и методы управления могут принести результаты в конкурентной борьбе и, по-видимому, не требуют таких существенных затрат, как технологические усовершенствования и проведение крупных R&D.

### Annotation

In the paper the approach to innovations in the enterprise management and marketing is analyzed. Innovations based on new business models, marketing and management methods can give results in competition and, apparently, do not require significant expenses as in the technological improvements and R&D.

**Ключевые слова:** бизнес-модель, конкуренция, маркетинг, инновации.

**Key words:** business model, competition, marketing, innovations

**Введение.** Инновации в экономике, часто являются важным фактором в конкурентной борьбе. Как известно, монопольная сила дает возможность получить дополнительную прибыль, которая превышает экономическую прибыль при совершенной конкуренции. В последнем случае она стремится к нулевому значению. Для достижения конкурентного преимущества в виде дополнительной прибыли есть различные возможности.

**Цель исследования.** Целью данной работы является обобщение методов инноваций, направленных на совершенствование структуры бизнеса с акцентом на маркетинговую и управленческую составляющую.

**Результаты исследования.** Если представить предприятие, состоящее из двух основных частей: первая – это производственная составляющая, использующая различные технологии. Инновации в этой компоненте предприятия позволяют изменить качество выпускаемой продукции, повысить его.

Если рассмотреть вторую часть – составляющую, связанную со структурой предприятия и его управлением, то в этом случае инновационные улучшения могут коснуться затрат и маркетинговой политики. Второй тип инновационного развития может быть назван как стратегический путь развития. Например, Markides [3] назвал этот тип инновационных решений стратегической инновацией, другие исследователи придерживаются других взглядов относительно сущности такого типа инновационной деятельности [2].

Инновации в управлении предприятием изменяют саму бизнес-модель, ее структуру и методы. Можно привести примеры таких инновационных решений, особенно касающихся лидеров соответствующих отраслей.

Например, компания Amazon и компания Barnes & Nobel конкурируют в розничном бизнесе, но они используют различные пути и способы взаимодействия с клиентами. Аналогично Charles Schwab, Easy Jet и Dell конкурируют в соответствующих отраслях по-разному, используя доступные методы в своей деятельности по сравнению с конкурентами, такими как Merrill Lynch, British Airways и Hewlett-Packard.

Для того чтобы определить, как бизнес-инновация или новая бизнес-модель должна увеличить существующий экономический эффект, нужно проанализировать всю цепочку создания ценностей [4, 5], в особенности ту часть, которая сопряжена с маркетинговыми усилиями фирмы. Это либо

путь привлечения новых клиентов на рынок, или поощрение существующих клиентов, для того, чтобы они потребляли больше, или то и другое вместе.

Требование расширить рынок предполагает, что инновация в бизнес-модели намного шире, чем просто создание нового подхода к развитию со стороны предприятия. Если рассмотреть изменения стратегии IBM в начале 1990-х годов, то они являются радикальными, IBM не только изменила технологии, но и перешла на новый рынок – рынок искусственного интеллекта, облачных технологий и предоставления услуг в этой области.

С другой стороны, компании такие как Amazon, Dell, Swatch считаются новаторами бизнес-моделей, потому что они представили рынку и конкурентам новые бизнес-подходы на своих рынках, с помощью которых они привлекли новых потребителей. Важно отметить, что новаторы в бизнес-моделях не открывают радикально новые продукты или услуги – они просто изменяют методы маркетинга и управления для существующих товаров и услуг.

Если под маркетингом понимать и взаимодействие со своими партнерами, то в этом случае интересные примеры можно найти в сервисных компаниях в нефтегазовой отрасли России [1, 2]. Например, крупнейшие российские компании прибегают к различным формам сотрудничества продуктов или услуг и как они предоставляется клиенту, или изменяют форму и методы специализации, например, аутсорсинг.

Компания Amazon не создала такой товар, как книги, но она переопределила, что такое услуга, что клиент получает, и то, каким образом эта услуга предоставляется клиенту.

Точно так же, Swatch не создала часы, но она переопределила, что такое этот продукт и почему клиент должен купить именно его.

Новые бизнес-модели часто внедряются на существующий рынок, подчеркивая отличия в продукте или в сервисных атрибутах, по сравнению с традиционными бизнес-моделями традиционных конкурентов. Например, в то время как традиционные брокеры по продаже ценных бумаг продают свои услуги на основе прошлого опыта и традиций, онлайн-брокеры продают свои услуги инвесторам, опираясь на привлекательное ценовое предложение, так как именно цена и скорость выполнения приказов являются их отличительной чертой.

Аналогично, в то время как традиционные авиакомпании продают свой продукт опираясь на частоту рейсов, диапазон направлений полета и качество обслуживания на борту, новаторы – лоукостеры подчеркивают свою конкурентную цену.

В то время как традиционные бизнес-школы продают свой продукт на основе традиций и используют свой имидж и авторитет, онлайн-вузы, такие как Открытый университет в Великобритании или Университет Феникса в США, продают образовательные услуги на основе гибкости в планах обучения и конкурентной цены [3]. Поскольку новаторы подчеркивают отличаю-

щие их от конкурентов аспекты продуктов или услуг, их продукты неизбежно становятся привлекательными (по крайней мере, первоначально) для клиентов, по сравнению с тем, что предлагают традиционные конкуренты.

В результате рынки, как правило, создаются вокруг инновационных конкурентов и имеют другие сравнительные преимущества.

**Выводы.** Инновации, опирающиеся на новые бизнес-модели, маркетинг и методы управления, могут дать нужные результаты в конкурентной борьбе и, скорее всего, не требуют таких существенных инвестиций как технологические усовершенствования и проведение крупных научно-технических разработок, как, например, при создании новых лекарственных препаратов.

## СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Гнатенко Е. А. Основные бизнес-модели организации нефтегазового сервиса в России / Е. А. Гнатенко // Труд и социальные отношения. — 2013. — № 1. — С. 15–27.

2. Тюленев И. В. Развитие нефтегазового сервиса в России в контексте мирового опыта : автореф. дис. ... канд. экон. наук : 08.00.14 / И. В. Тюленев. — М. :, 2011. — 24 с.

3. Constantinos M. Disruptive Innovation: In Need of Better Theory / M. Constantinos // Journal of Product Innovation Management. — 2006. — № 23. — P. 19–25.

4. Clayton C. The Innovator's Solution: Creating and Sustaining Successful Growth / C. Clayton, R. Michael. — Boston : Harvard Business School Press, 2003. — 320 p.

5. Porter M. E. Competitive Advantage: Creating and Sustaining Superior Performance / M. E. Porter. — New York : Free Press, 1998. — 580 p.

© В.Н. Храпко

УДК 658.6

## СБЫТОВАЯ ПОЛИТИКА ТОРГОВОГО ПРЕДПРИЯТИЯ

### SALES POLICY OF THE TRADE ENTERPRISE

**Царенко Н.В.**, к.э.н, доцент,

**Рыбак К.Е.**, обучающаяся группы МГ-433-о,  
ФГАОУ ВО «КФУ им. В.И. Вернадского»,  
Институт экономики и управления, г. Симферополь

**N.V. Tsarenko,**

Candidate of Economic Sciences, Associate Professor,

**K.E. Rybak,** student, gr. MG-433-o,

V.I. Vernadsky Crimean Federal University,

Institute of Economics and Management, Simferopol

### **Аннотация**

Раскрыта сущность и особенности сбытовой политики торгового предприятия. Рассмотрены факторы, влияющие на формирование и реализацию сбытовой политики торгового предприятия. Определены направления совершенствования сбытовой политики торгового предприятия.

### **Annotation**

The essence and peculiarities of sales policy of the trading enterprise are revealed. The factors influencing the formation and implementation of sales policy of a trading enterprise are considered. The directions of perfection of sales policy of the trade enterprise are determined.

**Ключевые слова:** сбытовая политика, торговое предприятие, виртуальный магазин.

**Keywords:** sales policy, trade enterprise, virtual store.

**Введение.** Достижение конкурентных преимуществ торговыми предприятиями в современной экономической ситуации возможно за счет их адаптации к меняющимся условиям макро- и микросреды, учета требований рынка, конкуренции и т.п. Сбыт — это ключевой показатель эффективности деятельности торгового предприятия, так как именно за счет сбытовой деятельности обеспечивается приток финансовых средств в компанию [3]. Поэтому большое значение приобретает использование новых управленческих подходов к формированию и реализации сбытовой политики с учетом специфики деятельности торгового предприятия и требований рынка.

Изучению вопросов сбытовой деятельности и сбытовой политики предприятия посвящены труды отечественных и зарубежных ученых, таких как Азоев Г., Голубков Е., Котлер Ф., Драккер П. и т.д. Несмотря на большое количество научных работ в рассматриваемой сфере, актуальными остаются вопросы формирования и совершенствования сбытовой политики торгового предприятия.

**Цель исследования** – изучить особенности сбытовой политики торгового предприятия.

**Результаты исследования.** Сбытовая политика торгового предприятия представляет собой целенаправленную деятельность по формированию ассортимента товаров и спроса, ценообразованию, стимулированию сбыта, организации складирования, товародвижения, и прочим аспектам сбыта, ориентированную на обеспечение устойчивой конкурентной позиции, максимизации прибыли и формирование положительной репутации компании.

Сбытовая политика торгового предприятия должна формироваться с учетом отраслевой специфики. Например, в отличие от производственной сферы, где приоритетами в деятельности предприятий является непосредственное изготовление товаров, пользующихся спросом на рынке, функционирование торгового предприятия ориентировано на установление взаимосвязи между производителями, торговыми предприятиями и потребителями на основе интересов и потребностей всех участников [2]. Такая взаимосвязь

обеспечивается за счет предоставления услуг хранения, складирования, транспортировки, формирования ассортимента, размещения товаров, обслуживания покупателей и осуществления рекламных мероприятий.

При формировании сбытовой политики торгового предприятия должен учитываться характер взаимоотношений между предприятием и покупателем, который может быть, как разовым, так и долгосрочным [2]. Поэтому торговое предприятие должно акцентировать внимание на тех аспектах деятельности и факторах, которые позволят сформировать базу постоянных клиентов и увеличивать ее. К таким факторам следует отнести широту ассортимента, цену товаров, место, время и объем покупки, организацию предпродажного и послепродажного обслуживания.

Широкий ассортимент товаров и ценовой диапазон, несомненно, позволяют торговому предприятию занять выгодную конкурентную позицию, но влекут за собой увеличение затрат на сбытовую деятельность. Поэтому необходимо соблюдать баланс между затратами предприятия на поддержание широкого ассортимента и желанием удовлетворить разнообразный покупательский спрос.

Торговое предприятие получит значительные конкурентные преимущества, если сведет к минимуму физические и материальные затраты покупателя при обращении к месту покупки товара благодаря расположению торгового предприятия в непосредственной близости к покупателю, возле транспортных магистралей или предоставит возможность совершать покупки в любом объеме 24 часа в сутки, не выходя из дома с возможностью доставки товара в любое место.

Индивидуальный и квалифицированный подход к оказанию предпродажных и послепродажных услуг покупателю также может способствовать формированию лояльности к торговому предприятию и налаживанию долгосрочных отношений между предприятием и покупателями.

На формирование и реализацию сбытовой политики торгового предприятия большое влияние оказывают факторы внешней среды, среди которых следует выделить покупательскую способность населения региона, уровень экономического развития и инфраструктуру региона. Например, в крупном регионе с развитой инфраструктурой и большим количеством потребителей, предприятию придется функционировать в условиях очень жесткой конкуренции и постоянно совершенствовать свою сбытовую политику.

Одним из инновационных подходов к формированию или совершенствованию сбытовой политики торгового предприятия являются интернет-продажи с визуализацией – «онлайн»-шопинг или виртуальные магазины [3].

«Онлайн»-шопинг основан на использовании технологии 3D моделирования и визуализации торговых залов и товаров, трехмерную модель которых можно рассмотреть со всех сторон. 3D товары и 3D-туры дают больше визуальной информации, чем высококачественные фотографии, так

как создают ощущение реальности, позволяя виртуально путешествовать по торговому залу, рассматривать товары, стоящие на полках, сравнивать их между собой и совершать покупки. А это в свою очередь воздействует на покупателя гораздо эффективнее любых акций и специальных ценовых предложений.

**Выводы.** Сбытовая политика современного торгового предприятия должна формироваться с учетом требований рынка и использования современных технологий. Для повышения эффективности сбытовой политики торговое предприятие должно формировать конкурентные преимущества, соответствующие требованиям внешней среды. Основой конкурентного преимущества торгового предприятия может стать использование продаж с помощью виртуальных магазинов с 3D визуализацией торговых залов и товаров.

## СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Неудакіна М. В. Особливості формування товарної політики торгових підприємств / М. В. Неудакіна // Управління розвитком. — 2013. — № 22. — С. 39–42.

2. Шарапа О. М. Організаційно-економічні засади формування збутової політики сільськогосподарських підприємств : автореф. дис. канд. екон. наук, спец. 08.00.04 [Электронный ресурс]. — Режим доступа : [http://btsau.edu.ua/sites/default/files/news/pdf/avtoref\\_sharapa.pdf](http://btsau.edu.ua/sites/default/files/news/pdf/avtoref_sharapa.pdf).

3. Первый в мире виртуальный магазин [Электронный ресурс]. — Режим доступа : <http://relaxic.net/first-virtual-store/>.

© Н.В. Царенко, К.Е. Рыбак

УДК 338.242.2

## СРАВНИТЕЛЬНАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА УГРОЗ И РИСКОВ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ

## COMPARATIVE CHARACTERISTICS OF THREATS AND RISKS OF THE ENTERPRISE'S ACTIVITY

**Черненко Н.Г.**, ассистент,  
ФГАОУ ВО «КФУ им. В.И. Вернадского»,  
Институт экономики и управления, г. Симферополь

**N.G. Chernenko**, Assistant Professor,  
V.I. Vernadsky Crimean Federal University,  
Institute of Economics and Management, Simferopol

### **Аннотация**

Целью данной работы является сравнение угроз внутренней и внешней среды предприятия. Задачи: сравнить процесс формирования угроз и рисков; сгруппировать угрозы по уровню их идентификации; определить сходства и различия между угрозами и рисками. Использован причинно-следственный анализ.

### **Annotation**

The purpose of this work is to compare threats to the internal and external environment of the enterprise. Objectives: to compare the process of formation of threats and risks; group threats by the level of their identification; Identify the similarities and differences between threats and risks. A causal analysis was used.

**Ключевые слова:** факторы, условия, события, риски, угрозы.

**Keywords:** factors, conditions, events, risks, threats

**Введение.** На деятельность предприятия влияет внешняя и внутренняя его среда. На внешнюю среду субъект хозяйствования не имеет влияния. Состояние же внутренней среды полностью зависит от действий хозяйствующего субъекта.

**Целью исследования** является сравнение угроз внутренней и внешней среды предприятия.

**Результаты исследования.** Предприятие — это открытая система. А, значит, на деятельность предприятия оказывает влияние внешняя среда, в которой есть, в том числе и угрозы деятельности предприятия. Условия и события внешней среды формируют факторы внешней среды. Условия внешней среды — это окружение, в котором осуществляется деятельность, обстоятельства, вызывающие определенные действия. События внешней среды — это действия, которые произошли в определенный момент. Примерами условий внешней среды являются: глобализация, изменения структуры рынка, специализация территории, и др. Примерами событий являются следующие: ужесточение конкуренции, изменение специализации территории, вступление страны в международную организацию и др. Благоприятные условия внешней среды для негативных (для предприятия) событий формируют факторы внешней среды, негативные для предприятия, которые представляют собой угрозу деятельности предприятия [1].

Фактор — это явление, под влиянием которого изменяется деятельность предприятия. Источником угроз могут быть и взаимодействие факторов внешней среды. Предприятие не может повлиять на угрозы внешней среды, а значит и на их предпосылки (условия, негативные события и факторы). Для того, чтобы выжить и развиваться, предприятие должно уметь противостоять угрозам внешней среды [6].

Внутренняя среда тоже содержит угрозы деятельности предприятия. Но внутреннюю среду организует хозяйствующий субъект, и от его организации зависит уровень внутренних угроз деятельности предприятия. Следо-

вательно, он может повлиять на уровень внутренних угроз. А, значит, внутренние угрозы – это риски деятельности предприятия. Сама деятельность предприятия является риском. Например, утечка информации – риск, т.к. при найме работника на работу предприятие рискует, что этот работник выдаст коммерческую тайну. Кроме того, принимая решение о приеме на работу – субъект хозяйствования рискует, что приобретя знания, опыт, работник покинет предприятие вместе с опытом, знаниями и информацией.

Таким образом, угрозы внешней и внутренней среды различаются тем, что угрозы (риски) внутренней среды полностью зависят от принимаемых решений и действий хозяйственного субъекта, а на угрозы внешней среды предприятие не имеет влияния.

Проиллюстрируем различия между угрозами и рисками деятельности предприятия (рис. 1).

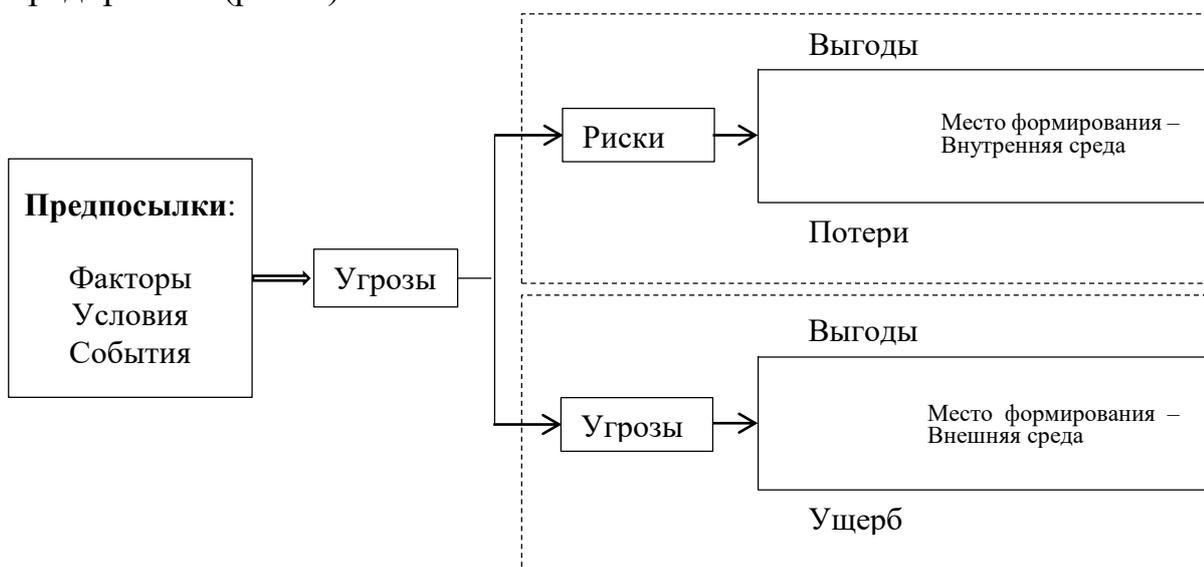


Рис. 1. Различия между угрозами и рисками.

Источник: составлено автором

Неопределенность и непредсказуемость внешней среды являются причинами возникновения угроз. Поэтому, если угроза не идентифицирована – то и мероприятия по защите от нее не сформированы, а значит, последствиями этой угрозы будут или ущерб или выгоды. Выгоды после наступления опасности: 1) угроза определена, 2) изучены ее предпосылки и последствия, 3) результатом этого будет являться создание механизма защиты от этой угрозы. Т.о., предприятие получит иммунитет на эту опасность [2].

Неопределенность внешней среды можно снизить с помощью получения дополнительной информации. Дополнительная информация даст основания для принятия управленческого решения. Дополнительной информацией является та, которая позволяет рассчитать: 1) вероятность наступления

негативного события; 2) степень значимости этого события для предприятия; 3) последствия события для предприятия; 4) затраты на получение информации.

Анализируя и сравнивая понятия «угрозы» и «риски», видим, что во внешнем окружении существуют угрозы, обладающие схожими характеристиками с рисками (угрозами внутренней среды). Так, существуют угрозы, которые повторяются с определенной цикличностью. Некоторые угрозы возможно идентифицировать или спрогнозировать. Такие угрозы можно контролировать, поэтому назовем их контролируемыми. А есть угрозы, кардинально отличающиеся по характеристикам от рисков. Такие угрозы невозможно не идентифицировать, ни прогнозировать, а значит и подготовиться к их реализации тоже невозможно. Такие угрозы назовем неконтролируемыми угрозами. К контролируемой внешней среде относятся такие факторы, которые уже были и есть вероятность их повторного появления: например, инфляция, рост цен на сырье, повышение налогового бремени и др. Такие факторы формируются в устоявшейся экономике [6].

В неконтролируемой внешней среде формируются такие факторы, которые появляются впервые, о которых нет информации и которые неизвестны. Например, санкции – этот фактор сформировался не в устоявшейся, а в гипердинамической экономике. Примерами факторов гипердинамической экономики являются факторы, формирующиеся в период глобальных изменений. Глобальные изменения приводят к появлению факторов благоприятных и неблагоприятных для деятельности предприятия. Неблагоприятные факторы влекут за собой появление угроз для деятельности предприятия. Такие угрозы не будут предприятием идентифицированы, т.к. в результате глобальных изменений они ранее не появлялись [7].

Дадим сравнительную характеристику рисков и угроз в табл. 1.

Таблица 1

### Сравнительная характеристика рисков и угроз

Риски	Угрозы	
	Контролируемые	Неконтролируемые
1	2	3
Формируются на предприятии	Формируются во внешней среде	Формируются во внешней среде
Вероятность их наступления можно рассчитать	Вероятность их наступления можно рассчитать	Наступают неожиданно
Риск имеет субъективную природу, т.к. человек и принимает решение и риск связан с человеческим фактором (отношение к работе, к тайне, к квалификации и т.д.)	Природа угроз объективна, т.к. ее предпосылкой являются условия, события и факторы, а их характеристики объективны	Природа угроз объективна, т.к. ее предпосылкой являются условия, события и факторы, а их характеристики объективны
Последствия могут быть: выгоды, потери, нет потерь.	Последствия могут быть: выгоды, ущерб	Последствия могут быть: выгоды, ущерб

Продолжение таблицы 1

1	2	3
Управляемые, т.к. принимает решение человек на основе расчета последствий и затрат	Управляемые, т.к. может быть получена численная мера их наступления (они ожидаемые)	Неуправляемые или управляемы последствиями реализации угроз, т.к. возникают неожиданно, являются нераспознанными. Управлять угрозами можно только после реализации угроз.
Вероятность негативного результата – потеря. Расчет ведется на основе подобных действий или опыта ранее реализованных угроз (которые раньше не были распознаны). Основой расчета являются статистические наблюдения.	Можно рассчитать вероятность наступления угрозы	Нельзя рассчитать вероятность, т.к. такой угрозы еще не было в природе и ее невозможно прогнозировать
Характер альтернативный, т.к. риск – это ожидание определенного (из 3-х) результата. Каждое из последствий наступает с определенной вероятностью	Возникает неожиданно или ожидаемо (с определенной вероятностью).	Возникает неожиданно.

Источник: составлено автором по материалам [3, 4, 5, 6]

Риски являются субъективными, полностью зависимыми от действий субъекта хозяйствования. Риски прогнозируемы. Угрозы имеют объективную природу, т.к. возникают в результате действия сложно прогнозируемых факторов. Некоторые угрозы можно прогнозировать и это их сближает с рисками. Такие угрозы возникают в устоявшейся экономике. Субъект хозяйствования может заранее разработать механизм защиты от таких угроз.

Другие же угрозы субъект хозяйствования заранее не может распознать, а значит и разработать механизм защиты от них. Такие угрозы возникают в гипердинамической экономике. Они наступают неожиданно для субъекта хозяйствования. Риск и угрозы устоявшейся экономики ожидаемы и можно рассчитать вероятность наступления нежелательных результатов.

Характерные черты угроз гипердинамической экономики:

- наступают неожиданно;
- управлять невозможно;
- последствиями угроз можно управлять: разрабатывать механизмы защиты от повторного наступления угрожающих событий;
- невозможно формализовать, т.к. не было опыта защиты от этой угрозы. Как следствие угрозы гипердинамической экономики – разработка инструмента для формализации угрозы.

Угроза ставит перед предприятием новые задачи по защите от нее.

Идентифицированная угроза становится предсказуемой. По защите от нее принимается решение, т.е. разрабатывается механизм.

**Выводы.** В данной работе проведен сравнительный анализ процесса формирования угроз и рисков. В ходе анализа было выявлено, что угрозы различаются по уровню их идентификации. Выявленное различие между угрозами позволило определить сходства части угроз с рисками. Сравнительная характеристика, а также группировка угроз позволит дифференцированно подойти к разработке механизма защиты хозяйствующего субъекта от угроз его деятельности.

## СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Колпаков П. А. Основные угрозы экономической безопасности фирмы и пути их предотвращения / П. А. Колпаков // Бизнес в экономике. — 2009. — № 4. — С. 233–237.

2. Мясникович М. В. Управление системой обеспечения экономической безопасности / М. В. Мясникович, С. С. Полоник, В. В. Пузиков. — Мн. : ИООО «Право и экономика», 2005. — 264 с.

3. Салин В. Н. Понятие рисков и управление ими; методология оценки / В. Н. Салин, В. Г. Медведев // Вестник Финансовой академии. — 2004. — № 3 (31). — С. 29–43.

4. Саєнко О. С. Невизначеність, ризик і загроза як вхідні параметри системи економічної безпеки / О. С. Саєнко // Економіка: проблеми теорії та практики: Збірник наукових праць. — Вип. 247: В 6 т. — Т. IV. — Дніпропетровськ : ДНУ, 2009. — С. 801–806.

5. Васильева Н. К. Анализ и управление финансовыми рисками организации: монография / Н. К. Васильева, А. В. Чернявская. — Ставрополь : Мысль, 2011. — 157 с.

6. Ячменева В. М. Мониторинг угроз, воздействующих на экономическую устойчивость предприятий / В. М. Ячменева, А. И. Сульма // Науковий вісник Полтавського університету споживчої кооперації України. Серія : «Економічні науки». Зб. наук. праць. Вип. 1 (21). — Полтава : ПУСКУ, 2007. — С. 57–61.

7. Ячменьова В. М. Ефективність управління діяльністю промислового підприємства та діагностика загроз : [монографія] / В. М. Ячменьова, М. В. Височина, О. Й. Сулима. — Сімферополь : ВД "АРІАЛ", 2010. — 472 с.

© Н.В. Черненко

## СЕКЦИЯ 5. РАЗВИТИЕ ПОТРЕБИТЕЛЬСКОЙ КООПЕРАЦИИ КАК СПОСОБ ИМПОРТОЗАМЕЩЕНИЯ В ПРОДОВОЛЬСТВЕННОЙ БЕЗОПАСНОСТИ

УДК 332.1

### СОСТОЯНИЕ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ ЛЕГКОЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ РЕСПУБЛИКИ КРЫМ

### THE STATE AND PROSPECTS OF DEVELOPMENT OF LIGHT INDUSTRY OF THE REPUBLIC OF CRIMEA

Сулыма А.И., к.э.н, доцент,  
Прудкова Е.С., обучающаяся группы ММ-432-о,  
ФГАОУ ВО «КФУ им. В.И. Вернадского»,  
Институт экономики и управления, г. Симферополь

**A.I. Sulyma**,  
Candidate of Economic Sciences, Associate Professor,  
**E.S. Prudkova**, student, gr. ММ-432-о  
V.I. Vernadsky Crimean Federal University,  
Institute of Economics and Management, Simferopol

#### Аннотация

В статье проанализировано состояние легкой промышленности в Республике Крым и выявлены перспективы ее развития. Выделены отличительные характеристики легкой промышленности. На основании статистической информации определены отрицательные тенденции в развитии легкой промышленности Республики Крым. Определены основные системные проблемы отрасли. Обозначены предпосылки развития легкой промышленности в регионе.

#### Annotation

The article analyzes the status of the light industry in the Republic of Crimea as well as prospects of its development. Distinguishing characteristics of light industry. On the basis of the statistical information identified negative trends in the development of light industry of the Republic of Crimea. Identified the main systemic problems of the industry. Preconditions for the development of light industry in the region.

**Ключевые слова:** легкая промышленность, регион, развитие, отрасль, предприятие.

**Keywords:** light industry, region, development, industry, enterprise.

**Введение.** Легкая промышленность является многопрофильным производственным комплексом значимым для социально-экономического развития, как региона, так и страны в целом. В настоящее время в связи со сложностями переходного периода и установленными приоритетами развития региона легкая промышленность в Республике Крым переживает период

спада. Исследование проблем восстановления данной стратегически важной отрасли в регионе является актуальным, так как она находится в тесной взаимосвязи с сельским хозяйством, взаимодействует с машиностроением и химической промышленностью, способствует повышению уровня занятости населения, производит товары, удовлетворяющие потребности населения, играет существенную роль в межгосударственных отношениях стран СНГ.

**Цель исследования** – проанализировать состояние легкой промышленности в Республике Крым и выявить перспективы ее развития.

**Результаты исследования.** Легкая промышленность – это совокупность отраслей, специализирующихся на выпуске предметов народного потребления [1]. В состав легкой промышленности входит более 30 отраслей, основными из которых являются: текстильная, швейная, галантерейная, кожаная, меховая, обувная промышленности и мебельное производство. В Российской Федерации продукция текстильной и швейной отраслей занимает наибольший удельный вес в общей структуре легкой промышленности.

Можно выделить ряд отличительных характеристик легкой промышленности: включает большое количество крупных отраслей с разной сферой деятельности; выпускаемая продукция непосредственно влияет на уровень жизни людей; преимущественно включает малые предприятия; в основном свойственны небольшие энергетические и водные затраты, но высокая трудоемкость (при чем 75% всех занятых составляют женщины); быстрая окупаемость вложенных средств; технологические особенности отрасли позволяют осуществлять быструю смену ассортимента выпускаемой продукции при минимуме затрат, что обеспечивает высокую мобильность производства; высокая территориальная концентрация производства [2].

Месторасположение предприятий легкой промышленности зависит от таких факторов как: сырьевых, которые преимущественно влияют на предприятия, занимающиеся первичной обработкой сырья; потребительских, т.е. расположение целевой группы населения; трудовых, а именно достаточное количество активного населения, уровень их квалификации, количество активного женского населения.

Анализ современного состояния легкой промышленности показал, что при наличии положительных тенденций в ее развитии остаются проблемы, негативно влияющие на ее экономический рост и финансовую устойчивость. Основными системными проблемами, требующими скорейшего решения, являются: техническая и технологическая отсталость легкой промышленности от зарубежных стран, выражаемая в высокой материалоемкости, энергоемкости и трудоемкости производства; низкий уровень инновационной и инвестиционной деятельности отрасли, выражаемый в слабой конкурентоспособности отечественных товаров, в низкой доле «ноу-хау» и инновационной продукции в объеме продаж на российском и мировом рынке; высокий удельный вес импорта, ставший причиной усиления

стратегической и товарной зависимости государства от зарубежных стран. Противоречивость состояния легкой промышленности в Российской Федерации за последние 3 года заключается в том, что, с одной стороны, наблюдается увеличение объемов производства и продаж, уменьшение импорта, т.е. стабилизируется спрос на отечественную продукцию, с другой стороны, значительная часть населения предпочитает продукцию импортных производителей; отсутствие цивилизованного рынка потребительских товаров, выражаемое в обострении конкуренции на внутреннем рынке между российскими и зарубежными товаропроизводителями; социальная и кадровая проблема, проявляющаяся в дефиците высококвалифицированных специалистов, управленческих кадров, основных и вспомогательных рабочих по всем технологическим переделам [3].

В ходе исследования было выявлено, что на сегодняшний день деятельность предприятий легкой промышленности в Республике Крым не является ключевой для развития экономики региона. Доля предприятий этой отрасли составила всего 6,1% от общего числа функционирующих предприятий (рис. 1).



Рис. 1. Структура предприятий Республики Крым по видам экономической деятельности на 1 января 2017 г. [5]

Таким образом, в структуре предприятий Республики Крым лидирующие позиции занимают такие виды деятельности как: оптовая и розничная торговля и операции с недвижимостью. Легкая промышленность, в свою очередь, отстает от этих отраслей на 14% и 18% соответственно. Это обусловлено тем, что на данный момент на территории Крыма функционируют всего два крупносерийных предприятия легкой промышленности, представляющих стратегическую важность для экономики региона: Симферопольская кожевенно-галантерейная фабрика и Красногвардейская перопуховая фабрика [4]. Остальные же предприятия это индивидуальное или мелкосерийное производство, зарегистрированное как Индивидуальные предприниматели или Общества с ограниченной ответственностью, количество которых не превышает 900. Остальную часть занимают предприятия обрабатывающего производства, которые только относятся к легкой промышленности, однако не представляют ее в привычном всем понимании, как, например, текстильная промышленность.

Несмотря на все сложности, с которыми столкнулась легкая промышленность региона, выявлена положительная динамика увеличения количества предприятий, занятых в ее отраслях (табл. 1).

Таблица 1

**Динамика развития предприятий легкой промышленности  
Республики Крым (2015-2017 гг.)**

Год	2015	2016	2017
Всего предприятий в РК	13990	28632	31880
Количество предприятий легкой промышленности	921	1746	1941
Удельный вес, %	6,58	6,10	6,09

Источник: [5]

По представленным данным видно, что, несмотря на значительный рост количества предприятий легкой промышленности, их удельный вес в общем количестве зарегистрированных предприятий Республики Крым снижается. Это свидетельствует о том, что темп увеличения общего числа предприятий всех видов деятельности значительно превышает темп роста числа предприятий легкой промышленности. Возникновение данной отрицательной тенденции обусловлено действием ряда негативных факторов, а именно: государственное стимулирование туристской и сельскохозяйственной отрасли и полное отсутствие поддержки предприятий легкой промышленности со стороны государства; низкая ценовая конкурентоспособность по сравнению с дешевой китайской продукцией; отсталость технико-технологической базы крымских предприятий и, как следствие, неоправданно высокие издержки по сравнению с продукцией, поставляемой с материковой части России; низкий уровень платежеспособности населения; недостаток местных квалифицированных кадров.

Несмотря на перечисленные трудности, в будущем представители легкой промышленности Крыма смотрят с оптимизмом. Развитие курорта повысит спрос на постельное белье и мебель, а реализация крупномасштабных инфраструктурных проектов предполагает возросшую потребность в крупных партиях спецодежды. Плюс ко всему все ведомства в России имеют корпоративную форму (полиция, военные и т. д.), а это значит, что в Крыму будет спрос на такую одежду. К тому же выявлен повышенный спрос на школьную форму, в Крыму 260 тысяч школьников, что дает возможность занять данную нишу местным предприятиям. Выявленные причинно-следственные связи позволяют говорить о перспективах развития легкой промышленности в регионе. В соответствии со стратегией развития легкой промышленности в России на период до 2020 года [3] доля товаров на российском рынке отечественного производства должна составлять не менее 50%, а товаров, имеющих товарный знак продукции, около 46%. Республике Крым до таких показателей далеко, но постепенно общими усилиями легкая промышленность в перспективе может возродиться в регионе. Ведь именно легкая промышленность способна быстро адаптироваться к новым условиям. Необходимо воспользоваться ситуацией и в условиях санкций восстановить данный вид деятельности в регионе.

**Выводы.** Таким образом, в ходе исследования выявлено, что легкая промышленность в Республике Крым не реализует имеющийся потенциал. Отрицательные тенденции в развитии отрасли свидетельствуют о ее запущенности и не заинтересованности в ее развитии со стороны государства и инвесторов, так как на данный момент в Республике Крым приоритетными являются такие отрасли, как туризм и сельское хозяйство. Однако при разработке стратегии развития региона необходимо учитывать, что легкая промышленность может содействовать гармоничному развитию региона, решению социальных вопросов – повышению занятости населения и улучшению его благосостояния, становлению и развитию малого бизнеса.

## СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Легкая промышленность // Образовательный журнал «Сезоны года». — Режим доступа : [http://сезоны-года.рф/легкая промышленность.html](http://сезоны-года.рф/легкая%20промышленность.html). — Дата доступа : 30 октября 2017 г.
2. Поляк Г. Б. Региональная экономика : [учебник] / Г. Б. Поляк. — М. : Юнити-Дана, 2013. — 463 с.
3. Приказ Министерства промышленности и торговли РФ от 24 сентября 2009 г. № 853 «Об утверждении Стратегии развития легкой промышленности России на период до 2020 года и Плана мероприятий по ее реализации». — Режим доступа : <http://www.garant.ru/products/ipo/prime/doc/96394/>. — Дата доступа : 05 ноября 2017 г.

4. Промышленность Крыма // Википедия. Свободная энциклопедия. — Режим доступа : [https://ru.wikipedia.org/wiki/Промышленность\\_Крыма](https://ru.wikipedia.org/wiki/Промышленность_Крыма). — Дата доступа : 26 октября 2017 г.

5. Республика Крым в цифрах // Федеральная служба государственной статистики. Территориальный орган федеральной службы государственной статистики по Республике Крым. — Режим доступа : [http://crimea.gks.ru/wps/wcm/connect/rosstat\\_ts/crimea/resources/84f9ab8041570df28d1e8da3e1dde74c/Крым+в+цифрах.2016+бесплатный+вариант.pdf](http://crimea.gks.ru/wps/wcm/connect/rosstat_ts/crimea/resources/84f9ab8041570df28d1e8da3e1dde74c/Крым+в+цифрах.2016+бесплатный+вариант.pdf). — Дата доступа : 08 октября 2017 г.

© А.И. Сулыма, Е.С. Прудкова

УДК 338.436

## ОПЫТ РЕГИОНАЛЬНОЙ ПОДДЕРЖКИ СЕЛЬСКОХОЗЯЙСТВЕННОЙ ПОТРЕБИТЕЛЬСКОЙ КООПЕРАЦИИ

## THE EXPERIENCE OF REGIONAL SUPPORT OF THE AGRICULTURAL CONSUMER COOPERATION

**Чернецова Г.М.**, к.э.н, доцент,  
ФГАОУ ВО «КФУ им. В.И. Вернадского»,  
Институт экономики и управления, г. Симферополь

**G.M. Chernetsova**,  
Candidate of Economic Sciences, Associate Professor,  
V.I. Vernadsky Crimean Federal University,  
Institute of Economics and Management, Simferopol

### Аннотация

В работе исследован опыт поддержки сельскохозяйственных потребительских кооперативов в регионах РФ. Установлены наиболее эффективные меры региональной поддержки кооперативов на этапе их становления.

### Annotation

The problems of development of agricultural consumer cooperatives were investigated. The most effective measures of regional support for cooperatives at the stage of their establishment was defined.

**Ключевые слова:** сельскохозяйственная кооперация, сельскохозяйственный потребительский кооператив, государственная поддержка, региональная поддержка.

**Keywords:** agricultural cooperation, agricultural consumer cooperatives, state support, regional support.

**Введение.** За последние годы в агропромышленном комплексе России произошли существенные изменения, связанные с развитием малых форм хозяйствования. Для эффективной работы мелких сельскохозяйственных

товаропроизводителей необходима хорошо налаженная система кооперации. Кооперация крестьянских хозяйств по горизонтали в производственные кооперативы и по вертикали в потребительские кооперативы позволяет им преодолеть ряд ограничений, связанных с масштабом производства.

**Целью исследования** является обобщение опыта поддержки сельскохозяйственной потребительской кооперации в регионах РФ.

**Результаты исследования.** Динамика развития сельскохозяйственных потребительских кооперативов существенно отличается по регионам страны. Наиболее динамично этот процесс идет там, где кооперативному движению оказывается определенная финансово-экономическая и организационная поддержка со стороны региональных органов власти.

Лидерами по уровню развития сельскохозяйственной потребительской кооперации являются Приволжский, Центральный и Сибирский федеральные округа. В Приволжском федеральном округе работают 37528 КФХ и ИП, создано 2229 сельскохозяйственных потребительских кооперативов: снабженческие, обслуживающие, бытовые, кредитные, перерабатывающие. Это 32% всех сельскохозяйственных потребительских кооперативов России. Среди областей лидируют Липецкая, Пензенская, Тюменская и Волгоградская области (табл. 1).

Таблица 1

**Лидеры по уровню развития сельскохозяйственной потребительской кооперации**

Наименование субъекта РФ	СПоК на 01.01.2014, ед.	СПоК на 01.07.2016, ед.	Количество СПоК на 100 КФХ и ИП	Удельный вес работающих СПоК, 2016 г., %
Липецкая область	480	847	6,8	80,3
Пензенская область	761	767	4,4	79,8
Тюменская область	165	138	0,6	77,5
Оренбургская область	169	228	0,4	43,0
Волгоградская область	155	147	0,3	70,1

Источник: разработано по материалам [3, 6]

В большей части регионов местные органы власти предоставляют сельскохозяйственным потребительским кооперативам в рамках мероприятий, предусмотренных федеральной Госпрограммой, только субсидии (гранты) на развитие материально-технической базы и субсидии на возмещение части процентной ставки по взятым кредитам. Осуществляется консультационное обслуживание, обучение и повышение квалификации специалистов сельскохозяйственных кооперативов, выпуск нормативной и правовой литературы.

Одними из первых регионов, где областные органы государственной власти начали оказывать содействие развитию сельскохозяйственной потребительской кооперации, были Тюменская и Калужская области.

В Тюменской области в 2001 году были приняты региональные законы о личном подсобном хозяйстве и о государственной поддержке сельскохозяйственной потребительской кооперации, а также целевая региональная программа «Развитие сельскохозяйственной потребительской кооперации и интеграции в Тюменской области», которая действовала в 2001-2004 годах. Это стало импульсом для вовлечения в сельскохозяйственную кооперацию ЛПХ. В последующие годы в области были предприняты ряд мер по развитию кредитных сельскохозяйственных кооперативов, создан кредитный кооператив второго уровня «Тюмень». В 2015 году более 26000 личных подсобных хозяйств населения (16% от общего числа) были членами СПоК. Выручка кооперативов ежегодно увеличивается: в 2014 она составила более миллиарда рублей [5].

В Калужской области комплекс нормативно-правовых и программных документов, направленных на развитие потребительской кооперации, был принят в 2003-2007 гг. На первом этапе главными задачами являлись активизация работы действующих кредитных кооперативов и создание снабженческо-сбытовых кооперативов. В рамках реализации программ было создано 60 сельскохозяйственных потребительских кооперативов, в т.ч. 47 снабженческо-сбытовых и перерабатывающих. На втором этапе проводились работы по формированию и развитию многоуровневой системы сельской кредитной кооперации.

В Астраханской области на начальном этапе Правительство области изыскивало средства на помощь в формировании стартового капитала кооперативов. В дальнейшем значительные усилия областных властей были направлены на решение проблемы входа СПоК на рынки. Сельскохозяйственным потребительским кооперативам предоставлялись дотации на продукцию, поставляемую напрямую в розничные сети, субсидии на возмещение затрат кооперативов по разработке и регистрации торговых марок, предоставлено право участвовать в государственных и муниципальных закупках. Результативным мероприятием оказалась помощь кооперативам в вопросах сертификации и стандартизации продукции, это позволило решить серьезную проблему с заключением договоров на поставку продукции в крупные торговые сети. В области создана достаточно развитая кооперативная инфраструктура – областной ревизионный союз, учебный центр, страховой кооператив и областной гарантийный фонд, кредитный кооператив 2-го уровня, межрегиональный сельскохозяйственный кооператив 3-го уровня [2].

Лидером во всероссийском рейтинге развития сельскохозяйственной кооперации на сегодня является Липецкая область. В области насчитывается более 195 тыс. личных подсобных хозяйств, зарегистрировано 1404 крестьянских фермерских хозяйств и индивидуальных предпринимателей,

занимающихся сельским хозяйством. В 1 полугодии 2016 года насчитывалось 847 кооперативов, из них 55% являются снабженческо-сбытовыми. Число членов сельскохозяйственных потребительских кооперативов достигло 40 тысяч. Вовлеченность в кооперативное движение личных подсобных хозяйств возросла с 0,3% в 2010 году до 24 % от общего количества в 2016 году [1]. В области самый высокий показатель работающих СПоК – 80,3% от числа зарегистрированных.

За 2016 год было принято 8 постановлений администрации Липецкой области, предусматривающих мероприятия по развитию сельскохозяйственных потребительских кооперативов [4]. В этих документах предусмотрены следующие специфические меры:

- субсидии на возмещение части затрат на строительство, реконструкцию и модернизацию сельскохозяйственных кооперативных рынков, на возмещение части затрат, направленных на приобретение и установку нестационарных торговых объектов для организации сельскохозяйственных ярмарок для реализации продукции кооперативов;

- субсидии сельскохозяйственным кредитным потребительским кооперативам на возмещение затрат на обеспечение электронного документооборота по предоставлению отчетности в Банк России и (или) на приобретение компьютерной техники и (или) лицензионного программного обеспечения;

- субсидии из областного бюджета на проведение ревизий в кооперативах первого уровня.

Важным шагом стало выделение из областного бюджета субсидий местным бюджетам на реализацию муниципальных программ развития малого и среднего предпринимательства.

В области работает трехуровневая система управления развитием кооперации. Управление на первом уровне осуществляют главы поселений. Они выполняют функции координаторов кооперирования, работают с населением, занимаются поиском инициативных людей. Районные координационные центры осуществляют информационную поддержку кооперативов. Задачами администрации области являются координация всех уровней системы, поддержка развития кооперативов различных направлений, создание инфраструктуры сбыта кооперативной продукции.

Методическую основу консультационной помощи кооперативам и финансовую поддержку осуществляют следующие организации: Фонд поддержки кооперативов, Центр развития кооперативов, Ревизионный Союз «Липецкий», областной Союз кооперативов. Финансовая поддержка кооперативов осуществляется в рамках государственных и муниципальных программ. Так, в 2015 году на реализацию этих программ было выделено 135,7 млн. руб., в том числе 87 млн. руб. – из средств областного бюджета. [1, 4].

**Выводы.** В настоящее время формы и механизмы государственной поддержки сельского хозяйства недостаточно мотивируют создание потре-

бительских кооперативов, требуется их совершенствование. В первую очередь, необходимо расширение мер поддержки сельскохозяйственных потребительских кооперативов на этапе их становления путем компенсации затрат по обслуживанию расчетного счета кооперативов в банках, затрат по оплате услуг ревизионных союзов, затрат на технологическое подключение к энергоресурсам и прохождение государственной экспертизы. Требуется разработка региональных программ государственной поддержки потребительских кооперативов 2 уровня.

## СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Козодеров А. В. Развитие кооперации как условие сохранения сельских территорий / А. В. Козодеров. — Режим доступа : [http://www.admlip.ru/doc/app/bus/koop\\_prez120816.pptx](http://www.admlip.ru/doc/app/bus/koop_prez120816.pptx). — Дата доступа : 01 ноября 2017.
2. Ковбас А. П. Развитие сельскохозяйственной кооперации: теория и механизмы реализации / А. П. Ковбас. — Астрахань : Новая Линия, 2010. — 172 с.
3. Официальный интернет-портал Министерства сельского хозяйства Российской Федерации. — Режим доступа : [http://www.mcx.ru/documents/document/v7\\_show/29890.133.htm](http://www.mcx.ru/documents/document/v7_show/29890.133.htm). — Дата доступа : 01 ноября 2017.
4. Официальный портал Администрации Липецкой области. — Режим доступа : <http://www.admlip.ru/about/kooperatsiya/>. — Дата доступа : 01 ноября 2017.
5. Официальный портал Администрации Тюменской области. — Режим доступа : [https://admtyumen.ru/ogv\\_ru/finance/apk/apk\\_news.htm](https://admtyumen.ru/ogv_ru/finance/apk/apk_news.htm). — Дата доступа : 01 ноября 2017.
6. Официальный сайт АККОР. — Режим доступа : <http://www.akkor.ru/anali-tika-i-obzory-27.html>. — Дата доступа : 01 ноября 2017.

© Г.М. Чернецова

## СЕКЦИЯ 6. ЭФФЕКТИВНОЕ ИСПОЛЬЗОВАНИЕ КУРОРТООБРАЗУЮЩИХ РЕСУРСОВ РЕГИОНА

УДК 332.1

### САНАТОРНО-КУРОРТНЫЙ КОМПЛЕКС АНАПЫ: ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ

#### SANATORIUM-RESORT OF ANAPA: PROBLEMS AND PROSPECTS

**Верещак Е.В.**, обучающаяся группы 311-ТЗ-15,  
**Цыбульская Л.А.**, к.э.н, доцент,  
Севастопольский экономико-гуманитарный институт  
(филиал) ФГАОУ ВО «КФУ им. В.И. Вернадского»,  
г. Севастополь

**E.V. Vereshchak**, student, gr. 311-TZ-15  
**L.A. Tsybulskaia**,  
Candidate of Economic Sciences, Associate Professor,  
Sevastopol Economics and Humanities Institute (Branch)  
of V.I. Vernadsky Crimean Federal University, Sevastopol

#### Аннотация

В работе проведено анализ санаторно-курортного комплекса города-курорта Анапы, рассмотрены его преимущества и негативно влияющие факторы, что являлось целью данной работы. Проведенный анализ показал, что для удержания данного сегмента туристских услуг на высоком уровне в санаториях, необходимо улучшать качество обслуживания и внимательное отношение персонала к своим гостям, предлагаемые развлечения, начиная от экскурсионных программ заканчивая активными видами отдыха, а также развивать инфраструктуру города-курорта Анапы.

#### Annotation

In the work the analysis of the sanatorium-resort complex of the city-resort of Anapa, discussed its benefits and negative factors what was the purpose of this work. The analysis showed that retention of this segment of tourist services at a high level in nursing homes, it is necessary to improve service quality and attentive attitude of the staff towards their guests, we offer entertainment, from tour programs to active types of rest, and also to develop the infrastructure of the city-resort of Anapa.

**Ключевые слова:** санаторно-курортный комплекс, туризм, экономика региона.

**Keywords:** санаторно-курортный комплекс, туризм, экономика региона.

**Введение.** В существующей экономической ситуации очень важно верно оценивать преимущества, риски и проблемы в той или иной области. Для Анапы туризм и сопутствующая деятельность являются важнейшими источниками дохода. И при грамотном развитии можно значительно увеличить прибыль, что благополучно скажется на экономике региона.

Важно отметить, что рассмотрение Анапы как туристического центра обычно происходит в комплексе с Краснодарским краем. Этим вопросам посвящены работы таких отечественных ученых: М.Ю. Беликов, Е.В. Куделя, Т.В. Салеева, В.В. Миненкова, Д.В. Максимов, Т.А. Волкова, Ю.И. Карпова, Д.В. Жаворонков и др. [1].

**Цель исследования** – провести анализ и определить проблемы и перспективы санаторно-курортный комплекса Анапы.

**Результаты исследования.** Черноморское побережье всегда привлекало людей мягкими климатическими условиями, живописными пейзажами и теплым морем. Разнообразие природных условий позволяет развивать на данной территории различные виды туризма.

Крупными и средними организациями курортно-туристского комплекса Краснодарского края за 2016 год оказано услуг на сумму 48316,6 млн. рублей, темп роста 129,0% к аналогичному периоду 2015 года.

Объем налоговых поступлений по санаторно-курортному и туристскому комплексу за период январь-декабрь 2016 г. составил 6,6 млрд.

По состоянию на 30.12.2016 года по оперативным данным муниципальных образований заполняемость предприятий по основным курортным территориям Черноморского побережья (Анапа, Сочи, Геленджик, Туапсинский район, Новороссийск) составила 74% [2].

Одним из основных представителей этого туристического разнообразия является город-курорт Анапа. В регионе теплый климат средиземноморского типа, большое количество ясных дней в году, умеренная влажность. Также, важно отметить наличие месторождений лечебной грязи и источников минеральных вод, как столовых, так и для наружного применения. Имея все условия, Анапа уже более ста лет является центром оздоровительного, пляжного и детского туризма.

Становление курорта началось с конца девятнадцатого века. Большое влияние на это оказал врач-бальнеолог В.А. Будзинский. Основными направлениями в тот период были оздоровление и лечение [3].

В послевоенный период Анапа благодаря своим природно-климатическим условиям стала центром детского туризма. Песчаное побережье курорта прекрасно подходит для отдыха с детьми. В этот период начали свою работу множество пионерских лагерей и детских оздоровительных санаториев.

После распада СССР Анапа, в связи с изменившейся экономико-политической ситуацией и кризисом, вновь изменила направление развития. Со временем город стал восприниматься туристами как недорогой курорт общего плана, подходящий для отдыха детей и взрослых. То есть лечение и оздоровление отошли на второй план и перестали быть главными мотивами посещения.

В последние годы в городе Анапе произошел бурный рост строительства, в строй было введено большое количество разного уровня пансионатов и гостиниц. Были усовершенствованы и реорганизованы старые санатории

и профилактории. Городская инфраструктура была в целом подготовлена к резкому увеличению количества отдыхающих. У города помимо площадей для проживания было достаточно учреждений общественного питания. Эффективно осуществлялась поддержка санитарного состояния города, вовремя производились такие мероприятия как уборка города и пляжей [4].

Но возможности расширения Анапы как курорта уже приблизились к максимуму. Городские пляжи города не в состоянии нормально функционировать ввиду крайнего переполнения огромным количеством людей. Частично проблему переполнения городских пляжей решают пляжи прилегающих к Анапе поселков: Большого Утриша, Джемете, Сукко.

На сегодняшний день город Анапа во многом уникален и пользуется широкой популярностью у большого количества туристов. Санатории курорта располагают многопрофильной оздоровительной базой, и производится лечение заболеваний органов дыхания, опорно-двигательного аппарата, желудочно-кишечного тракта, заболеваний нервной и иных систем.

На территории профилакториев Анапы имеются бассейны с минеральной водой, комфортабельные номера и сбалансированное питание, оборудованные детские площадки. Эффективному лечению способствуют благоприятные природные ресурсы (черноморский климат, чистый воздух, пейзажное разнообразие) [5].

На территории большинства пансионатов имеются бассейны, сауны, бани, косметологические салоны. Благодаря этому можно сочетать приятное времяпровождение с пользой для здоровья. Лечебные процедуры отлично дополняются активными развлечениями: катание на яхтах, занятие серфингом, дайвингом, верховой ездой, которые проходят под наблюдением опытных инструкторов, помогающих новичкам и профессионалам.

Преимущества санаторно-курортной базы города Анапы:

1. Доступность. Для российского туриста Анапа предпочтительнее в первую очередь из-за своей территориальной доступности. Являясь крупным транспортным центром город имеет свой аэропорт, авто- и железнодорожный вокзал, морской порт, что позволяет принимать большое количество туристов с разных концов страны.

2. С каждым годом все больше внимание уделяется попыткам сравнять спрос на услуги в межсезонье. Многие санатории и пансионаты открыты круглый год, погодные условия позволяют комфортно отдохнуть и в зимний период. Средняя температура января в Анапе +6 С. А стоимость услуг в разы дешевле.

3. Возможности для отдыха и лечения с детьми. Этот регион давно позиционирует себя как один из лучших курортов для детей. Это оправдано тем, что море быстро прогревается, дно пологое и безопасное, а прибрежная зона – широкая и песчаная. Климатические условия курорта позволяют укрепить здоровье, а наличие инфраструктуры – обеспечить досуг.

4. Использование современных и традиционных методов лечения. Как упоминалось выше, условия для лечения и оздоровления представлены в

максимальном объеме, совокупность всех факторов, таких как наличие месторождений лечебной грязи и источников с минеральной водой, близость моря, природно-климатические ресурсы – делают регион уникальным по своим свойствам.

5. Богатая экскурсионная программа. Будучи популярным местом отдыха, Анапа имеет множество интересных достопримечательностей. Узнать историю города можно в музее-заповеднике «Горгиппия». Набережная – одно из первых мест, куда направляются туристы. Здесь множество кафе и магазинов, также океанариум и террариум и многое другое.

6. Оптимальные цены на проживание. Разнообразие средств размещения позволяет удовлетворить потребности различных категорий граждан. Здесь есть и престижные гостиницы, и бюджетные мини-отели. Но все-таки более 60% туристов выбирают в качестве средств размещения частные квартиры и дома.

К недостаткам курорта можно отнести:

– транспортные проблемы (исчезновение городских автобусов, в силу появления маршрутных такси. Водители не учитывают реальные нужды пассажиров, отсутствие расписания движения, длительное ожидание и пр.);

– проблемы инфраструктуры (низкое качество предоставляемых услуг, частичная изношенность зданий и сооружений, неэффективное использование инвестиций);

– проблемы городских служб (обеспечение почтовых и информационных услуг).

Для дальнейшего эффективного развития санаторно-курортной базы Анапы, можно дать следующие рекомендации:

– необходимо обеспечить наличие круглогодичных авиарейсов, увеличить количество билетов по специальным льготным тарифам, уменьшить сборы;

– повысить качество предоставляемых услуг на основе методического обеспечения и подготовки кадров;

– провести ремонт и модернизацию как номерного фонда, так и зданий, и сооружений в целом за счет привлеченных инвестиций;

– привлечение инвестиций в дальнейшее развитие и усовершенствование транспортной инфраструктуры и материально-технической базы для повышения пропускной способности переправы и аэропортов.

**Выводы.** Проведенный анализ показал, что для удержания данного сегмента туристских услуг на высоком уровне в санаториях, необходимо улучшать качество обслуживания и внимательное отношение персонала к своим гостям, предлагаемые развлечения, начиная от экскурсионных программ заканчивая активными видами отдыха, а также развивать инфраструктуру города-курорта Анапы.

## СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Исследование удовлетворенности туристов и экскурсантов организацией отдыха в некоторых районах Краснодарского края и расчет оценки вклада туристов в экономику региона / М. Б. Асапов, М. Ю. Беликов, Е. В. Куделя, Т. В. Салеева, В. В. Миненкова, Д. В. Максимов, Т. А. Волкова, Ю. И. Карпова, Д. В. Жаворонков. — Краснодар : Кубанский гос. ун-т; Просвещение-Юг, 2015. — 387 с.

2. Министерство курортов, туризма и олимпийского наследия Краснодарского края. — Режим доступа : <https://min.kurortkuban.ru/deyatelnost/otchety/otchety-po-itogam-sotsialno-ekonomicheskogo-razvitiya-sanatorno-kurortnogo-i-turistskogo-kompleksa/itogi-sotsialno-ekonomicheskogo-razvitiya-sanatorno-kurortnogo-i-turistskogo-kompleksa-krasnodarskog-2014/itogi-sotsialno-ekonomicheskogo-razvitiya-sanatorno-kurortnogo-i-turistskogo-kompleksa-krasnodarskog-14g/>. — Дата доступа : 31.10.2017.

3. Курорт Анапа – проблемы и перспективы. — Режим доступа : <http://www.aquaexpert.ru/analit/2007/09/29/anapa/>. — Дата доступа : 31.10.2017.

4. Проблемы и перспективы курорта Анапа — Режим доступа : <http://www.rosbalt.ru/main/2007/09/25/416589.html> - Дата доступа : 31.10.2017.

5. Санатории Анапы // Режим доступа : <http://obanape.ru/sanatorium/>. — Дата доступа : 31.10.2017.

© Е.В. Верещак, Л.А. Цыбульская

УДК 334

### КЛАСТЕРИЗАЦИЯ КАК ВАЖНЫЙ КУРОРТООБРАЗУЮЩИЙ ИНСТРУМЕНТ РАЗВИТИЯ КРЫМСКОГО ПОЛУОСТРОВА

### CLUSTERING AS AN IMPORTANT RESORT FORMING TOOL FOR THE DEVELOPMENT OF THE CRIMEAN PENINSULA

**Морщинина Н.И.**, к.э.н, доцент,  
**Храброва Н.И.**, к.э.н, доцент,  
Севастопольский филиал ФГБОУ ВО «Российский  
экономический университет имени Г.В. Плеханова»,  
г. Севастополь

**N.I. Morschinina**,  
Candidate of Economic Sciences, Associate Professor,  
**N.I. Khrabrova**,  
Candidate of Economic Sciences, Associate Professor,  
Sevastopol Branch of Plekhanov Russian University of  
Economics, Sevastopol

#### Аннотация

В статье раскрыта важность и необходимость развития сформированных кластеров на территории Крымского полуострова с целью дальнейшего динамичного развития и использования рекреационных территорий и курортных зон путем систематизации в единый реестр туристско-рекреационных объектов.

### Annotation

The article reveals the importance and necessity of development of clusters in the territory of the Crimean Peninsula with the aim of further dynamic development and use of the recreational areas and resort areas by systematization in the unified register of tourist-recreational objects.

**Ключевые слова:** курортный регион, кластерный подход, туристско-рекреационные ресурсы, единый реестр туристских объектов.

**Keywords:** resort region, cluster approach, tourist and recreational resources, the unified register of tourist objects.

**Введение.** Туристские ресурсы являются центральным звеном становления и развития современной индустрии туризма на Крымском полуострове. Оптимальное соотношение цены и качества совокупности туристских ресурсов способны привлечь максимальное количество гостей в Крым. Туристско-рекреационные ресурсы лежат в основе туристского продукта. Разнообразие специфических особенностей туристских ресурсов непосредственно влияет на потребительский спрос, тем самым формируя единую систему туристской индустрии.

На Крымском полуострове туристско-рекреационные ресурсы представлены в многообразии природных и культурных составляющих, тем самым определяя индустрию туризма как одну из самых перспективных и доходных отраслей экономики в регионе. Важным шагом к развитию туристской сферы стало формирование шести туристских кластеров полуострова, которые были включены в программу «Социально-экономического развития Республики Крым и г. Севастополя до 2020 года», утвержденную 11 августа 2014 г. Правительством России, Постановление № 790.

Одним из приоритетных направлений развития туристской сферы в Крыму является формирование единого реестра туристских объектов, сформированных в кластеры.

Систематизация выбора туристского продукта по определенным запросам и критериям гостям — это первостепенная задача, требующая объединения усилий всех субъектов туристского рынка в Крыму. Создание единого реестра позволит обеспечить высокое качество сервиса при оптимальной цене за туристские услуги, повысить привлекательность Крымского полуострова, укрепить его имидж.

Кластеризация — это важный курортообразующий инструмент для формирования Крыма как развитого, современного туристского центра на мировой арене.

**Цель исследования.** Крымский полуостров является одним из лучших мировых курортов, одновременно является новым туристским центром в Российской Федерации. Однако, уже за прошедшие туристские сезоны,

можно отметить ряд сложностей и негативных факторов, влияющих на недостаточное развитие туристского потенциала региона. Среди многих можно выделить:

1. Недостаточное информационное обеспечение продвижения развития кластеров на территории Крыма.

2. Необходимость создания методической и информационной базы взаимного функционирования профессиональных субъектов сферы туризма в Крыму как важнейшего координирующего курортообразующего механизма [2].

3. Отсутствие Единого реестра органов по аккредитации, уполномоченных органов государственной власти субъектов Российской Федерации и Единого перечня туристско-рекреационных объектов, классифицированных по различным критериям.

4. Отсутствие мер привлечения к ответственности граждан за невыплаты налоговых платежей, имеющих индивидуальные средства размещения и предоставляющих платные услуги по временному проживанию отдыхающих в курортный сезон.

На сегодняшнем этапе становления сферы туризма в Крыму важно, учитывая вышеперечисленные проблемные аспекты, систематизировать информацию о туристско-рекреационных объектах на полуострове, а также интегрировать туристскую индустрию в правовое поле Российской Федерации.

**Результаты исследования.** В исследовании проведена попытка сегментации туристско-рекреационных объектов в едином аспекте путем систематизации существующих туристско-рекреационных объектов, входящих в кластеры в единый реестр.

В исследовании учтен тот факт, что федеральная программа «Социально-экономического развития Республики Крым и г. Севастополя до 2020 года» создания кластеров будет направлять бюджет на строительство инфраструктуры для кластеров, то есть, прокладка дорог, теплоснабжения и водоснабжения, связи, создание сети электроснабжения, канализационной системы, очистных сооружений. А вот строительство дополнительных средств размещения, предприятий общественного питания, развлечений (кинотеатры, боулинг, торговые центры) на территории кластеров будут создаваться за счет средств инвесторов [3].

Общий объем финансирования Госпрограммы в 2017 – 2020 годах составляет 22840455,2 тыс. руб., в том числе 22569306,8 тыс. руб. – из федерального бюджета, 271148,4 тыс. руб. – из бюджета Республики Крым, представленный в таблице 1 [1].

Таблица 1

**Объем финансирования Госпрограммы по годам реализации**

Год	Из федерального бюджета, тыс. руб.	В том числе из бюджета Республики Крым, тыс. руб.
2017	2064994,0	61617,2
2018	7101250,4	68960,4
2019	4970800,4	69890,4
2020	8703410,4	70680,4

В исследовании проведен анализ кластеров, расположенных на территории Крыма, представленный в табл. 2.

Таблица 2

**Туристско-рекреационные кластеры в Республике Крым**

№	Название ТРК	Месторасположение	Специализация
1	«Горы здоровья и море впечатлений»	Бахчисарайский район, г. Кемаль-Егерек	Горнолыжный комплекс с сетью канатных дорог
2	«Евпатория – всероссийская детская здравница»	г. Евпатория	Детские лечебно-оздоровительные комплексы
3	«Полеты во сне и наяву ... в страну легенд, вина и солнца»	г. Коктебель	Центр воздухоплавания, поля для гольфа, организация яхтенной марины
4	«Целебные сакские грязи»	г. Саки	Создание круглогодичного грязевого курорта с санаторным лечением
5	«Тарханкут – территория позитива и свободного экстрима»	Черноморский р-н, мыс Тарханкут	Экстрим-туризм, сельский туризм, автотуризм
6	«Зона абсолютного здоровья»	Ленинский район, с. Курортное, озеро Чокрак, мыс Зюк	Создание бальнеологического лечебно-оздоровительного комплекса, создание археологического парка

Перечисленные кластеры включают разнообразные туристско-рекреационные объекты, отличающиеся друг от друга не только месторасположением, но и другими характеристиками, например, видом, категорией средства размещения, количеством номеров, спецификой сервиса и т.д. Исходя из рассмотренных выше критериев структурирования туристско-рекреационных объектов, в исследовании выделены и сгруппированы туристско-рекреационные объекты по различным критериям (типу, виду и т.д.).

На примере ТРК №1 нами проведена попытка группировки объектов, относящихся к средствам размещения по названию, месторасположению, форме собственности, категории и количеству номеров (табл. 3).

Таблица 3

**Объекты ТРК №1, относящиеся к средствам размещения**

Наименование	Населенный пункт	Адрес	Форма собственности	Категория	Кол-во номеров
Гостиница «Лора»	с. Песчаное	ул. Набережная, 7	частная	1 звезда	23
«Превысоков»	с. Песчаное	ул. Набережная, 12а	частная	4 звезды	15
Гостиница Bahitgul	г. Бахчисарай	ул. Краснофлотская, 20	частная	без звёзд	15
Гостиница «Изабелла»	г. Бахчисарай	ул. Промышленная, 3	частная	без звёзд	13
Гостиница «Бахчисарай»	г. Бахчисарай	ул. Симферопольская, 3	частная	без звёзд	19

Таким образом, систематизация туристско-рекреационных объектов позволяет наглядно увидеть, что на территории бахчисарайского района нет отелей категории «пять звёзд» и рекреационных комплексов, однако много достопримечательностей.

**Выводы.** По приведенным данным можно сделать вывод, что инфраструктура на Крымском полуострове развита неравномерно, следовательно, так же неравномерно распределены средства размещения и другие туристско-рекреационные объекты.

Вышеперечисленные туристско-рекреационные объекты шести кластеров Крыма сведены в таблицу по критериям анализа, которые предлагаются автором.

Одним из путей применения единого реестра туристско-рекреационных объектов может стать предложение к использованию и доработке его в правительственных структурах Крыма с целью систематизации информации и её широкого доступа для общественности, продвижения кластерного подхода.

Одним из преимуществ использования можно считать удобство использования и пополнения базы, наглядность изменений, вносимых в инфраструктуру за счёт развития и расширения кластеров.

**СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ**

1. Постановление Совета министров Республики Крым от 29 декабря 2016 года № 650 «Об утверждении Государственной программы развития курортов и туризма в Республике Крым на 2017-2020 годы». — Режим доступа :

[http://mtur.rk.gov.ru/file/postanovlenie\\_soveta\\_ministrov\\_respubliki\\_krim\\_ot\\_29\\_dek\\_abrya\\_2016\\_g\\_\\_650.pdf](http://mtur.rk.gov.ru/file/postanovlenie_soveta_ministrov_respubliki_krim_ot_29_dek_abrya_2016_g__650.pdf). — Дата доступа : 20 ноября 2017.

2. Распоряжение Совета министров Республики Крым от 30 января 2017 года № 73-р «О создании в Республике Крым центра кластерного развития». — Режим доступа : [http://rk.gov.ru/rus/file/pub/pub\\_326044.pdf](http://rk.gov.ru/rus/file/pub/pub_326044.pdf). — Дата доступа : 20 ноября 2017.

3. Побирченко В. В. Роль туристско-рекреационных кластеров в развитии туристической отрасли Республики Крым / В. В. Побирченко, Н. И. Фахретдинова // Современные научные исследования и инновации. — 2016. — № 4. — Режим доступа : <http://web.snauka.ru/issues/2016/04/66031>. — Дата доступа : 20 ноября 2017.

© Н.И. Морщинина, Н.И. Храброва

УДК 338.486

## АНИМАЦИОННАЯ СОСТАВЛЯЮЩАЯ РАЗВИТИЯ КУЛЬТУРНОГО ТУРИЗМА В КРЫМУ

### ANIMATION COMPONENT OF DEVELOPMENT OF CULTURAL TOURISM IN THE CRIMEA

**Побирченко В.В.**, к.г.н., доцент,  
**Шутаева Е.А.**, к.э.н, доцент,  
ФГАОУ ВО «КФУ им. В.И. Вернадского»,  
Институт экономики и управления, г. Симферополь

**V.V. Pobirchenko**,  
Candidate of Geographic Sciences, Associate Professor,  
**E.A. Shutaieva**,  
Candidate of Economic Sciences, Associate Professor,  
V.I. Vernadsky Crimean Federal University,  
Institute of Economics and Management, Simferopol

#### Аннотация

Дан анализ культурного туризма Крыма с позиции перспективного направления возрождения и стабилизации внутреннего и въездного туризма. Выделена анимационная составляющая культурного туризма как основной фактор эффективности деятельности в условиях конкурентной среды.

#### Annotation

The analysis of the cultural tourism of Crimea is given from the perspective of a perspective direction of revival and stabilization of domestic and incoming tourism. Highlighted the animation component of cultural tourism as the main factor of the efficiency of activity in a competitive environment.

**Ключевые слова:** Республика Крым, туризм, культурный туризм, анимация, анимация в туризме, эффективность туризма.

**Keywords:** Republic of Crimea, tourism, cultural tourism, animation, animation in tourism, tourism efficiency.

**Введение.** Современные реалии техногенной среды обуславливают острую необходимость восстановления физических и духовных сил, которые человек теряет в процессе трудовой деятельности и повседневного общения. Именно рекреация как деятельность, направленная на реализацию человеческих потребностей в восстановлении и развитии физических и духовных сил, является тем сегментом индустрии гостеприимства, который сегодня наиболее динамично развивается в мире. С начала XXI века зарубежные курорты успешно переориентировались с обслуживания традиционных групп потребителей – людей трудоспособного и преклонного возраста – на более молодые возрастные категории, за счет внедрения широкого спектра развлекательных и культурно-познавательных программ [1, с. 200]. Анимация формируется как самостоятельная отрасль туризма, в то время как в Крыму практически отсутствуют методики и технологии внедрения анимации в практику туристической деятельности.

**Цель исследования.** Анализ возможностей развития культурного туризма в Крыму и роль анимационной составляющей в повышении эффективности деятельности в современных условиях.

**Результаты исследования.** Одним из путей возрождения и стабилизации внутреннего и въездного туризма в Крыму сегодня можно уверенно назвать развитие культурного туризма. Главная цель культурного туризма – это знакомство с историей и культурой посещаемой туристами территории во всех ее проявлениях (архитектурой, живописью, музыкой, театром, фольклором, традициями, обычаями, образом и стилем жизни людей). Для Крыма также важно, что культурный туризм выступит фактором сближения народов, предотвращения конфликтности и нетерпимости, воспитания уважения и толерантности.

Комбинация активного и пассивного отдыха рекреантов, независимо от возрастной категории и социального статуса, предполагает наличие развлекательных мероприятий, которым присущи эмоциональное переключение, необычность, праздничность, непохожесть на то, чем занимаются они в своей повседневной жизни. В зарубежной практике гостеприимства применяют термин «amusements» (развлечения), под которым объединены комплекс видов рекреационной деятельности человека в период отдыха, помимо чисто развлекательной: познавательную, спортивно-оздоровительную, социокультурную и др. Холистический (от англ. Holism, гр. Holos – целый, весь) характер рекреационной деятельности проявляется в способности туризма вносить разнообразие и радость в повседневную жизнь человека, создавать атмосферу праздника обусловил появление термина анимация (от англ. Animation – оживление).

Анимация в культурном туризме выступает не только в качестве нового направления рекреационной деятельности, а также является достаточно адекватным средством в конкурентной борьбе между подобными по уровню сервиса и обустройством интерьеров отелями и туристическими комплексами. Усиление анимационной составляющей, в первую очередь, досуговой деятельности, ускоряет отдых, оздоровление (рекреацию) и культурное развитие человека. Анимационные гостиничные услуги в настоящее время представляют собой дополнительные услуги, которые позволяют, наряду с хорошо организованным проживанием, питанием, создать туристу наиболее комфортные условия для отдыха. Правильно организованная анимация не оставляет гостя без должного внимания, он постоянно занят тем, что доставляет ему удовольствие, вызывает положительные эмоции, формирует прекрасное настроение и побуждает желание возвращаться к таким эмоциям снова и снова.

Используя туристический сегмент (по данным ВТО порядка 1 млрд. туристов в 2010 г.), зарубежные аниматоры предложили своеобразную модель комплексного отдыха, сущность которой заключалась в сочетании активных, культурных и коммуникативных форм специально организованной досуговой деятельности. Наиболее высокого уровня развития культурная туристская анимация достигла на Средиземноморском побережье Турции, Испании и Франции. Именно благодаря популяризации гостиничной анимации Турция сегодня является одной из самых привлекательных и востребованных у туристов стран отдыха. Концепция сервиса, основанная на интернационализме, согласно философии высокой морали и уважения к человеческой личности, позволяет предприятиям французского туроператора «Club Mediterranean» («Средиземноморский клуб» или «Club Med»), расположенным в 105 туристических поселках по побережью, ежегодно принимать более 2 млн. туристов, с объемом продаж пакетов услуг в 1,6 млрд. долл. США.

В соответствии с имеющимся потенциалом в Крыму возможно развитие следующих видов культурного туризма:

1. Военно-исторический туризм. Данный вид туризма связан с проведением экскурсий по местам исторической и боевой славы, а также принятием участия в реконструкции боевых сражений в рамках анимационных программ.

2. Этнографический туризм. Крым многонациональная республика России. Туристам предоставляется возможность изучить культуру и традиции народов, проживающих на территории полуострова, а это русские и украинцы, составляющие большую долю этнического состава Крыма, а также крымские татары, армяне, евреи, греки и др. Анимационные программы в этнографических турах должны включать дегустации национальных кухонь, участие в ремесленных работах, знакомство со специально подготовленными фольклорными концертами и фестивалями, использование народных этнических костюмов и т.д.

3. Археологический туризм. Экскурсии по местам раскопок, археологических памятников, принятие участия в экспедициях и раскопках. В свободное время направление анимационных программ – вечера отдыха, чаепития, посиделки, спортивные мероприятия, прогулки и т.п.

4. Религиозный туризм. На территории крымского полуострова достаточное количество культовых сооружений (монастырей, храмов, часовен, святылец и т.д.). Анимационные программы в религиозном туризме делают акцент на духовном обогащении туристов при проведении досуговых программ.

5. Кинотуризм – разновидность культурного туризма в которой роль анимационных программ достаточно велика. Так как путешествия по местам съемок известных фильмов возможно сочетать с включением развлекательных и игровых программ, в том числе конкурсы, КВН, викторины, спортивные состязания, дискотеки, шоу-программы, фестивали.

6. Литературный туризм. Один из новых видов культурного туризма, который связан с посещением мест, связанных с жизнью писателя или его литературных героев [2, с. 56]. Возможные анимационные программы – прогулки и экскурсии, творческие и литературные вечера, конкурсы, концерты, театральные представления.

В культурном туризме сформировались следующие виды анимации, которые удовлетворяют различные потребности отдыхающих:

1. Анимация в движении – удовлетворяет потребности современного человека в движении путем привлечения его к участию в подвижных спортивных играх, занятиях аэробикой, посещение дискотек и просто занятию элементарной физзарядкой.

2. Анимация через общение – удовлетворяет потребность человека в общении с другими людьми, а как говорил Сент-Экзюпери: «Общение – это роскошь».

3. Анимация через приобщение к культуре – удовлетворяет потребность людей в духовном развитии посредством посещения музеев, памятников культуры, истории и архитектуры, покупки сувениров, особенно изготовленных местными умельцами и т.п.

4. Творческая анимация – удовлетворяет потребность человека в творчестве, в общении с людьми, близкими по духу, по профессии, путем диспутов, обмене информацией, взаимообогащения друг друга.

5. Реабилитационная анимация – удовлетворяет потребность человека в психологической разгрузке от повседневной усталости посредством контакта с природой, участия в турпоходах, морских прогулках и т.п.

6. Гостиничная анимация – комплексная рекреационная услуга, основанная на личных человеческих контактах туристского аниматора с отдыхающим и их совместное участие в развлечениях, предлагаемых анимационной программой туристического комплекса – имеет свои особенности: про-

ектируется и проводится самим отелем, согласно потребительским интересам, которые изучаются на основе анкетных опросов и личного контакта персонала отеля с гостями.

В соответствии с видами анимации для целевого конструирования анимационных программ выделяют функции туристской анимации:

– адаптационная – позволяет перейти от повседневной обстановки к свободной;

– компенсационная – освобождает человека от физической и психической усталости повседневной жизни;

– стабилизирующая – создает положительные эмоции и стимулирует психическую стабильность;

– оздоровительная – направлена на восстановление и развитие физических сил человека, ослабленных в повседневной трудовой жизни;

– информационная – позволяет получить новую информацию о стране, регионе, людям и т.д.;

– образовательная – позволяет приобрести и закрепить в результате ярких впечатлений новые знания об окружающем мире;

– совершенствующая – привносит интеллектуальное и физическое совершенствование;

– рекламная – предоставляет возможность через анимационные программы сделать туриста носителем рекламы о стране, регионе, туристском комплексе, гостинице, туристской компании, ситуации в регионе предоставления услуги и т.д. [3, с. 20-21];

– холистическая – вносит разнообразие и радость в повседневную жизнь человека, создавая атмосферу праздника.

Как важнейшая составная часть туристского продукта, совокупной деятельности на туристском предприятии и выражение высокой степени его профессионализма туристская анимация в культурном туризме должна быть планируемой, четко регламентированной, организационно управляемой, обеспеченной материальными, финансовыми и кадровыми ресурсами [4, с. 165].

**Выводы.** В заключение хотелось бы отметить, что несмотря на наличие широкого спектра природных и культурных ресурсов, духовность и гостеприимство народа, населяющего Крымский полуостров, регион пока стал объектом массового туристического интереса только со стороны граждан материковой России. Культурный туризм в Крыму имеет ряд проблем, которые негативно сказываются на его развитии, в том числе напряженная политическая ситуация, связанная с отношением мирового сообщества к событиям марта 2014 года, отсутствие современной туристической инфраструктуры, недостаточный спектр высококачественных услуг и уровень научно-методического обеспечения туризма, низкий уровень анимационной составляющей. В Крыму практически отсутствуют методики и технологии внедрения анимации в практику туристической деятельности. Решение вышеуказанных и других проблем развития культурного туризма приведет к

увеличению туристских потоков, и будет способствовать формированию имиджа территории, а в дальнейшем – продвижению крымского регионального туристского продукта на российский и международный туристские рынки.

Пример же зарубежных стран наглядно доказывает, что сложность возникающих в туристском бизнесе задач предопределяет необходимость использования оригинальных и инновационных решений, без которых в условиях дефицита инвестиционных ресурсов и слабой инфраструктурной базы прогресс в туристской сфере становится недостижимым.

## СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Стафійчук В. І. Рекреалогія. Навчальний посібник / В. І. Стафійчук. — К. : Альтерпрес, 2006. — 264 с.
2. Соловьев А. А., Гарбуз Е. В. Проблемы и перспективы культурного туризма в Крыму / А. А. Соловьев, Е. В. Гарбуз // Геополитика и экодинамика регионов. — 2015. — № 1(14). — Том 11. — С. 53–61.
3. Квартальнов В. А. Туризм : Учебник / В. А. Квартальнов. — М. : Финансы и статистика, 2003. — 320 с.
4. Веретнова Н. Ф. Анимационный потенциал культурного туризма // Мир науки, культуры и образования. — 2011. — № 2. — С. 164–166.

© В.В. Побирченко, Е.А. Шутаева

УДК 910.3:556.53(477.75)

## ОЦЕНКА ВОДНЫХ РЕСУРСОВ РЕКИ БИЮК-КАРАСУ

### CALCULATION OF WATER RESOURCES OF THE RIVER BIYUK-KARASU

**Тимченко З.В.**, к.г.н, доцент,  
ФГАОУ ВО «КФУ им. В.И. Вернадского»,  
Академия строительства и архитектуры,  
г. Симферополь

**Z.V. Timchenko**,  
Candidate of Geographical Sciences, Associate Professor,  
V.I. Vernadsky Crimean Federal University,  
Institute of Economics and Management, Simferopol

#### Аннотация

В статье рассмотрена подача воды из Белогорского водохранилища в Северо-Крымский канал для наполнения наливных Феодосийского водохранилища и водохранилищ Керченского полуострова. Приведены гидрологические характеристики р. Биюк-Карасу (с. Карасевка) с учётом данных последних лет наблюдений.

### Annotation

The article considers the flow of water from the Belogorsky reservoirs in the North-Crimean canal for filling liquid Feodosia reservoir and reservoirs of the Kerch Peninsula. Given the hydrological characteristics of the river Biyuk-Karasu (Karasevka S.) based on the data of the last years of observation.

**Ключевые слова:** водные ресурсы, река Биюк-Карасу, Белогорское водохранилище.

**Keywords:** water resources, river Biyuk-Karasu, Belogorskoe reservoir.

**Введение.** До присоединения Крыма к Российской Федерации, начиная с 60-х годов прошлого века, основным источником водоснабжения (до 90%), в том числе питьевого, был Северо-Крымский канал (СКК), по которому поступала днепровская вода. Было построено девять водохранилищ общим объёмом 145,9 млн. м<sup>3</sup> для питьевого водоснабжения [2]. В настоящее время подача воды по СКК прекращена, и актуальным стал вопрос водообеспечения населенных пунктов.

**Цель исследования.** Провести гидрологические расчёты с учётом данных последних лет наблюдений гидропоста р. Биюк-Карасу – с. Карасевка и в створе плотины Белогорского водохранилища при отсутствии данных наблюдений.

**Результаты исследования.** Белогорское водохранилище (23,3 млн. м<sup>3</sup>) было построено в 1972 г. на р. Биюк-Карасу, возле г. Белогорска с целью орошения земель Белогорского, Нижнегорского и Советского районов и сельскохозяйственное водоснабжение ближайших населённых пунктов. По проекту также предполагалось в дальнейшем использовать его для частичного водоснабжения г. Белогорска. Оно эксплуатируется в каскаде с Тайганским водохранилищем (13,8 млн. м<sup>3</sup>), расположенным в балке Джайваган на левом притоке р. Биюк-Карасу (рис.1).

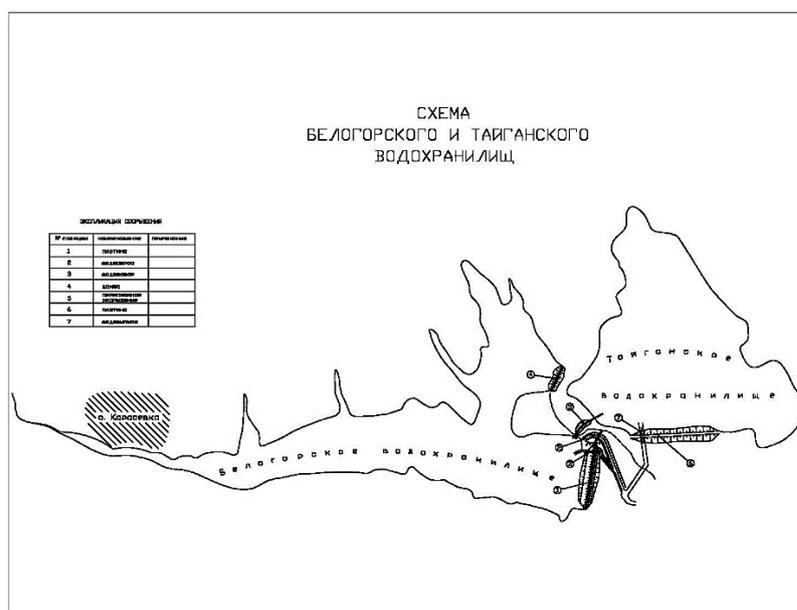


Рис. 1. Схема Белогорского и Тайганского водохранилищ [1]

Тайганское водохранилище было построено в 1938 г. В ту пору это было самое крупное водохранилище Крыма. Вода в него из р. Биюк-Карасу поступает по подводящему каналу длиной 8,5 км [2].

В 2014 г. была реализована переброска воды из Тайганского и Белогорского водохранилищ по руслу реки Биюк-Карасу в Северо-Крымский канал для наполнения Феодосийского, Фронтowego, Станционного, Ленинского водохранилищ питьевого назначения, наполнявшихся ранее днепровской водой. Было построено сопрягающее гидротехническое сооружение «Переброска части стока реки Биюк-Карасу в Северо-Крымский канал», а также гидроузел у с. Новоивановка Нижнегорского района, предназначенный для поддержания уровня в пруду перед водопроводящим сооружением, обеспечивающим поток воды в СКК и сброс избыточных паводковых вод в русло реки, снижая при этом объем поступления твердого стока в СКК [1].

Схема подачи воды в Феодосийское водохранилище представлена на рис. 2.

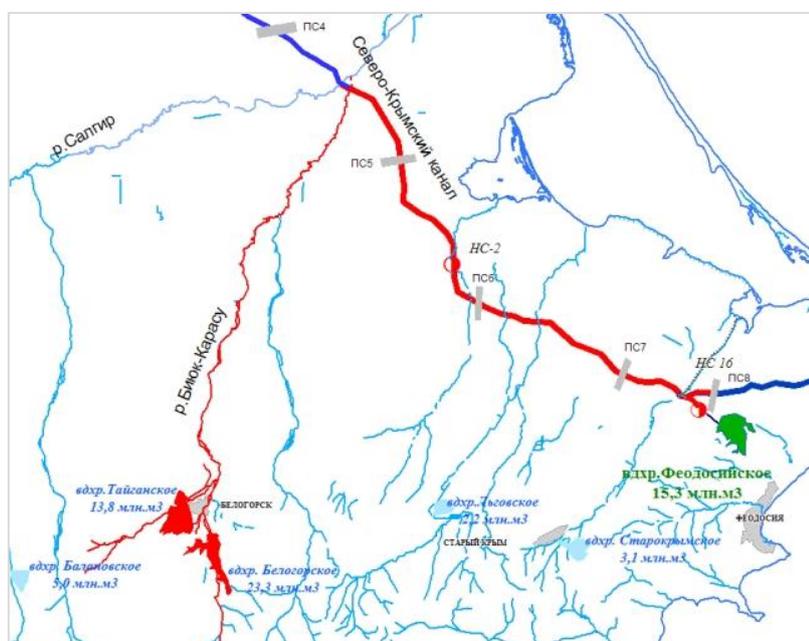


Рис. 2. Схема наполнения Феодосийского водохранилища

Благодаря этому в 2015-2016 гг. в водохранилища, ранее наполняемые днепровской водой, закачали объёмы воды, см. табл. 1.

Таблица 1

**Наливные водохранилища для водоснабжения**

Водохранилища	Год стр-ва	Полный объём, млн. м3	Площадь при НПУ, га	Наполнение, млн. м3	
				2015 г.	2016 г.
1	2	3	4	5	6
Феодосийское	1971	15,37	242	18,7	11,6
Ленинское	1972	7,7	212	2,5	2,6

Продолжение таблицы 1

1	2	3	4	5	6
Станционное	1975	24	270	20,5	12
Фронтное	1978	35	645	10,6	2,5
Самарлинское	1986	9	135	2,2	0,4
Всего		91,07	1504	54,5	29,1

Источником наполнения Белогорского водохранилища является р. Биюк-Карасу – правый приток 1-го порядка р. Салгир. Длина реки 86 км, площадь водосборного бассейна – 1160 км<sup>2</sup>. Река берёт начало из самого многоводного источника Крыма – Карасу-Баши, расположенного на северных склонах Караби-яйлы, в заповедном урочище Карасу-Баши, объявленном памятником природы. Именно отсюда подаётся вода в город Белогорск для питьевых целей [2, 3].

По водному режиму р. Биюк-Карасу относятся к рекам с паводочным режимом крымского подтипа, т.е. паводки наблюдаются в любое время года, а меженный период в летне-осенний период. Питание реки смешанное, но важную часть составляют карстовые воды.

Для учёта воды, поступающей в Белогорское водохранилище в июле 1972 г. был открыт гидропост, который действует до настоящего времени [2, 3].

Гидрологические характеристики, полученные в результате статистической обработки данных наблюдений за весь период его работы [4] представлены в табл. 2. Гидрографические и гидрологические характеристики р. Биюк-Карасу представлены в табл. 2.

Таблица 2

**Гидрографические и гидрологические характеристики в створе гидропоста (с. Карасевка) и плотины Белогорского водохранилища**

Характеристика	Гидропост – с. Карасевка	Плотина в-ща
1	2	3
Период наблюдений, годы	1972-2016	х
Площадь водосбора, км <sup>2</sup>	7,1	39,3
Среднемноголетний расход воды, м <sup>3</sup> /с	1,74	1,81
Среднемноголетний объём стока, млн. м <sup>3</sup>	54,7	57,0
Модуль годового стока, л/с км <sup>2</sup>	245	46
Коэффициент вариации годового стока	0,4	х
Среднегодовой расход воды и объём годового стока в очень многоводный год (P=1%), м <sup>3</sup> /с / млн. м <sup>3</sup>	3,75 / 118	5,4 / 170
Среднегодовой расход воды и объём годового стока в многоводный год (P=5%), м <sup>3</sup> /с / млн. м <sup>3</sup>	3,15/ 99,2	3,49 / 110

Продолжение таблицы 2

1	2	3
Среднегодовой расход воды и объём годового стока в маловодный год (P=75%), м <sup>3</sup> /с / млн. м <sup>3</sup>	1,21 / 38,1	1,23 / 38,7
Среднегодовой расход воды и объём годового стока в очень маловодный год (P=95%), м <sup>3</sup> /с / млн. м <sup>3</sup>	0,89 / 28,0	0,91 / 28,7
Наибольший наблюденный расход воды, м <sup>3</sup> /с	26,3 10.08.2002	x
Наименьший наблюденный расход воды, м <sup>3</sup> /с	0,005 01.09-16.12.1986	x

Гидрологические характеристики р. Биюк-Карасу, полученные обработкой данных многолетних наблюдений необходимо учитывать при эксплуатации работы Белогорского водохранилища, характер водопользования которого, начиная с 2014 г. изменился.

Подача воды (холостой сброс) в СКК и далее в Феодосийское водохранилище составляет 24,7 млн. м<sup>3</sup>, водозабор на орошение и сельхозводоснабжение – 22,6 млн. м<sup>3</sup>; итого 47,3 млн. м<sup>3</sup>. Этот объём сопоставим с объёмом воды в средний по водности год. В маловодный (p=75%) и очень маловодный год (P=95%) его явно не хватает.

Конечно, на сопрягающее гидротехническое сооружение «Переброска части стока реки Биюк-Карасу в Северо-Крымский канал» поступает вода и правого притока р. Биюк-Карасу – р. Кучук-Карасу. Этот объём воды в рамках данной статьи не рассматривался.

**Выводы.**

1. В настоящее время подача воды по Северо-Крымскому каналу прекращена, поэтому важными источниками водоснабжения в Крыму стали местные источники, в том числе, реки.

2. Приведена схема наполнения наливных от Северо-Крымского канала Феодосийского водохранилища и водохранилищ Керченского полуострова из Белогорского водохранилища, наполняемого водами р. Биюк-Карасу.

3. Приведены гидрологические характеристики р. Биюк-Карасу – с. Карасевка и в створе плотины Белогорского водохранилища.

4. Сопоставлены объёмы водопотребления и объёмы стока р. Биюк-Карасу в разные по водности годы.

**СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ**

1. Горбатюк Н. В. Особенности использования водных ресурсов на территории Нижнегорского района / Н. В. Горбатюк, Н. В. Кучерук // Экономика строительства и природопользования. — 2017. — № 2. — С. 45–50.

2. Поверхностные водные объекты Крыма. Управление и использование водных ресурсов: Справочник / Под ред. З. В. Тимченко. — Симферополь : ДОЛЯ, 2007. — 218 с.

3. Тимченко З. В. Гидрография и гидрология рек Крыма / З. В. Тимченко. — Симферополь : ИТ «АРИАЛ», 2012. — 290 с.

4. Тимченко З. В. Гидрографические и гидрологические характеристики балки Кель-Шейх / З. В. Тимченко // Строительство и техногенная безопасность. — 2017. — № 6 (58). — С. 111–117. (Статья по проекту Программы развития ФГАОУ ВО «КФУ им. В.И. Вернадского» – «ГИС-Ландшафт»).

© З.В. Тимченко

**УДК 338.48**

**НЕОБХОДИМОСТЬ ПРОЕКТИРОВАНИЯ РЕКРЕАЦИОННОГО  
ТУРИСТСКОГО ПРОСТРАНСТВА КРЫМА С ЦЕЛЬЮ  
ОПТИМИЗАЦИИ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ КУРОРТНО-  
РЕКРЕАЦИОННЫХ РЕСУРСОВ РЕГИОНА**

**APPROACHES TO THE EVALUATION OF THE ECONOMIC  
SECURITY OF THE DOMESTIC ENTERPRISES**

**Тропина Е.А.**, преподаватель,  
ГБОУ ВО РК «Крымский университет культуры,  
искусств и туризма», г. Симферополь

**E.A. Tropina**, Lecturer,  
Crimean University of Culture, Arts and Tourism,  
Simferopol

**Аннотация**

В исследовании обоснована необходимость осуществления проектирования рекреационных туристских пространств на примере Республики Крым. Проанализировано современное состояние систематизации данных о курортах, лечебных местностях и санаторно-курортных и рекреационных учреждениях.

**Annotation**

The study substantiates the necessity of designing recreational tourist spaces on the example of the Republic of Crimea. The modern state of systematization of data on health resorts, health resorts and sanatorium-resort and recreational institutions is analyzed.

**Ключевые слова:** рекреационное туристское пространство, курортно-рекреационные ресурсы, проектирование туристского пространства, реестр туристских ресурсов.

**Keywords:** recreational tourist space, resort and recreational resources, design of tourist space, register of tourist resources.

**Введение.** Туризм является сложной социально-экономической системой, для эффективного функционирования которой необходимо осуществлять проектную деятельность. При этом значение имеет как проектирование туристских продуктов, так и проектирование туристских пространств.

Последнее является необходимым для оптимизации использования и охраны курортно-рекреационных ресурсов территории. Данный вопрос является актуальным для Республики Крым, где туристский и рекреационный потенциал является основой для развития туризма и курортного дела.

**Цель исследования** обоснована необходимостью оптимизации использования курортно-рекреационного потенциала Республики Крым на основе проектирования рекреационного туристского пространства региона.

**Результаты исследования.** Оптимизацию курортно-рекреационной и туристской деятельности можно осуществлять с учетом категории «туристское пространство», которое включает в себя памятники истории и культуры, туристскую инфраструктуру, туристские маршруты и услуги, связанные между собой в единую логическую структуру [1, с. 34-35].

Существуют различные типы туристского пространства, в число которых входит рекреационное.

Рекреационное туристское пространство основано на курортно-рекреационном потенциале территорий и включает в себя лечебно-оздоровительные местности, курорты, объекты курортной инфраструктуры.

Основой для проектирования данного типа пространства должны служить систематизированные данные о лечебно-оздоровительных местностях и курортах Российской Федерации, включая санаторно-курортные организации [2]. Затем информация может быть представлена в виде геоинформационных систем (ГИС), на которых построены большинство туристских ресурсов – сайтов и порталов.

Необходимо отметить, что в настоящее время не определен порядок формирования государственного реестра лечебно-оздоровительных местностей и курортов. Поэтому отсутствует систематизированная информация по курортам различного статуса (федерального, регионального и местного) и лечебно-оздоровительным местностям, что затрудняет проектирование рекреационных пространств и зон на территории Российской Федерации [3].

Для проектирования рекреационного пространства также необходима комплексная информация об организациях, предоставляющих санаторно-курортные и рекреационные услуги. Для этого существует государственный реестр курортного фонда РФ [4].

Данный ресурс позволяет потенциальным потребителям и заказчикам рекреационных услуг подобрать организацию нужного профиля. По мнению автора статьи, данный ресурс не дает полной информации о функционирующих в Российской Федерации курортных учреждениях. Необходимо отметить, что в данном реестре представлена информация только о 20 санаториях Республики Крым.

В то время как на конец декабря 2016 г. территории Республики Крым функционировало 148 учреждений, предоставляющих санаторно-курортное лечение и 213 объектов, предоставляющих услуги оздоровительного характера. Таким образом, количество средств размещения, предоставляющих

услуги лечения и оздоровления, составило 361 объект. При этом для круглогодичного функционирования предназначены 142 санаторно-курортных учреждения (в том числе 74 средства размещения государственной формы собственности Республики Крым) [5].

С целью эффективного использования курортноформирующих ресурсов Государственным Советом Республики Крым 24 декабря 2014 года был принят Закон Республики Крым «О курортах, природных лечебных ресурсах и лечебно-оздоровительных местностях Республики Крым» [6].

В Законе представлен понятийный аппарат, определяющий различные виды организаций и услуг курортной сферы, а также полномочия исполнительных органов по ведению реестров природных лечебных ресурсов, лечебно-оздоровительных местностей и курортов Республики Крым, включая санаторно-курортные организации и пляжи.

На данный момент реестр туристских ресурсов, включающий природные лечебные ресурсы, лечебно-оздоровительные местности и курорты Республики Крым находится в стадии формирования и в открытых источниках не представлен. Положительным моментом является тот факт, что важность систематизации понимают районные администрации. В частности, Администрация Сакского района Республики Крым утвердила «Порядок формирования и ведения реестра лечебно-оздоровительных местностей и курортов местного значения, включая санаторно-курортные организации на территории муниципального образования» [7].

**Выводы.** Таким образом, на основе проведенных исследований можно отметить недостаточное внимание федеральных и региональных органов государственной власти к систематизации информации о природных лечебных ресурсах, лечебных местностях и курортах как в Республике Крым, так и в других курортных регионах. В настоящее время у потребителей есть ограниченный доступ к информации об санаторно-курортных учреждениях.

Но для проектирования туристского пространства рекреационного типа существующей информации недостаточно. Поэтому необходимо реализовать следующие мероприятия:

1. Определить порядок составления и ведения государственного реестра лечебно-оздоровительных местностей и курортов, включая курорты федерального регионального и местного значения, а также определить ответственных лиц, сроки реализации и размещения реестра в открытом доступе.

2. На региональном и местном уровнях провести инвентаризацию территорий и объектов для составления реестра лечебно-оздоровительных местностей и курортов регионального и местного значения.

3. В государственный реестр курортного фонда РФ включить все функционирующие санаторно-курортные учреждения и предоставить о них подробную информацию.

4. На основе систематизированных данных начать проектирование рекреационного пространства в виде электронного ресурса.

## СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Джанджугазова Е. А. Туристско-рекреационное проектирование: учебник для студ. учреждений высш. проф. образования / Е. А. Джанджугазова. — М. : Издательский центр «Академия», 2014. — 272 с.

2. Федеральный закон от 03.02.1995 г. № 26-ФЗ «О природных лечебных ресурсах, лечебно-оздоровительных местностях и курортах» (с изменениями и дополнениями). — Режим доступа : <http://docs.cntd.ru/document/9011488>. — Дата доступа : 20 ноября 2017.

3. Ефименко Н. В. Современное состояние нормативно-правовой базы в области функционирования курортов и лечебных местностей федерального значения / Н. В. Ефименко, С. И. Ляшенко, С. Р. Данилов, Е. Г. Потапов. — Режим доступа : [http://www.gniik.ru/files/kur\\_medicina1\\_2012.pdf](http://www.gniik.ru/files/kur_medicina1_2012.pdf). — Дата доступа : 20 ноября 2017.

4. Реестр курортного фонда Российской Федерации [Электронный ресурс]. — Режим доступа : <https://kurort.rosminzdrav.ru/>. — Дата доступа : 20 ноября 2017.

5. Постановление Совета Министров Республики Крым от 29 декабря 2016 года № 650 «Об утверждении Государственной программы развития курортов и туризма в Республике Крым на 2017-2020 г. — Режим доступа: [http://mtur.rk.gov.ru/file/postanovlenie\\_soveta\\_ministrov\\_respubliki\\_krim\\_ot\\_29\\_dekabrya\\_2016\\_g\\_\\_650.pdf](http://mtur.rk.gov.ru/file/postanovlenie_soveta_ministrov_respubliki_krim_ot_29_dekabrya_2016_g__650.pdf). — Дата доступа : 20 ноября 2017.

6. Закон Республики Крым от 24 декабря 2014 года «О курортах, природных лечебных ресурсах и лечебно-оздоровительных местностях Республики Крым». — Режим доступа : [http://rk.gov.ru/rus/file/pub/pub\\_238694.pdf](http://rk.gov.ru/rus/file/pub/pub_238694.pdf). — Дата доступа : 20 ноября 2017.

7. Постановление «Об утверждении Порядка формирования и ведения реестра лечебно-оздоровительных местностей и курортов местного значения, включая санаторно-курортные организации на территории муниципального образования Сакский район Республики Крым» [Электронный ресурс]. — Режим доступа : [http://sakimo.rk.gov.ru/rus/file/pub/pub\\_318779.pdf](http://sakimo.rk.gov.ru/rus/file/pub/pub_318779.pdf). — Дата доступа : 20 ноября 2017.

© Е.А. Тропина

УДК 628.39

## ВОЗМОЖНОСТИ УТИЛИЗАЦИИ ТВЕРДЫХ БЫТОВЫХ ОТХОДОВ В УСЛОВИЯХ КРЫМА

## POSSIBILITIES FOR RECYCLING SOLID MUNICIPAL WASTE IN THE CRIMEA

Хмеленко П.С., обучающийся группы МО-331-о,  
Чугунова Т.Н., к.г.н, доцент,  
ФГАОУ ВО "КФУ им. В.И. Вернадского",  
Институт экономики и управления, г. Симферополь

**P.S. Khmelenko**, student, gr. MO-331-o,  
**T.N. Chugunova**,  
Candidate of Geographic Sciences, Associate Professor,  
V.I. Vernadsky Crimean Federal University,  
Institute of Economics and Management, Simferopol

#### **Аннотация**

В данной работе отражены результаты исследования системы обращения с отходами, приведена схема утилизации твердых бытовых отходов и рассмотрена возможность применения перспективных современных технологий для их переработки в Республике Крым.

#### **Annotation**

In this paper, the results of a study of the waste management system are reflected, a scheme for the utilization of solid domestic wastes is presented and the possibility of applying advanced modern technologies for their processing in the Republic of Crimea is considered.

**Ключевые слова:** система обращения с отходами, классификация отходов, твердые бытовые отходы, Республика Крым.

**Keywords:** waste management system, waste classification, solid household waste, Republic of Crimea.

**Введение.** В настоящее время проблема накопления отходов, в том числе отходов производства и потребления, является одной из основных угроз экологической безопасности как для Российской Федерации в целом, так и для Республики Крым в частности. Неуклонно возрастают объемы образования отходов, растет число несанкционированных свалок, а с учетом специфики Республики Крым как курортно-рекреационного региона проблема безопасного обращения с отходами стала приоритетной с точки зрения социально-экономического развития на средне- и долгосрочную перспективу.

**Цель исследования.** Целью исследования является анализ существующей системы обращения с отходами, методов утилизации твердых бытовых отходов, а также определение возможности применения перспективных современных технологий для их переработки в Республике Крым.

**Результаты исследования.** Для введения в тему исследования необходимо определиться с терминами. Отходы производства и потребления (далее – отходы) — вещества или предметы, которые образованы в процессе производства, выполнения работ, оказания услуг или в процессе потребления, которые удаляются, предназначены для удаления или подлежат удалению в соответствии с настоящим Федеральным Законом [1].

По происхождению выделяют: отходы производства (промышленные отходы и производственный брак, строительные и пр. отходы), отходы потребления (коммунально-бытовые и муниципальные отходы, которые образуются в офисах, торговых предприятиях, мелких промышленных объектах,

школах, больницах, других муниципальных учреждениях.) и военные отходы. По составу выделяют отходы биологического происхождения и техногенные отходы. По агрегатному состоянию выделяют: твёрдые, жидкие и газообразные отходы [4].

По классу опасности (для человека и/или для окружающей природной среды) выделяют токсичные и нетоксичные, радиоактивные и пр. отходы. Кроме того, в Российской Федерации выделяют классы опасности отходов для окружающей природной среды [1]:

- I класс – чрезвычайно опасные отходы;
- II класс – высокоопасные отходы;
- III класс – умеренно опасные отходы;
- IV класс – малоопасные отходы;
- V класс – практически неопасные отходы.

Под твердыми бытовыми, коммунальными отходами (общепринятое – ТБО и ТКО) подразумевают любые вещества, материалы и предметы, которые образовались в процессе производства или потребления, а также товары (продукция), которые полностью или частично потеряли свои потребительские свойства и не имеют дальнейшего использования по месту их образования или выявления и от которых их владелец избавляется, намеревается или должен избавиться путем утилизации или удаления [2].

Как отмечено в Государственной программе Республики Крым создание коммунальной инфраструктуры в области обращения с ТБО является приоритетным для государственной власти Республики Крым и населения. Решение проблемы обращения с отходами усугубляет отсутствие достоверной статистики об объемах образования ТБО на территории Республики Крым (ежегодно от 700 до 1300 тыс. тонн ТКО) и, как следствие, ведет к затруднениям в выработке комплексного решения, устраивающего все стороны сферы обращения с отходами: население, власти и бизнес [2].

В настоящее время преимущественным способом обращения с ТБО в Республике Крым является захоронение на свалках и полигонах, причем в смешанном виде. Тенденции накопления ТБО являются негативным фактором, функционирование традиционных схем удаления отходов (депонирование ТБО), дестабилизирует состояние окружающей среды: полигоны не обеспечены системами защиты почв, водных горизонтов и атмосферного воздуха от загрязнения продуктами разложения. Недостаточный контроль за вывозом отходов привел к образованию несанкционированных свалок и захламленных территорий [3].

По официальным данным, существующие в Республике Крым 28 зарегистрированных объектов складирования отходов (не считая сотен несанкционированных и стихийных свалок) по состоянию на 29 декабря 2016 года исчерпали свой ресурс, не соответствуют современным требованиям по санитарной и экологической безопасности и нуждаются в экстренных мероприятиях по рекультивации. Несмотря на явное несоответствие требованиям законодательства Российской Федерации, 3 объекта размещения ТКО

включены в Государственный реестр объектов размещения отходов (полигоны в с. Тургенево Белогорского района, в с. Перекоп г. Армянска и в пгт. Черноморское Черноморского района). Количество полигонов ТБО в сельских районах Крыма составляет 213 ед., из них только у 75 имеется наличие разрешительной документации на земельный отвод и только у 13 – проектов площадь отведенных земель составляет 374,12 га, а занятых – 386,99 га земель. Кроме того, на территории Республики Крым расположено 269 крупных несанкционированных свалок (площадью от 0,5 до 2 га, высотой от 1,5 до 2,5 м.), расположенных практически около каждого сельского поселения. Наибольшее количество несанкционированных свалок в Джанкойском районе – 27 шт., Бахчисарайском районе – 18 шт., Кировском районе – 12 шт. Общая площадь несанкционированных свалок составляет приблизительно 300 га, объемом 1,5 млн куб. м. Динамика образования ТКО на период до 2021 года имеет тенденцию роста [3].

В настоящее время в регионе отсутствует полноценная система сбора, транспортирования, обезвреживания и утилизации биологических отходов животного происхождения, что приводит к их размещению на полигонах ТБО, которые не предназначены для этих целей. Практически отсутствует система переработки крупногабаритных предметов в составе твердых коммунальных отходов, не ведется регулярная работа по их вывозу [2].

В настоящее время сбор и вывоз ТБО из населенных пунктов Республики Крым осуществляется 89 предприятиями, преимущественно муниципальными унитарными предприятиями. Стоимость вывоза (транспортировка и захоронение) в разных населенных пунктах и районах отличается в разы (от 10 до 30 рублей на человека, от 30 до 150 руб. за 1 куб. м), хотя ниже средних российских (300-400 руб. за 1 куб. м) [3].

На территории Республики Крым существует только два объекта обработки отходов – мусоросортировочная линия в г. Саки и мусоросортировочная линия в г. Симферополе, которые по применяемым технологиям относятся к типу ручной сортировки и недостаточно эффективны [3].

Сфера утилизации или переработки ТБО на территории Республики Крым практически не развита.

Можно отметить основные причины сложившихся проблем:

- недостаточное финансирование в течение предыдущих лет строительства, содержания и ремонта коммунальной инфраструктуры, что привело ее к износу и обветшанию (или отсутствию), в том числе объектов сбора, транспортировки и захоронения отходов;

- отсутствие системного подхода к решению накопившихся вопросов, хотя в услугах по удалению ТБО нуждается все население и все хозяйствующие субъекты региона;

- действующая тарифная политика не стимулировала предоставление качественных услуг потребителям и возможность реконструкции и модернизации объектов обращения с ТБО;

- практически отсутствует рынок сбыта вторичного сырья [3].

Крайне плотное географическое расположение городов и поселков; износ инфраструктуры; хрупкая экосистема; резкий миграционный прирост населения; возрастающий в последнее время поток рекреантов; существенное увеличение автопарка; отсутствие жесткой системы контроля качества поставляемого топлива и отсутствие планомерных мероприятий по регулированию транспортных потоков; хищническое отношение к использованию природных ресурсов; стремление «князей» от власти заработать на «мусорной теме»; повсеместное бездушие и экологическая невоспитанность населения – все это сулит мрачные перспективы экологического состояния Крыма.

В регионе, в принципе, отсутствует концепция обращения с отходами и понимание создания такой системы. Исключение составляет принятая в январе этого года Государственная программа Республики Крым в области обращения с отходами, в том числе с твердыми коммунальными отходами на 2017-2021 годы. Однако и в ней недостаточно полно использованы возможности новых технологий для решения проблем обращения с отходами. Однако, появилось стремление заработать на решении указанных проблем. Недостаточный контроль и стремление заработать предопределяет, на первом этапе, «передел» полигонов ТБО и компаний причастных к вывозу бытовых и коммунальных отходов. На втором этапе, собственники, сконцентрировавшие в своих руках данный вид бизнеса, могут всевозможными способами взвинтить уровень цен на данные услуги, мотивируя исключительной важностью проблемы. И только на третьем этапе, в случае успешного противодействия общественности и административного воздействия, они вынуждено придут к пониманию необходимости построения эффективных бизнес-процессов, к внедрению современных технологий переработки отходов.

Резюмируя отметим, что на территории Республики Крым состояние обращения с отходами (и прежде всего с ТБО) является одним из сдерживающих факторов развития курортно-рекреационного комплекса и обеспечения качества жизни населения [3].

На сегодняшний день в мире используют несколько основных видов переработки ТБО: это захоронение, компостирование, биоразложение, термическая переработка, складирование и сортировка с повторной переработкой.

На наш взгляд, учитывая технологические особенности утилизации, в условиях Крыма наиболее оптимально использование технологий компостирования, биоразложения и термической переработки.

Компостирование — это процесс биохимического преобразования содержащейся в ТБО биомассы [4].

Биоразложение — переработка ТБО биологическими способами (аэробный – окисление отходов, осуществляемое микроорганизмами в аэротенках, биофильтрах и биопрудах; анаэробный — методом метанового сбраживания) [4].

Термическая переработка ТБО – это технология огневого обезвреживания отходов (слоевое сжигание в котлах, оборудованных топками с колосниковыми решетками; сжигание в шлаковом расплаве; пиролиз); методы, направленные на получение комбинированных вторичных топлив (RFD – Refuse Derived Fuel); плазменная или плазмохимическая технология [4].

Необходимо отметить, что экономически эффективных методов переработки ТБО на сегодняшний день не существует. Но с учетом текущих затрат на вывоз и захоронение, на ликвидацию текущих и перспективных экологических опасностей, на весь перечень мероприятий – возможно создать в регионе эффективную, близкую к окупаемости систему переработки ТБО.

Во-первых, необходимо повсеместное внедрение дуальной системы сбора отходов, с целью разделения их по видам: стекло, полиэтилен-ПЭТ, бумага-картон, металл-жесть, электронные компоненты, лом черных и цветных металлов и пр.

В РК и в Симферополе, в частности, имеются мощности для некоторых компонентов переработки ТБО: стекла – фирмы «Витмет», «Крымвторчермет»; ПЭ и ПЭТ – ООО «Крымпласт», Завод пластмасс, «Сизакор», «УТОС»; картона и бумаги – фирма «Крымбумага»; металлов – фирмы «Втормет», «Мегамет», «Миттал», «Арммет», «Симмет», «Крымсплав», «ЦМК-Крым» и др.; электронных компонентов – «Промдрагмет», «Крымэкоресурсы».

Во-вторых, необходимо уяснить, что вышеперечисленные виды ТБО коммерчески рентабельно перерабатывать, но таким предприятиям необходима административная поддержка, организация и управление потоками вторсырья.

Биоразлагаемые отходы целесообразно компостировать, однако для аэробного метода необходимо соблюдение компонентной и структурной стабильности исходного сырья, отсутствия не разлагаемых примесей, что невозможно, по причине отсутствия традиций и опыта сбора их у населения и организаций. Так же необходимо внедрение технологий качественного проветривания и перемешивания отходов. Невозможность соблюдения этих требований приводит к получению компоста низкого качества, а это не вызовет интереса рынка.

Возможно также внедрение анаэробного термического компостирования, что потребует привлечения крупных инвестиций в строительство специальных установок и существенных эксплуатационных затрат. Однако анаэробное сбраживание ТБО является экономически выгодным, позволяя вернуть в природный оборот органическое вещество, полученное из ТБО, восстановить и поддерживать баланс питательных веществ почвы, повысить плодородность, сократить эрозию, снизить химизацию почв, вернуть в землепользование земли, занятые под свалки и в целом уменьшить загрязнение природной среды. К тому же переход от свалок к компостиро-

ванию анаэробным сбраживанием позволяет использовать попутно возникающий метан в когенерационных установках малой энергетики, что повысит экономическую эффективность переработки.

В-третьих, оставшуюся после удаления указанных компонентов часть ТБО, подвергают термической переработке. Остановимся на этом моменте поподробнее.

Слоевое сжигание в котлах, оборудованных топками с колосниковыми решетками вполне возможно внедрить на угольных ТЭЦ, в частности после реконструкции Симферопольской, Сакской, Севастопольской и Камыш-Бурунской ТЭЦ, оборудовав их системами подачи, дегазации, пылегазоочистки и дожига. Указанные объекты, в дальнейшем возможные субъекты системы переработки ТБО, уже оборудованы подъездными железнодорожными путями и способны обеспечить необходимые объемы переработки.

Технология сжигания твердых бытовых отходов при температуре 850-11 000 С не требует их предварительной подготовки, отличается высокой надежностью, обеспечивает выполнение экологических требований к продуктам сгорания и позволяет резко снизить потребность дополнительных площадей на полигонах для складирования остатка переработанных ТБО.

Данная технология является высокоэкономичной и может рассматриваться как способ использования возобновляемых источников энергии. 4 тонн ТБО равнозначны 1 тонне условного топлива, обладая теплотворной способностью до 30 000 МДж, при использовании которой возможно получить около 2 тонн первичного пластика из газа или нефти [4].

В настоящее время в мировой практике мусоросжигательные заводы являются несетевыми энергогенерирующими предприятиями коммунальной энергетики, работающими на ТБО, как на местном, возобновляемом, альтернативном топливе. Такие предприятия малой генерации приобретают важное значение в случае возникновения нештатных ситуаций в системе энергоснабжения.

ТБО логистически удаленных от центра населенных пунктов, целесообразно перерабатывать на месте посредством пиролиза. В Крыму уже присутствует серьезный производитель подобного оборудования – «ТТ Group», с опытом подобной работы, способный обеспечить необходимую переработку.

По нашему мнению, перспективными и экономически оправданными технологиями переработки ТБО в условиях Крыма являются пиролиз и сжигание в шлаковом расплаве. Преимущество сжигания в шлаковом расплаве — это полное разложение вредных соединений, полное окисление горючих компонентов и низкий процент (1-2%) уноса пыли. Высокая температура процесса обеспечивает разложение всех компонентов ТБО, в том числе диоксинов и фуранов.

Подобный тип переработки возможно организовать на Керченском металлургическом комплексе, имеющим часть оборудования и подъездные

железнодорожные пути. Необходимо дооснащение его пылегазоочистным, перегрузочным и когенерационным оборудованием.

Однако, для полного исключения образования диоксинов и фуранов, высоких температур в шлаковой ванне, мини-домне или электропечи недостаточно, так как при охлаждении отходящих дымовых газов создаются условия восстановительных реакций в присутствии остающегося в нем хлора, что приводит к возможному появлению вторичных диоксинов и фуранов, хотя в гораздо меньших, близких к 25% от начального объема количествах. К тому же высокая температура процессов переработки мусора ведет к увеличению образования токсичных соединений азота. Так же, при высоких температурах возможно испарение тугоплавких компонентов ТБО, находящихся в твердом и нейтральном состоянии при температурах обычного мусоросжигания, и выбросам непосредственно в окружающую среду. Подобных негативных последствий позволяет избежать исключительно процесс переработки отходов, базирующийся на плазмохимических технологиях. Плазма, благодаря высоким температурам, позволяет разрушить любые отходы до атомарного уровня.

Преимущества плазменных технологий [3, 4]:

- экологическая чистота;
- отсутствие необходимости процесса предварительной сортировки;
- отсутствие вредных выделений (включая диоксины);
- минимальные размеры системы очистки отходящих газов, вследствие существенно меньшего количества продуктов горения;
- чистый легированный шлак на выходе может использоваться в качестве стройматериала или быть безопасно захороненным;
- возможность получения горючих газов, для использования в технологических целях. например, синтез-газа с высокой теплотворной способностью и высоким содержанием водорода;
- возможность получения тепловой или электроэнергии;
- высокая плотность энергии, высокая тепловая эффективность переноса;
- высокие скорости процесса;
- гибкость вариантов физико-химического сценария протекающих процессов;
- сокращение реакционного объема;
- высокая степень безопасности в следствие малой инерционности процесса;
- расширенные возможности контроля состава выхлопных газов;
- сокращение производства оргсоединений с высокой молекулярной массой (смола).

При плазменной газификации органических отходов протекают эндотермические и экзотермические реакции. В результате переработки получа-

ются такие полезные продукты как тепловая и электроэнергия, конструкционные материалы, синтез-газ и продукты его конверсии, водород, метанол, моторное топливо [4].

При этом продуктом переработки плазменным стеклованием является витрифицированный компаунд, в отличие от токсичной ультрадисперсной золы, получаемой при сжигании и требуемой дальнейшего захоронения (хоть и в меньших объемах).

Естественно, что для всех типов переработки ТБО необходимо грамотно рассчитать систему управления цепей поставок ТБО на переработку, используя преимущества авто и железнодорожного транспорта. С целью уменьшения холостых пробегов, необходима проработка обратной загрузки автотранспорта. Однако это возможно только для бункеровозов, следовательно, только они должны обрабатывать цепи среднего логистического плеча поставки. Собирающие мусоровозы должны осуществлять доставку непосредственно в цеха пакетирования, компостирования, сжигания. Железнодорожный транспорт эффективен на 200-400 км. плеча доставки – максимальное в условиях региона.

Немаловажным является наличие прессового и пакетирующего оборудования, опрокидывателей вагонов, весоизмерительного и дозиметрического (контрольного) оборудования.

**Выводы.** К сожалению, не существует идеального, экономически эффективного решения переработки ТБО, позволяющего эффективно и в полном объеме их утилизировать без образования отходов, выбросов и сбросов. Существующая система управления отходами в Республике Крым, ориентированная на их захоронение, несовершенна, ведет к загрязнению окружающей среды, снижению качества жизни, может привести регион к экологической катастрофе. Соответственно крайне необходимо найти оптимальное для природной среды, общества и экономики решение.

## СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Федеральный закон от 24.06.1998 N 89-ФЗ (ред. от 28.12.2016) «Об отходах производства и потребления» (редакция, действующая с 01.01.2017 г.). — Режим доступа : [http://www.consultant.ru/document/cons\\_doc\\_LAW\\_19109](http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_19109). — Дата доступа : 15 ноября 2017.

2. Государственная программа Республики Крым в области обращения с отходами, в том числе с твердыми коммунальными отходами на 2017-2021 годы. Утверждена постановлением Совета министров Республики Крым 25.01.2017 г. № 25. — Режим доступа : [http://kodeksy.com.ua/ka/ob\\_othodah/statja-1.htm](http://kodeksy.com.ua/ka/ob_othodah/statja-1.htm). — Дата доступа : 15 ноября 2017.

3. Доклад о состоянии и охране окружающей среды Республики Крым в 2013 году. — Режим доступа : [http://meco.rk.gov.ru/rus/file/110\(2\).pdf](http://meco.rk.gov.ru/rus/file/110(2).pdf). — Дата доступа : 15 ноября 2017.

4. Инженерная экология и экологический менеджмент : учебник / М. В. Бурторина, П. В. Воробьев, А. П. Дмитриева и [др.] : под ред. Н. И. Воробьева, И. М. Федина. — М. : Логос, 2003. — 528 с.

© П.С. Хмеленко, Т.Н. Чугунова

**УДК 504.03**

## **ЭКОЛОГИЧЕСКАЯ ОТВЕТСТВЕННОСТЬ НАШЕГО ПОКОЛЕНИЯ**

### **ENVIROMENTAL RESPONSIBILITY OF OUR GENERATION**

**Чугунова Т.Н.**, к.г.н., доцент,  
**Боговкова М.С.**, обучающаяся группы МО-331-о  
ФГАОУ ВО «КФУ им. В.И. Вернадского»,  
Институт экономики и управления, г. Симферополь

**T.N. Chugunova**,  
Candidate of Geographical Sciences, Associate Professor,  
**M.S. Bogovkova**, student, gr. MO-331-o  
V.I. Vernadsky Crimean Federal University,  
Institute of Economics and Management, Simferopol

#### **Аннотация**

В данной статье рассматриваются основные вопросы экологической ответственности молодого поколения, а также приведены анализ и выводы по результатам проведенного анкетирования по теме осознания степени нанесения ущерба окружающей среде каждым из нас.

#### **Annotation**

This article examines the main issues of environmental responsibility of our generation, as well as the results of the questionnaire on the topic of awareness of the young generation of their own damage to the environment, its analysis and conclusions.

**Ключевые слова:** экология, экологическая ответственность, экологический ущерб, устойчивое развитие, экологический след.

**Keywords:** ecology, environmental responsibility, environmental damage, sustainable development, ecological track.

**Введение.** За последние десятилетия стало совершенно очевидным, что человечество идет по пути развития высоких технологий, однако, все большим становится вопрос, что же это все-таки: прогресс или деградация? С одной стороны, создаваемые технологии позволяют нам лучше понимать и исследовать мир, всячески облегчают наше существование на планете и делают его комфортным. Но, с другой стороны, ведут к проблемам в обществе и деградации природы: загрязнению воздуха, воды, почв, уничтожению лесов, уменьшению животного и растительного разнообразия, изменению климата, к различным антропогенным катастрофам и т.д.

**Целью исследования** является изучение по основным позициям экологической ответственности нашего поколения на основе проведения анкетирования.

Результаты исследования. Вопрос того, по какому пути необходимо далее идти человечеству стал актуальным еще в конце прошлого столетия, именно тогда общими усилиями правительств многих стран и учеными была разработана Концепция устойчивого развития. Главными задачами данной Концепции стали сохранение природы и обеспечение качества жизни населения. Под устойчивым развитием следует понимать такое развитие, которое удовлетворяет потребности настоящего времени, при этом не ставит под угрозу способность будущих поколений удовлетворять свои собственные потребности [1]. Достичь устойчивого развития можно лишь в том случае, если каждый человек и все общество в целом, будут жить и действовать, осознавая свои личные потребности и сопоставлять их с возможностями нашей планеты. Каждый человек должен осознавать ответственность, которая возлагается на него за сохранение и оздоровление окружающей среды и всех сфер жизни. Для того, чтобы осуществить это, нам необходимо подходить к вопросу экологического оздоровления и минимизации приносимого экологического ущерба комплексно, а именно:

- заниматься ликвидацией накопившихся экологических проблем;
- отслеживать и контролировать все происходящие экологические процессы в настоящее время;
- разрабатывать и применять действия по предотвращению будущих и возможных экологических угроз.

В рамках данного исследования было проведено анкетирование [2] среди молодого поколения возрастом от 18 до 25 лет с объемом выборки – 50 респондентов, проживающих в Республике Крым. Его основными критериями стали следующие: использование жилья, энергии и транспорта, организация питания, использование воды и бумаги, обращение с бытовыми отходами. Целью проведенного анкетирования явилось выявление экологического следа современного поколения и донесение до него ответственности за экологическое будущее нашей планеты. Данная анкета позволяет установить, какая из сфер жизни вносит наибольший вклад в размер экологического следа и определить, влияние какой из них можно было бы уменьшить для минимизации экологического ущерба. В свою очередь, экологический след – это комплексный индикатор устойчивого развития, с помощью которого можно определить, какое количество площади земной поверхности (га) необходимо для удовлетворения потребностей отдельного человека и всего населения в целом [3].

Итак, результатами анкетирования и его анализа были получены следующие данные: в среднем каждому человеку необходимо 2,74 га, минимальным значением явилось 0,87 га, а максимальным – 5,46 га. При этом, допустимое количество гектаров, приходящееся на одного человека не

должно превышать 1,8 га продуктивной земли. Т.е. преимущественное большинство не вкладывается в необходимый лимит. Каждая страна, город, человек оставляют разный экологический след, в результате чего у некоторых образуется перерасход природных ресурсов, а у кого-то недоиспользование. Так, к примеру, средний житель США использует 12,2 га, что равняется 5,3 планеты, европеец – 5,7 га (2,8 планеты), средний житель России – 4,4 га (2,5 планеты), а средний житель Мозамбика всего лишь 0,7 га (0,4 планеты) [2].

Рассмотрим полученные данные по разным сферам жизни, наглядно представив их в виде гистограмм, где проценты отображают долю респондентов из всей выборки (рис. 1-6).

Результаты анкетирования молодежи (в основном студентов) показали, что наибольший вклад в экологический след вносят бытовые отходы, использование энергии и транспорта, однако, стоит отметить, что данные результаты не являются общеприменимыми и могут иметь погрешности в связи с узкой выборкой, некорректными ответами и т.д.



Рис. 1. Использование жилья

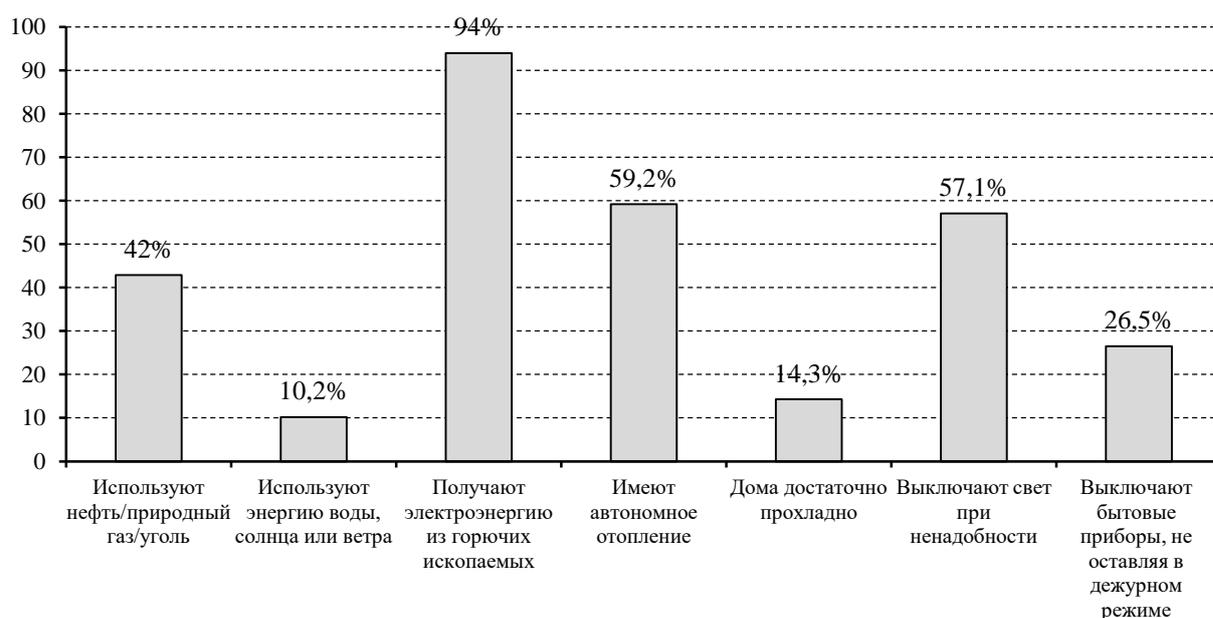


Рис. 2. Использование энергии

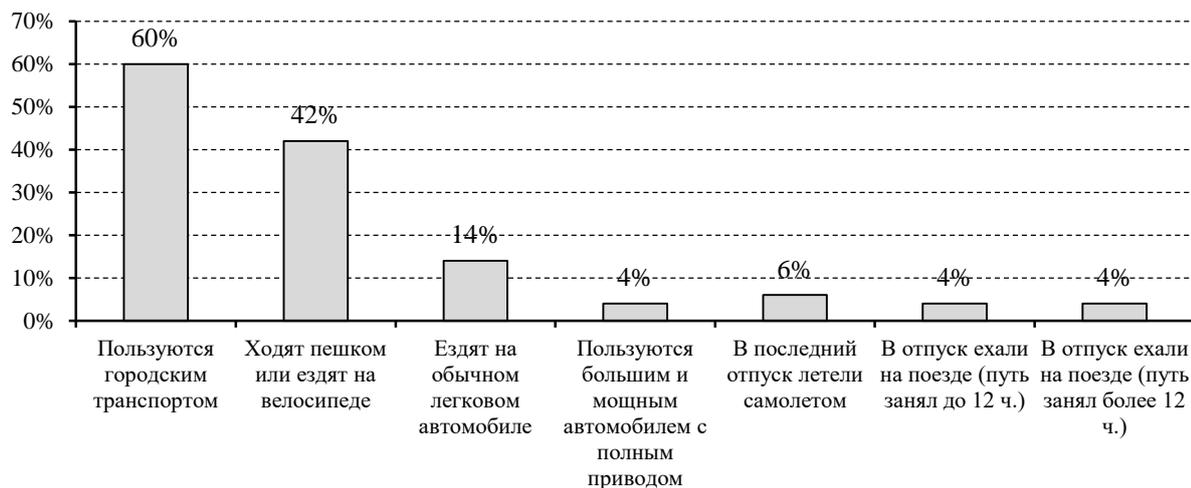


Рис. 3. Использование транспорта

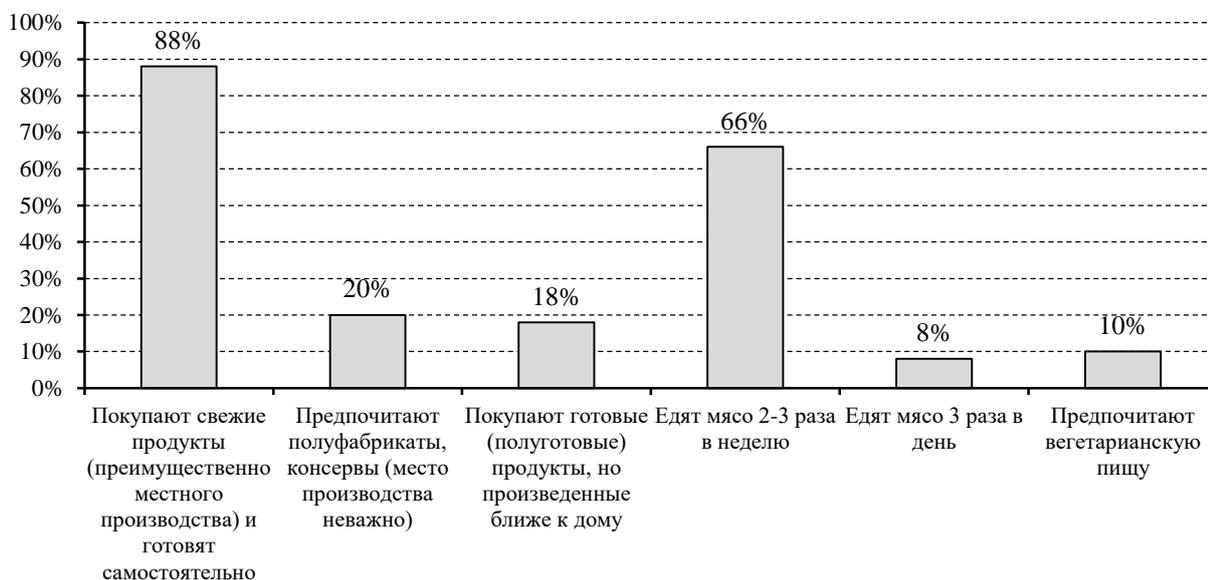


Рис. 4. Предпочтения в питании

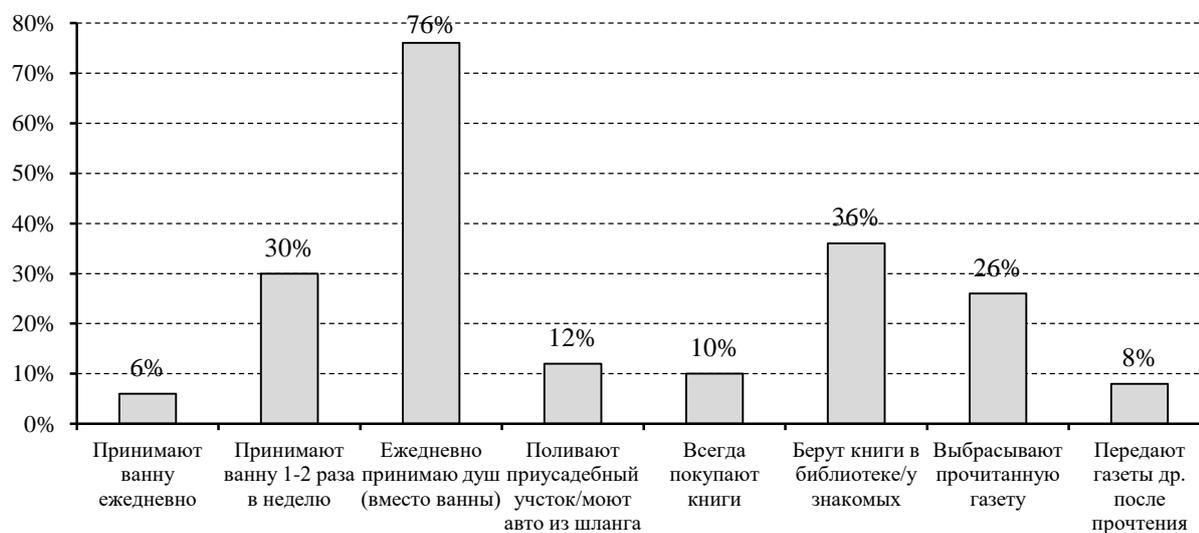


Рис. 5. Использование воды и бумаги



Рис. 6. Обращение с бытовыми отходами

**Выводы.** Таким образом, проведенное анкетирование является наглядным примером того, каким образом можно обратить внимание населения на проблемы состояния окружающей среды, а также донести всю важность данной проблемы и пути ее решения, зависящие не только от государства, властей, но и от каждого человека лично. Если каждый человек будет чувствовать свою ответственность за будущее нашей планеты и жить в гармонии с природой, при этом минимизируя наносимый ей ущерб, то мы сможем обеспечить то самое устойчивое развитие, о котором говорилось выше.

## СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Доклад Всемирной комиссии по вопросам окружающей среды и развития. — ООН, 1987. — 412 с.
2. Черникова С. Экологический след России и россиян / Ред. С. Черникова, Д. Славинский. — СПб : СПбГУ, 2005. — 24 с. ил.
3. Кулясов И.П. Экологический след: возможные перспективы развития в XXI веке // Социосфера: Социология и право. — Пенза : НИЦ «Социосфера», Поволжская государственная социально-гуманитарная академия, 2014. — № 4. — С. 131–136.

© Т.Н. Чугунова, М.С. Боговкова

## **СЕКЦИЯ 7. ИМИДЖЕВАЯ ПОЛИТИКА КАК ИНСТРУМЕНТ ПОВЫШЕНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ РЕГИОНА**

**УДК 338.48**

### **УЧАСТИЕ В ИМИДЖЕВОЙ ПРОГРАММЕ ЕВРОПЕЙСКОГО ДВИЖЕНИЯ КАЧЕСТВА ТУРИСТСКИХ ГОРОДОВ «ГОЛУБОЙ ФЛАГ ЕВРОПЫ» – ЗАЛОГ СТАБИЛЬНОГО ТУРИСТСКОГО СОХРАНЕНИЯ ПРИБРЕЖНЫХ ТЕРРИТОРИЙ КРЫМА И ЕГО ЭКОНОМИЧЕСКОГО РАЗВИТИЯ**

### **PARTICIPATION IN THE PR PROGRAM OF THE EUROPEAN PROGRESSION OF TOURIST CITIES QUALITY "BLUE FLAG OF EUROPE» IS A PLEDGE OF STABLE TOURIST CONSERVATION OF THE CRIMEAN COASTAL AREAS AND ITS ECONOMIC DEVELOPMENT**

**Соколова Е.И.**, к.г.н., доцент,  
ГБОУ ВО РК «Крымский университет культуры,  
искусств и туризма», г. Симферополь

**E.I. Sokolova**,  
Candidate of Geographical Sciences, Associate Professor,  
Crimean University of Culture, Arts and Tourism  
Simferopol

#### **Аннотация**

Изложены постановочные критерии и особенности присуждения курортным территориям европейского знака качества «Голубой флаг Европы». Доказана правомерность, целесообразность и перспективность участия крымских курортов в конкурсе, как основы для дальнейшего экономического развития региона и сохранения окружающей среды.

Предлагаются общие подходы для дальнейшего развития высококачественного курортного туризма и привлечения туристских потоков за счёт целенаправленного участия в движении курортных городов «Голубой флаг Европы».

#### **Annotation**

Here are represented criteria and special features of awarding the European quality mark "Blue Flag of Europe" to the resort territories. The lawfulness, expediency and prospects of the participation of Crimean resorts in the contest has been proved as the basis for further economic development of the region and preservation of the environment. General approaches are proposed for the further development of high-quality spa tourism and attraction of tourist flows due to the purposeful participation in the movement of resort cities "Blue Flag of Europe".

**Ключевые слова:** европейское движение, знак качества, туристские потоки, «Голубой флаг Европы», экономическое развитие, сохранность окружающей среды.

**Keywords:** European movement, quality mark, tourist flows, "Blue flag of Europe", economic development, environmental protection.

**Введение.** Вопросы устойчивого туристского и экономического развития приморских территорий России напрямую зависят от ряда составляющих стратегии стабильного развития, основанных на стандартах качества. Это относится, в первую очередь, к перечню мер, направленных на стабильное управление и туристское развитие побережья морей, где размещаются курорты, к примеру, такие, как исследуемые нами в данной работе, на Чёрном и Азовском морях. Важное место при этом отводится вопросам устойчивого экономического развития прибрежных зон, органически включающих сбалансированную природоохранную политику.

Так, начиная с 1996 года, вступили в действие программы и конвенции по вопросам охраны окружающей среды и «спасения» Чёрного моря. Стратегический План Действий по Чёрному морю, принятый странами – участниками ЧЭС в октябре 1996 года, наметил основные направления скоординированного развития черноморского региона. Были приняты также Одесская декларация и Бухарестская конвенция по защите Черного моря от загрязнения [6].

Это стало для многих стран отправной точкой при разработке внутренних программ развития прибрежных территорий, условий создания новых туристских центров, ориентированных на экологическую безопасность с набором услуг для комфортного отдыха. Начался активный процесс по присуждению специальных знаков качества береговым зонам, местам размещения (отелям), объектам сферы обслуживания, гарантирующих высокую классность, безопасность и комфорт.

К примеру, Ассоциация VERSeau, французская негосударственная организация, продвигающая движение курортных городов «Голубой флаг Европы», начавшееся в 1985 году, после принятия перечисленных документов, обратила внимание на Черноморское побережье. Ассоциация VERSeau на протяжении нескольких лет занималась проблемами окружающей среды и управления водными ресурсами в Черноморском регионе, участвовала в международных и билатеральных программах научно-технического развития и передачи технологий таким странам и регионам, как Румыния, Болгария, Украина, Грузия, бассейн р. Дунай [1].

**Цель исследования.** является обоснование необходимости включения крымских курортов в европейское движение качества курортных городов «Голубой флаг Европы» для привлечения туристского потока в регион, а также – основания его стабильного экономического развития.

Основная задача глобального подхода к проблемам стабильного туризма в Крыму ориентирована на реально существующие возможности экономического развития региона путём нового подъёма туристской деятельности. Традиционной, нацеленной на клиентуру стран постсоветского про-

странства. И на выдвигание крымских курортов на международный туристский рынок, одним из условий которого является применение критериев качества западного туризма.

Включение крымских курортов в систему качества курортов «Голубой флаг Европы» – одна из возможностей гарантировать аутентичность (подлинность) глобального качественного подхода (общая экологическая обстановка, условия приёма и размещения, обслуживание), а также реально оценивать и измерять предпринятые в ответ на предъявляемые требования усилия.

Демарш «Голубой флаг Европы» представляет собой также другое преимущество – вовлечение местных участников туристской и экономической деятельности, органов власти и администраций, благоприятствующих механизмам стабильного развития, основанных на мобилизации собственных ресурсов – финансовых, экономических, интеллектуальных, (международный термин «Capacity BuLLding» – «наращивание потенциала») [1].

Этот качественный подход сможет содействовать модификации современного туристского продукта, направленного на «внешнее» потребление, которое должно необратимо привести к улучшениям условий жизни местного населения.

**Результаты исследования.** Популярность движения «Голубой флаг Европы» растёт с каждым годом, о чём свидетельствует ежегодный рост количества городов, представляющих свои кандидатуры на конкурс. Это связано не только с престижностью, но и с реальными результатами экономической деятельности, которые отмечают курорты-лауреаты. Доказано, что потеря «Голубого флага» влечёт за собой на треть снижение притока туристов. К примеру, курорт Ницца, потерявшая в 1995 году этот символ, до сих пор подсчитывает свои убытки. А Болгария, обратившаяся в 1994 году к немецким туроператорам, продвинуть её курорты на международный туристский рынок, получила отказ, так как ни один из представленных объектов не имел знака качества «Голубой флаг Европы» [2]. К чести правительства Болгарии, оно, несмотря на бедность, предусмотрело в бюджете государства финансирование на подготовку условий, что позволило 9 пляжам Варны получить голубые флажки и привлечь иностранных туристов. Сегодня Варна является востребованным курортом не только для российских и немецких туристов, но и других стран Европейского Союза и Англии.

Особую требовательность в этом вопросе выказывают туристы из североевропейских стран. Для них наличие знака качества «Голубой флаг Европы» символизирует гарантию отдыха в благоприятной экологической обстановке с высоким уровнем сервиса.

В связи с этим североевропейские туроператоры руководствуются «Голубым флагом» как одним из критериев при отборе туристских направлений. Следует отметить такой важный факт, что с момента присуждения «Голубого флага» курорты-лауреаты в течение года пользуются бесплатной

рекламой на уровне Европейского Сообщества (публикации в средствах европейской массовой информации, централизованное оповещение туроператоров), а также непрямой рекламой на уровне туроператоров, предоставляющих в распоряжение клиентов перечень курортов-лауреатов.

Критерии присуждения знака качества «Голубой флаг» одинаковы для всех европейских участников, которые объединены в три основные группы: экологическое образование, общее состояние экологической среды курортного города, управление водными ресурсами и водным хозяйством.

Голубой флаг может быть поднят только над теми пляжами (участками для купания), которые отвечают самым строгим нормативным величинам европейской Директивы, требующий проведение анализов воды с периодичностью 2 раза в месяц, причём первый отбор производится за 15 дней до начала купального сезона. Присуждение Голубого флага предусматривает 50% проб воды, соответствующей качеству класса А и полного отсутствия классов С и D [2].

Включение крымских курортов в европейское движение качества «Голубой флаг Европы» имеет глубокие корни. Так, в 1997 году по рекомендации Постоянного Секретариата Черноморского Экономического Сообщества (PERMIS BSEC) Крым был выбран зоной пилотного проекта «Стабильное туристское развитие прибрежной зоны посредством комплексного управления водными ресурсами». Подготовка предварительных условий для включения крымских курортов в европейское движение качества «Голубой флаг Европы». Было подписано трёхстороннее соглашение между Ассоциацией VERSeau, ЧЭС (PERMIS BSEC) и Крымской Компанией Развития и Поддержки Инвестиций (ККРПИ). По рекомендации ЧЭС были определены крымские партнёры: Министерство по курортам и туризму и ККРПИ [6]. Финансовую поддержку программе оказало Министерство Охраны Природы Франции, а техническую – Министерство обустройства территорий и окружающей среды Франции и Французское агентство FEEE ELTA (Европейский Фонд Экологического Воспитания) [1].

Усилиями Крымской Компании Развития и Поддержки Инвестиций в рамках реализации проекта по включению крымских курортов в европейское движение качества «Голубой флаг Европы» [5], была принята и утверждена Постановлением Совета министров Автономной Республики Крым от 14 апреля 1998 года, № 114 «Стратегия стабильного туристического развития Крыма, базирующегося на принципах европейских стандартах качества» [3]. А 26 сентября 2000 года, Постановлением Совета министров Автономной Республики Крым № 323, была утверждена программа «Подготовка условий для включения крымских курортов в европейское движение качества туристских городов «Голубой флаг Европы»» с выдачей конкретного технического задания Министерству курортов и туризма, Министерству промышленности и энергетики, Министерству здравоохранения, Министерству культуры совместно с Республиканскими комитетами по охране и использованию памятников истории и культуры, охране окружающей

среды и природных ресурсов, а также Республиканскому комитету по архитектуре и градостроительству, Республиканскому комитету по жилищно-коммунальному хозяйству, Исполкомам городских советов, Крымскому центру стандартизации, метрологии и сертификации, Республиканской санитарно-эпидемиологической службе [4].

По сути, программа являлась Стратегией развития курортов Крыма, в которой был чётко прописан План действий правительства, государственных, негосударственных, коммерческих предприятий и организаций, позволившей бы Крыму достойно интегрировать в международное туристское пространство. Однако, чиновники не смогли в силу своей компетенции, оценить по достоинству возможность программы и решить за европейские деньги национальные вопросы: улучшения окружающей среды городов – курортов Крыма, выполнения Комплексной программы социально-экономического развития Большой Ялты, как курорта общегосударственного значения, и Программы развития Всеукраинской детской здравницы – курорта Евпатория. А также привлечения национальных и иностранных источников финансирования для реализации региональных и отраслевых программ в приоритетные отрасли экономики [4].

В рамках Плана действий представители деловых кругов Франции, в частности «АМОН Туризм и Развитие» и «DBR Консультант», предложили инвестиционную программу для развития предприятий туризма и обслуживающих его компаний. Была предложена одна программа для фирм, нуждающихся в небольшом финансировании – от 100 до 150 тысяч Евро, а также другая, – на проведение технико-экономических обоснований, маркетинговых исследований, разработки прединвестиционных и инвестиционных программ. Была предложена система займов и кредитов, программа технической помощи. На базе децентрализованной промышленной кооперации планировалось установить контакты между крымскими и французскими предприятиями и фирмами для передачи технологий и прямого инвестирования.

В рамках задачи подготовки кадров предлагалась возможность организованного обмена студентами учебных заведений гостиничного хозяйства, которое должно было бы стать началом долгосрочного сотрудничества подготовки новых туристских кадров для Крыма.

Однако, не законченная в республике приватизация, стала препятствием со стороны представителей отечественного предпринимательства для привлечения инвестиций. А непонимание и неприятие принципов западного мышления привели к тому, что была упущена уникальная возможность продвижения Крыма на международный туристский рынок за счёт поддержки европейских программ развития в период либерализации. За 20 лет курорты Крыма при грамотной государственной политике могли бы стать конкурентоспособными на международном туристском рынке и прочно занять место среди востребованных европейских курортов, стать полноценным курортом европейского масштаба.

Единственная специальная инвестиция в 123 тысячи франков была потрачена на установку станции контроля воды в Симеизе, который был выбран в качестве претендента на присвоение знака качества «Голубой флаг Европы» [2].

После окончания трёхлетней программы «Стабильное туристское развитие Южного берега Крыма и сохранение прибрежной зоны посредством комплексного управления водными ресурсами» в рамках программы «Подготовка условий для включения крымских курортов в Европейское движение качества туристских городов «Голубой флаг Европы», профинансированной правительством Франции, интерес крымского правительства к проекту полностью иссяк. Оно не выступило с инициативой участия во втором этапе программы, который французское правительство было готово профинансировать [2]. Ежегодная смена состава крымского правительства и отсутствие преемственности в работе привели к тому, что так и не были поданы заявки на присуждение знака качества курортам Крыма в тот период.

**Выводы.** Однако, работа миссий французских специалистов совместно с Крымской Компанией Развития и Поддержки Инвестиций, принесла свои плоды.

Многие крымские объекты, руководствуясь выданными рекомендациями, доводились до соответствия критериям Европейской Директивы. К примеру, Массандровский пляж (г. Ялта) оборудован с учётом отдыха инвалидов, пляж гостиницы «Ялта» осуществил необходимое переоборудование на основе сохранения туристского капитала. В 2009 году они подали заявки для участия в конкурсе «Голубой флаг Европы», и спустя год, после наблюдения экспертами за качеством вод для купания, Массандровскому пляжу была присуждена эта высокая европейская награда. В 2016 году он снова стал лауреатом «Голубого флага Европы» [7].

Подавали на конкурс в это же время свои заявки пляжи Евпаторийского межрегионального центра трудовой, медико-социальной и профессиональной реабилитации инвалидов и оздоровительно-лечебного центра пансионата «Северный» (п. Заозерное). Однако, Европейское жюри нашло, что они не в полной мере соответствуют критериям присуждения знака качества.

В 2012 году пляж пансионата «Лучистый» (г. Евпатория) был удостоен престижной награды, а в 2013-м и 2014-м годах «Голубой флаг Европы» был присуждён пляжу отеля «Аквамарин» в г. Севастополе.

На сегодняшний день только 2 пляжа России смогли сохранить голубые флажки, — это «Массандровский» пляж в Ялте и пляж в поселке Янтарном Калининградской области.

Если бы правительство Крыма смогло в 1997-2000 гг. по достоинству оценить подарок французского правительства, сегодня бы крымские курорты были бы в списке самых востребованных курортов наравне с ведущими европейскими курортами. И не один бы пляж украшало голубое по-

лотнище с белым солнцем и голубыми волнами, а гораздо больше. К примеру, как в – Испании (579 пляжей), Греции (485 пляжей), Турции (454 пляжа), Франции (390), Италии (342), Португалии (320), Дании (225), Хорватии (99), Ирландии (81) и Англии (68). Сегодня на территории 3662 пляжей 43 стран гордо реет высшая награда высококачественного курортного туризма, привлекая большие финансовые потоки в развитие своих регионов [7].

В любом случае, Крыму придётся наверстывать упущенное и уже за свой счёт: обустраивать пляжи, создавать качественную туристскую инфраструктуру, очищать воды для питья и купания, готовить высококачественные туристские кадры, формировать понимание населением Крыма, что все жители являются работниками сферы туризма, и от их культуры поведения, профессионализма, гостеприимства зависит успех туризма в Республике.

Курорты Черноморского побережья представляют собой колоссальный экономический потенциал. А туристская деятельность приобретает новые формы развития по западному образцу. Европейцы чутко реагируют на качество состояния окружающей среды курортов.

Следует помнить, что наличие знака качества «Голубой флаг Европы» способствует привлечению инвестиций и предотвращению загрязнения прибрежных зон, что является залогом развития курортов и туризма в целом.

## **СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ**

1. Отчёт мисси Ассоциации VERSeau (23-27 ноября 1997 г.) 00-DI-08-UA «Подготовка условий для включения крымских курортов в Европейское движение качества туристских городов «Голубой флаг Европы».

2. Отчёт заключительных миссий Ассоциации VERSeau (декабрь 1999 г., февраль 2000 г.) 00-DI-08-UA «Подготовка условий для включения крымских курортов в Европейское движение качества туристских городов «Голубой флаг Европы». Установка станции контроля качества воды».

3. Постановление Совета министров Автономной Республики Крым от 14 апреля 1998 года, № 114 «Об участии крымских курортов в Европейском движении качества туристских городов «Голубой флаг Европы» «Стратегия стабильного туристического развития Крыма, базирующегося на принципах европейских стандартов качества».

4. Постановление Совета министров Автономной Республики Крым от 26 сентября 2000 года, № 323 «О реализации проекта в рамках программы «Голубой флаг Европы».

5. Распоряжение Совета министров Автономной Республики Крым от 17 февраля 1998 года, № 69-р «О подготовке курортов Южного берега Крыма к участию в Европейском движении качества курортных городов «Голубой флаг Европы».

6. Переписка Крымской Компании Развития и Поддержки Инвестиций с Советом министров АРК, Верховным Советом АРК, Ассоциацией VERSeau, ЧЭС (PERMIS BSEC).

7. На всю Россию всего два Голубых флага // Жизнь в путешествиях. — Режим доступа : <https://aquatek-filips.livejournal.com/1373718.html>. — Дата доступа 20 ноября 2017.

© Е.И. Соколова

## СЕКЦИЯ 8. ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ «ИННО-КРЫМ»

УДК 639.3

### ИССЛЕДОВАНИЕ ПЕРСПЕКТИВНЫХ ПРИБРЕЖНЫХ РАЙОНОВ ДЛЯ ВЫРАЩИВАНИЯ МОРСКОЙ АКВАКУЛЬТУРЫ У ПОБЕРЕЖЬЯ КЕРЧЕНСКОГО ПОЛУОСТРОВА

### INVESTIGATION OF PERSPECTIVE COASTAL AREAS FOR GROWING MARINE AQUACULTURE AT THE COAST OF THE KERCHEN PENINSULA

**Влащук В.Н.**, обучающийся,  
**Кибенко В.А.**, к.э.н, доцент,  
ФГБОУ ВО «Керченский государственный морской  
технологический университет», г. Керчь

**V.N. Vlashchuk**, student,  
**V.A. Kibenko**,  
Candidate of Economic Sciences, Associate Professor,  
Federal State Educational Institution of Higher Education  
«Kerch State Maritime Technological University», Kerch

#### Аннотация

В статье рассматриваются экономические аспекты привлекательности районов для выращивания морской аквакультуры на побережье Керченского полуострова с обобщённым изучением информации об Керченском полуострове. Конечным результатом будет являться определение наиболее благоприятных прибрежных районов для выращивания морской аквакультуры.

#### Annotation

The article considers the economic aspects of the attractiveness of the areas for the cultivation of marine aquaculture on the coast of the Kerch Peninsula with a generalized study of information on the Kerch Peninsula. The final result will be to determine the most favorable areas for the cultivation of marine aquaculture.

**Ключевые слова:** аквакультура, Черное море, Керченский полуостров, экономика, выращивание рыбы, экономические аспекты.

**Keywords:** aquaculture, the Black Sea, the Kerch Peninsula, the economy, the cultivation of fish, economic aspects.

**Введение.** Выращивание рыбы перспективное направление в развитие не только Керченского полуострова, но и всей России в целом. Развитие аквакультуры позволяет создать: конкурентоспособную продукцию и предприятия в рыбной отрасли, новые рабочие места, натуральную продукцию, повысить инвестиционную привлекательность прибрежных районов, не используемых в туристической сфере и транспортной.

**Цель исследования.** Исследование основных факторов, влияющих на инвестиционную привлекательность района, с целью привлечения инвестиций в создание хозяйствующих субъектов с ключевой спецификой выращивание рыбы. Нахождение наиболее социально-экономически и экологически целесообразного места для выращивания аквакультуры у побережья Керченского полуострова.

**Результаты исследования.** Основные экономические аспекты привлекательности районов выращивания морской аквакультуры Керченского полуострова обобщаются следующими аспектами: трудовыми, потребительскими, инфраструктурными, территориальными (показатель характеризует информацию о наиболее рациональных расположениях исходя природных, экологических, климатических условий и т.д.), инвестиционными, политическими.

Трудовые ресурсы один из ключевых экономических аспектов, характеризующих количество и качество экономически активного населения, которые могут быть потенциально заинтересованы в трудоустройстве. Ключевыми значениями выступают: средней возраст населения, плотность населения, качественная и количественная характеристика образовательных заведений на исследуемой территории. Рассматривая Керченский полуостров, можно обнаружить что основная часть населения расположена в городе Керчь на востоке Керченского полуострова, а остальная часть в виде сел, поселков и поселков городского типа расположились на северной части Керченского полуострова. Западная и южная часть Керченского полуострова состоит из населенных пунктов сельского типа.

Потребительский показатель тоже находится в тесной зависимости от населения, но в отличие от трудовых ресурсов это более гибкий показатель. При условии определенного производства продукция может быть наделена более длительным сроком сохранности, что позволит увеличить дальность транспортировки. Затем следует не забывать о предпочтениях различных потребительских слоев от: вкусовых предпочтений, ценовых условий, осведомленности о товаре (реклама).

Инфраструктура на данном этапе находится в состоянии бурного развития, получает существенное улучшение. Постройка моста через Керченский пролив, трасса «Таврида» создают условия для более быстрой и комфортной доставки товаров. Электрическая независимость и полная обеспеченность, также является значимым показателем. В некоторых районах присутствуют определенные сооружения, в особенности на прибрежной территории к Керченскому проливу как для биомелиорации Керченской бухты, так и осуществления морского судоходства, влияние которых на выращивание морской аквакультуры нуждается в дальнейшем изучении [1].

В зависимости от вида и подвида рыбы, исследуемого для выращивания морской аквакультуры появляется необходимость в нахождении наиболее лучшего природного условия для осуществления данной деятельности. Следовательно, необходимо проанализировать температуру воды т.к. чем

выше температура воды, тем более быстро осуществляется набор веса, а значит более продуктивно выращивание рыбы. В северо-восточной части Керченского полуострова для температуры воды характерны следующие значения в феврале и мае (см. рис. 1 и 2).



Рис. 1. Температура воды на поверхности Азовского моря в феврале

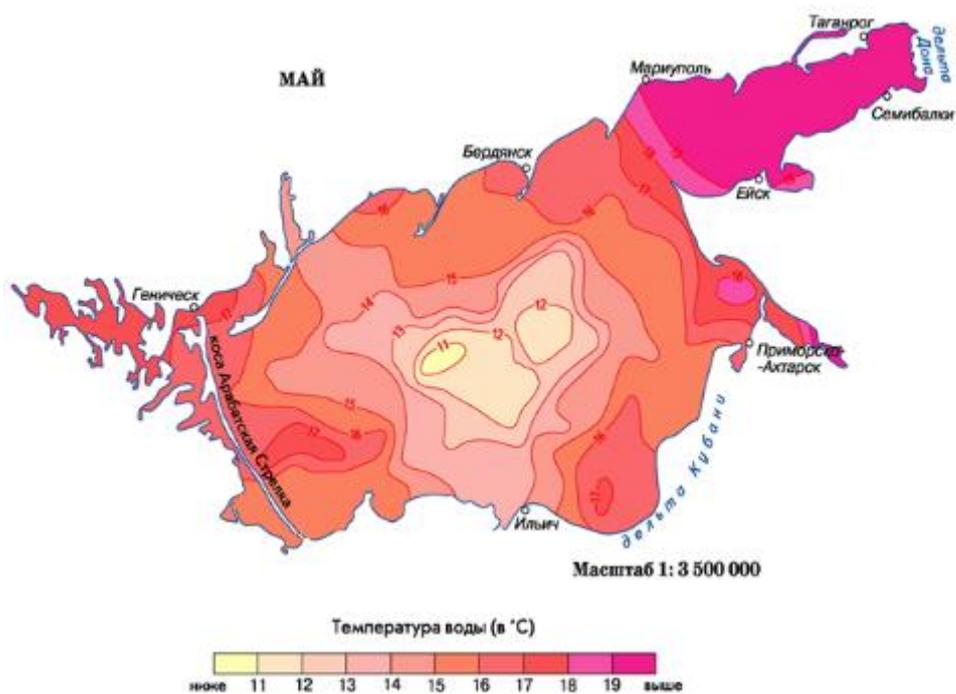


Рис. 2. Температура воды на поверхности Азовского моря в мае [3]

На рис. 1 и 2 с масштабом 1:3500000 наглядно продемонстрировано, что температура поверхности воды в Азовском море у Керченского полуострова показывает примерно средние показатели температуры поверхности воды. Затем, не стоит забывать, что Азовское море в сравнении с Чёрным морем менее глубокое, а значит более сильно подвержено охлаждению и нагреву в целом.

Южная и восточная часть Керченского полуострова омывается Чёрным морем. Температурные значения вод Чёрного моря в феврале и мае отобразим на рис. 3.

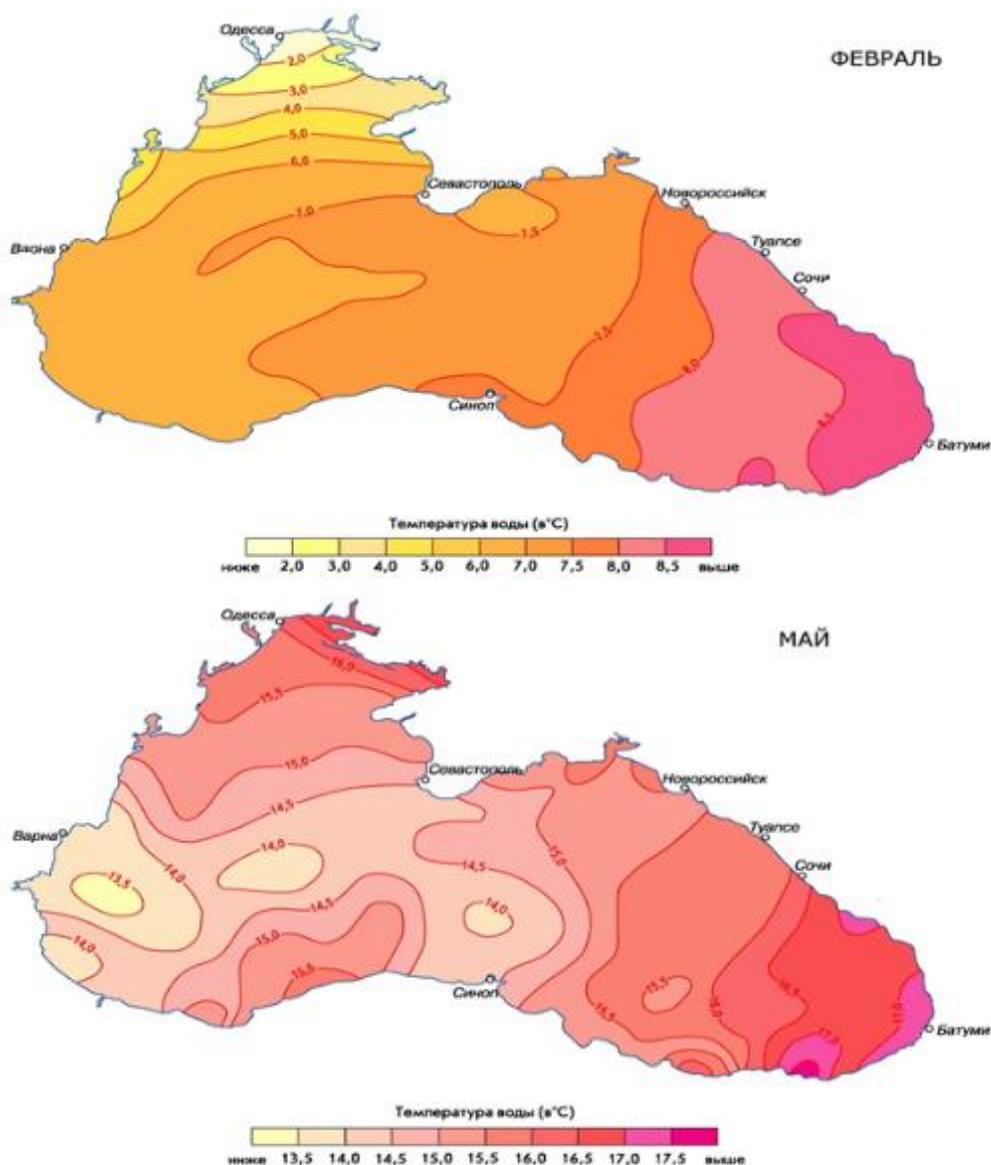


Рис. 3. Температура воды на поверхности Чёрного моря [2]

Наглядное сравнение показателей температуры показывает схожие значения. Проанализировав глубину морей, мы констатируем, что Азовское

море менее глубокое что позволяет упростить процесс дальнейшей ловли, но ограничивает разновидность рыбы.

Инвестиционные аспекты характеризуют в основном сроки окупаемости и доступность денежных средств, с целью привлечения в данную сферу.

Политический аспект характеризует политические направления органов на различных уровнях, представляющих институциональный характер.

**Выводы.** Сгруппировав и проанализировав информацию, по Керченскому полуострову получим ряд выводов, которые наглядно показаны на рис. 4. Красные стрелки свидетельствуют о нежелательном использовании районов с целью выращивания аквакультуры, синяя стрелка показывает на невозможность использования данного района из-за наличия Опуцкого природного заповедника, жёлтые стрелки показывают наиболее благоприятные районы.



Рис. 4. Анализ районов Керченского полуострова

## СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Серёгин С. С. Интерактивная карта локационных возможностей марикультуры Крыма (ИКЛВК) как инструмент эффективного взаимодействия вуза и организации / С. С. Серёгин, В. А. Кибенко, А. Г. Нинидзе // V Международный Балтийский морской форум: тезисы докладов (Калининград, 21-27 мая 2017 г.). — Калининград, 2017. — С. 225–227.

2. Черное море, инфографика, карты [Электронный ресурс]. — Режим доступа : <http://aquacultura.org/aquacultura/morya/chernoe-more/>. — Дата доступа : 21 октября 2017.

3. Азовское море, инфографика, карты [Электронный ресурс]. — Режим доступа : <http://aquacultura.org/aquacultura/morya/azovskoe-more/>. — Дата доступа : 22 октября 2017.

© В.Н. Влащук, В.А. Кибенко

УДК 336.2

## СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКИЙ РЕЗУЛЬТАТ ОПРЕДЕЛЕНИЯ СТАВКИ АКЦИЗА

## SOCIAL AND ECONOMIC RESULT OF DEFINITION OF THE RATE OF THE EXCISE

**Сапрыкина В.В.**, обучающаяся группы БУ-3,  
**Кибенко В.А.**, к.э.н, доцент,  
ФГБОУ ВО «Керченский государственный морской  
технологический университет», г. Керчь

**V.V. Saprykina**, student, gr. BU-3  
**V.A. Kibenko**,  
Candidate of Economic Sciences, Associate Professor,  
Federal State Educational Institution of Higher Education  
«Kerch State Maritime Technological University», Kerch

### Аннотация

Актуальность исследуемой проблемы, заключается в формировании понимания о влиянии величины ставки налога на акциз, на социально-экономическое состояние населения в России в целом и в Республике Крым в частности. Исследование данной тематики позволяет сформировать понимание о данном налоге, а также выявить влияние данного налога на социально-экономическое состояние населения.

### Annotation

The relevance of the studied problem, consists in formation of understanding about influence of size of a rate of a tax on an excise, on a social and economic condition of the population in Russia in general and in the Republic of Crimea in particular. The research of this subject allows to create understanding about this tax and also to reveal influence of this tax on a social and economic condition of the population.

**Ключевые слова:** налог, налогообложение, косвенный налог, акциз.

**Keywords:** tax, taxation, indirect tax, excise.

**Введение.** С давних времен налоги являются источником пополнения государственной казны. Для того, чтобы эти поступления были эффективными необходимо, чтобы добрая воля граждан играла незначительную роль и внесение платежа осуществлялось автоматически.

**Цель исследования.** Формирования не только знания, но и понимания о налоге акциз, его влияние на социально-экономическое состояние населения, исторические предпосылки и история развития.

**Результаты исследования.** Акциз — это косвенный налог, который уплачивают организации, индивидуальные предприниматели, а также лица, признаваемые налогоплательщиками в связи с перемещением товаров через таможенную границу Евразийского экономического союза [2].

Акцизы — наиболее древняя форма налогообложения. Еще в Римской Империи данный вид налога использовался как основной источник пополнения государственной казны. В Российской Империи он составлял около половины доходов от всего объема собираемых косвенных налогов [3].

Исторически доказано, что акциз, бесспорно, является наиболее надежным источником доходов бюджета.

За всю историю своего существования акцизный сбор не раз подвергался изменениям: менялись ставки и группы налогооблагаемых товаров. В России акцизным сбором облагались в основном дефицитные товары, такие как сахар, соль, алкоголь, табак и нефтепродукты. И именно за счет своей высокой ликвидности они обеспечивали внушительные показатели величины доходов бюджета. В конце 19 века список подакцизных товаров дополнили и другие. Однако вскоре такой вид налога как акциз был отменен вследствие великой октябрьской революции. В 1921 году он вернулся и в 1922 году расширил свой список подакцизных товаров. Использование акциза продолжалось в течение 10 лет, затем в период экономической реформы 1930-32 гг. он был вновь отменен. Его возвращению послужил переход России к рыночной экономике и создание Налогового Кодекса Российской Федерации [1].

В настоящее время акцизный сбор является не только элементом пополнения бюджета, а и способом влияния на объем потребляемых товаров. Такие подакцизные товары, как алкогольная и табачная продукция оказывают прямое негативное влияние на здоровье населения, а такие товары, как автомобильный бензин, дизельное топливо, легковые автомобили и мотоциклы опосредованное, следовательно, увеличивается количество заболеваний и снижается средняя продолжительность жизни, что непосредственно оказывает влияние на экономику страны в целом. Соответственно государство проводит политику, направленную на повышение ставки акциза, что приведет к удорожанию подакцизных товаров, а, следовательно, снижению уровня их потребления. Однако повышение ставки акциза, как и любого другого налога, может привести к тому, что денежные поступления в бюджет страны могут значительно сократиться. Это было показано американским экономистом Артуром Лаффером (рис. 1).



Рис. 1. Кривая Лаффера

Еще одним негативным последствием подобной налоговой политики государства может выступить то, что многие товаропроизводители в части подакцизных товаров могут уйти в тень. Что также окажет отрицательное воздействие на экономику страны. А все факторы в совокупности – губительное.

**Выводы.** Следовательно, при определении ставок акциза следует детально изучить возможности потребителей, чтобы получить положительный социально-экономический результат. А именно определить оптимальную налоговую ставку, при которой снизится потребление товаров, негативно влияющих на здоровье населения и экологическую обстановку, и поступления в бюджет будут максимальны.

## СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. «Налоговый кодекс Российской Федерации (часть вторая)» от 05.08.2000 N 117-ФЗ (ред. от 30.10.2017). — Режим доступа : [http://www.consultant.ru/document/cons\\_doc\\_LAW\\_28165/](http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_28165/). — Дата доступа : 20 ноября 2017.

2. Александров И. М. Налоги и налогообложение: учебник / И. М. Александров. — 10-е изд., перераб. и доп. — М. : Дашков и К, 2010. — 227 с.

3. Вотчель Л. М. Налоги и налогообложение: учеб. пособие / Л. М. Вотчель. — М. : Флинта : МПСИ, 2008. — 136 с.

© В.В. Сапрыкина, В.А. Кибенко

**КРУГЛЫЙ СТОЛ «КОНЦЕПЦИЯ КОРПОРАТИВНОЙ  
КУЛЬТУРЫ «КРЫМСКОГО ФЕДЕРАЛЬНОГО УНИВЕРСИТЕТА  
ИМЕНИ В.И. ВЕРНАДСКОГО»: ТЕОРИЯ И ПРАКТИКА»**

**УДК 313.42**

**МЕРОПРИЯТИЯ КОРПОРАТИВНОЙ КУЛЬТУРЫ  
ПО ПРИОРИТЕТНЫМ НАПРАВЛЕНИЯМ ПРОГРАММЫ  
РАЗВИТИЯ КФУ ИМ. В.И. ВЕРНАДСКОГО**

**EVENTS CORPORATE CULTURE  
V.I. VERNADSKY CRIMEAN FEDERAL UNIVERSITY  
ON THE PRIORITY DIRECTIONS OF DEVELOPMENT PROGRAMS**

**Пушкарёва Е.В.**, старший преподаватель,  
ФГАОУ ВО «КФУ им. В.И. Вернадского»,  
Институт экономики и управления, г. Симферополь

**E.V. Pushkaryova**, lector,  
V.I. Vernadsky Crimean Federal University,  
Institute of Economics and Management, Simferopol

**Аннотация**

Определены три уровня корпоративной культуры (уровень внешней атрибутики, уровень базовых элементов и уровень внутренней интеграции). Установлено, что каждый уровень корпоративной культуры имеет свой набор мероприятий, который позволяет получить определенные преимущества во внешней среде, расширить вертикальное и горизонтальное взаимодействие и развить базовые элементы корпоративной культуры.

**Annotation**

Three levels of corporate culture are defined (level of external attributes, level of basic elements and level of internal integration). It is established that each level of corporate culture has its own set of activities that allows to gain certain advantages in the external environment, expand vertical and horizontal interaction and develop basic elements of corporate culture.

**Ключевые слова:** мероприятия, корпоративная культура, преимущества, внешняя среда, внутренняя интеграция.

**Keywords:** activities, corporate culture, advantages, external environment, internal integration.

**Введение.** Проблемы воспитания молодого поколения, которые сейчас стоят перед обществом, рано или поздно проникают в образовательные учреждения и вовлекают в эту полемику научно-педагогических работников. Различия во взглядах и гражданской позиции всегда проявляются в дискуссиях и в противостояниях, которые создают благоприятные условия для противоречий между устоявшимися субкультурами образовательного учреждения. Поэтому, руководству образовательного учреждения необходимо

таким образом сформировать комплекс мероприятий корпоративной культуры, чтобы он стал консолидирующим началом и способствовал формированию благоприятного климата в коллективе.

**Целью исследования** является определение уровней корпоративной культуры образовательного учреждения и соответствующих им мероприятий, которые позволят получить определенные преимущества во внешней и внутренней среде.

**Результаты исследования.** Процедура формирования концепции корпоративной культуры ФГАОУ ВО «КФУ им. В.И. Вернадского» (далее – Университет, КФУ) предусматривает комплекс мероприятий по реализации концепции корпоративной культуры.

По содержанию комплекс мероприятий по реализации концепции корпоративной культуры можно разделить на три составляющих, а именно, мероприятия, представляющие КФУ во внешней среде — уровень внешних атрибутов; мероприятия, соответствующие уровню внутренней интеграции и мероприятия, соответствующие уровню базовых элементов корпоративной культуры.

К мероприятиям, представляющим КФУ во внешней среде относятся:

1. Мониторинг конкурентоспособности выпускников университета;
2. Реализация специальных проектов «Университет – Работодатель», «Университет – Школа», «Университет – Университет»;
3. Учреждение «Ассоциации выпускников КФУ им. В.И. Вернадского».

Перечисленные выше мероприятия дают возможность получить следующие преимущества:

- повысить конкурентоспособность выпускников Университета при трудоустройстве;
- сформировать новое поколение специалистов, востребованных работодателями;
- расширить масштабы взаимодействия Университета со школами, выявить предпочтения выпускников школ, повысить спрос на имеющиеся направления подготовки в Университете;
- реализовать программы академической мобильности научно-педагогических работников и молодых ученых;
- обеспечить тесные связи с выпускниками Университета разных лет.

К мероприятиям, соответствующим уровню внутренней интеграции Университета можно отнести:

1. Разработку внутреннего стандарта и внутриуниверситетской системы управления качеством подготовки специалистов;
2. Воспитание обучающихся в традициях корпоративной культуры Университета;
4. Совершенствование система корпоративных коммуникаций;
5. Издательскую деятельность.

Данные мероприятия позволят расширить вертикальное и горизонтальное взаимодействие внутри Университета, а именно:

- разработать собственный образовательный стандарт;
- воспитать молодежь в духе корпоративной культуры Университета и стимулировать интерес обучающихся к научной работе;
- спроектировать систему корпоративных коммуникаций с учетом особенностей Университета.
- повысить академическую репутацию, которая характеризуется публикационной активностью.

К мероприятиям, соответствующим уровню базовых элементов корпоративной культуры Университета относятся:

1. Разработка Кодекса Корпоративной культуры университета;
2. Разработка «Положения о мониторинге и оценке кадрового резерва Университета»;
3. Разработка «Публичного рейтинга преподавателей»;
4. Разработка балльно-рейтинговой системы оценки знаний обучающихся;
5. Формирование фирменного стиля КФУ.

Эти мероприятия позволят на уровне Университета:

- разработать нормативно правовое обеспечение деятельности КФУ и общественных организаций в рамках корпоративной культуры;
- сформировать систему необходимых условий и стимулов, направленных на повышение квалификации и формирование кадрового резерва руководящего состава Университета;
- разработать систему публичных рейтингов преподавателей;
- расширить перечень научно-практических мероприятий и повысить их статус;
- популяризировать фирменную атрибутику Университета.

**Выводы.** Таким образом выявлены три уровня корпоративной культуры: уровень внешней атрибутики, уровень базовых элементов и уровень внутренней интеграции. Установлено, что каждый уровень корпоративной культуры имеет свой перечень мероприятий, который позволяет получить определенные преимущества во внешней среде, расширить вертикальное и горизонтальное взаимодействие и развить базовые элементы корпоративной культуры. Поэтому, предложенный перечень мероприятий корпоративной культуры способствует формированию благоприятного климата в коллективе.

## СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Ячменева В. М. Роль средств массовой информации и коммуникации в формировании имиджа ФГАОУ ВО "КФУ им. В.И. Вернадского" / В. М. Ячменева, Н. В. Царенко // Экономические и гуманитарные науки. — 2017. — № 7 (306). — С. 16–25. (Статья по проекту Программы развития ФГАОУ ВО «КФУ

им. В.И. Вернадского» – «Разработка концепции корпоративной культуры Крымского федерального университета имени В.И. Вернадского»).

2. Ячменева В. М. Конкурентоспособность образовательного учреждения: достоинства и недостатки / В. М. Ячменева // Глобальная экономика в XXI веке: диалектика конфронтации и солидарности. Сборник научных трудов / Под ред. д-ра. экон. наук., профессора Сорокина Д.Е., д-ра. экон. наук., доцента Альпидовской М.Л. — Краснодар : НИИ экономики ЮФО, 2017. — С. 419–421. (Статья по проекту Программы развития ФГАОУ ВО «КФУ им. В.И. Вернадского» – «Разработка концепции корпоративной культуры Крымского федерального университета имени В.И. Вернадского»).

3. Ячменева В. М. Корпоративная культура университета: особенности, понятия, сущность / В. М. Ячменева, Е. В. Пушкарева // Глобальная экономика в XXI веке: диалектика конфронтации и солидарности. Сборник научных трудов / Под ред. д-ра. экон. наук., профессора Сорокина Д.Е., д-ра. экон. наук., доцента Альпидовской М.Л. — Краснодар : НИИ экономики ЮФО, 2017. — С. 421–424 (Статья по проекту Программы развития ФГАОУ ВО «КФУ им. В.И. Вернадского» – «Разработка концепции корпоративной культуры Крымского федерального университета имени В.И. Вернадского»).

© Е.В. Пушкарева

УДК 336.719

## **РЕПУТАЦИОННАЯ ОТВЕТСТВЕННОСТЬ И РЕПУТАЦИОННЫЕ РИСКИ ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫХ УЧРЕЖДЕНИЙ НА ПРИМЕРЕ ФГАОУ ВО «КФУ ИМ. В.И. ВЕРНАДСКОГО»**

### **REPUTATIONAL RESPONSIBILITY AND REPUTATIONAL RISKS OF EDUCATIONAL INSTITUTIONS ON THE EXAMPLE OF V.I. VERNADSKY CRIMEAN FEDERAL UNIVERSITY**

**Ратыч О.Б.**, обучающаяся группы МГ-241-о,  
**Ячменева В.М.**, д.э.н, профессор,  
ФГАОУ ВО «КФУ им. В.И. Вернадского»,  
Институт экономики и управления, г. Симферополь

**O.B. Ratich**, student, gr. MG-241-o,  
**V.M. Yachmeneva**,  
Doctor of Economics Sciences, Professor,  
V.I. Vernadsky Crimean Federal University,  
Institute of Economics and Management, Simferopol

#### **Аннотация**

В последнее время в условиях реформ и новаций в сфере высшего образования России остро обозначается проблема имиджа и репутации вуза. Важное значение в развитии вузов приобретает репутационный фактор и связанный с ним репутационный риск. В данном исследовании, при помощи репутационных характеристик, был проведен анализ репутационной ответственности ФГАОУ ВО «Крымский федеральный университет им. В.И. Вернадского».

### Annotation

Recently, in the context of reforms and innovations in the sphere of higher education in Russia, the problem of the image and reputation of the university is sharply marked. Important importance in the development of universities acquires a reputational factor and associated reputational risk. In this study, with the help of reputational characteristics, an analysis was made of the responsibility of the V.I. Vernadsky Crimean Federal University.

**Ключевые слова:** репутация, имидж, репутационные характеристики, репутационная ответственность вуза, репутационные риски.

**Keywords:** reputation, image, reputation characteristics, reputational responsibility of the university, reputational risks.

**Введение.** Репутация как совокупность представлений общественного мнения внешней среды об университете отражает практически все стороны его деятельности и зависит от множества внешних и внутренних факторов. Высшее вузовское руководство, проводя последовательную политику развития вузовской среды, должно ориентироваться на прогнозирование возможностей управления в рискованных ситуациях [1].

**Цель исследования.** Необходимо изучить репутационные характеристики и риски ФГАОУ ВО «КФУ им. В.И. Вернадского» (далее – Университет, КФУ), провести анализ тематического социологического опроса о приоритетах внешней и внутренней среды в выборе ВУЗа, а также сделать выводы относительно репутационной ответственности Университета.

**Результаты исследования.** Выявлено, что за небольшой период своего существования Университету в целом удалось сформировать положительную репутацию. Однако, отмечая значимость этого фактора для образовательного учреждения, его руководство должно постоянно просчитывать возможность возникновения репутационных рисков, и направлять свои силы на укрепление и поддержание репутационной ответственности вуза.

Под репутационной ответственностью образовательного учреждения понимается его ответственность перед целевыми аудиториями «потребителей» за результаты своей деятельности в процессе функционирования и развития [2]. Потребителями в данном случае можно назвать: выпускников школ, как потенциальных студентов; их родителей, как потенциальных покупателей образовательных услуг; представителей бизнеса, как будущих работодателей выпускников Университета. Что касается внутренней среды, то к потребителям репутационной ответственности ВУЗа можно отнести самих студентов, их родителей, а также научно-педагогических работников (НПР) и руководство.

В 2017 году Университет уже второй раз принял участие в Национальном рейтинге университетов, и со 123 места (по результатам 2016 года) он поднялся на 92-93 место. Среди федеральных университетов КФУ занимает

10 место. Это говорит о том, что репутационные риски КФУ хоть и снижаются на фоне ВУЗов России, но среди федеральных университетов риски велики, и необходимо приложить ряд усилий, чтобы их снизить.

Руководству Университета необходимо ориентироваться на то, что ключевые факторы, влияющие на положительную репутацию образовательного учреждения, заключены внутри него самого. Они в его стратегии, официальной политике и в том, какое представление имеет этот Университет о своем месте в обществе [3, 4].

Для того чтобы оценить репутационные риски Университета на уровне региона, можно проанализировать результаты тематического социологического опроса респондентов внешней среды, проведенного в рамках проекта Университета «Разработка концепции корпоративной культуры КФУ им. В.И. Вернадского» [4]. По репутационным характеристикам ВУЗа были выявлены приоритеты выпускников школ 2017 года при выборе образовательного учреждения высшего образования (рис. 1).

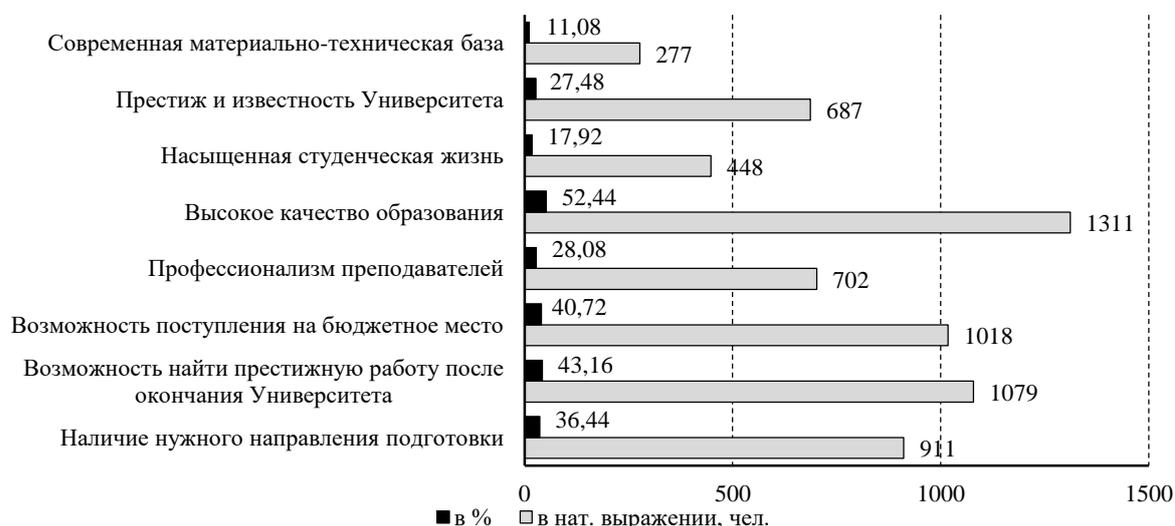


Рис. 1. Причины выбора Университета выпускниками школ

Определяющим фактором при поступлении в Университет стало «высокое качество образования», его отметили 1311 учащихся из 2500 опрошенных, что составило 52,4%. «Возможность найти престижную работу с дипломом КФУ» выбрали 43,2% опрошенных. На такой результат, в первую очередь повлиял пример, где у 53,6% опрошенных выпускников родители или учителя обучались в Университете или его филиалах [4]. Это и есть репутационная характеристика и ответственность Университета.

Помимо выпускников школ, были опрошены их родители (рис. 2).

В первую очередь, родители решают статусные задачи и 91% опрошенных родителей хотят, чтобы их дети имели высокооплачиваемую работу, наименьший процент родителей (7%) – считают обучение в Университете четырьмя годами вольготной жизни или временем взросления для их детей.

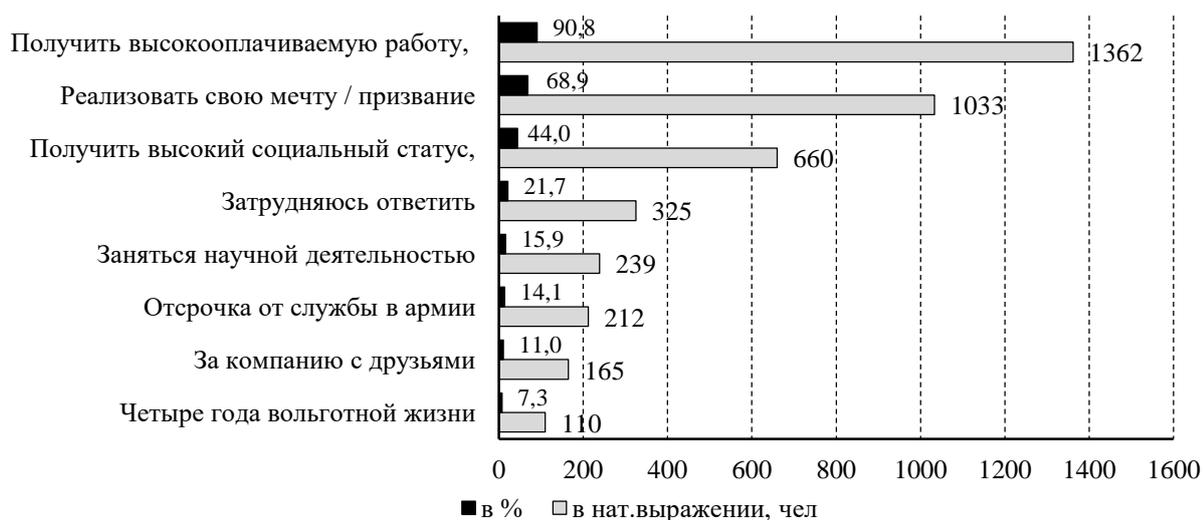


Рис. 2. Субъективные приоритеты выбора Университета с точки зрения родителей выпускников школ

Из 1500 респондентов «родителей выпускников школ» 74% опрошенных считают КФУ известным Крымским университетом, 60% – одним из лучших Университетов и 53% – уверены в том, что его выпускники востребованы на рынке труда [4]. Такие результаты являются ярким подтверждением того, что репутация Университета среди родителей выпускников устойчивая и доверие к нему выше среднего.

С точки зрения бизнес-среды также была проведена оценка репутации КФУ. Из 1000 респондентов «работодателей» было опрошено 400 руководителей служащих гос. учреждений и 600 представителей бизнеса (рис. 3).

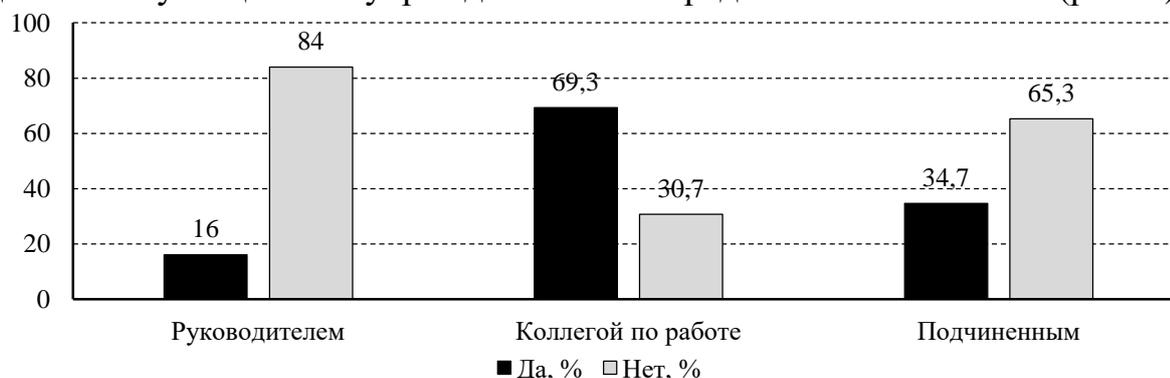


Рис. 3 Удельный вес выпускников КФУ среди сотрудников предприятий по категориям

Среди опрошенных респондентов установлено, что 16% сотрудников учреждений, которые занимают руководящие должности, являются выпускниками КФУ, 69,3% – коллегами по работе. Это говорит о том, что практически 90% сотрудников в бизнесе и государственных учреждениях являются выпускниками КФУ или его структурных подразделений [4].

Что касается опроса внутренней среды Университета на слайде представлены результаты опроса обучающихся КФУ (рис. 4).

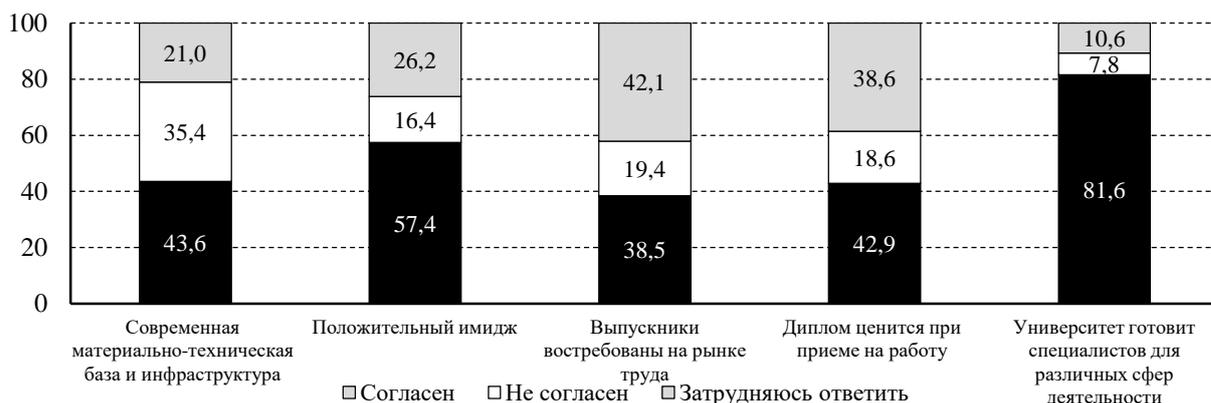


Рис. 4. Репутационные характеристики КФУ с точки зрения обучающихся

Около 60% обучающихся подтвердили, что Университет обладает положительным имиджем, 40% уверены в том, что выпускники Университета востребованы на рынке труда, эти данные совпадают с результатами опроса работодателей. В том, что диплом Университета ценится при приеме на работу убеждены 42% обучающихся, а в том, что Университет готовит специалистов для различных сфер деятельности, не сомневаются 82% обучающихся [4].

Как чувствует себя обучающийся в обществе, является тоже показателем репутационной характеристики ВУЗа. Чувство гордости за то, что являются студентами Университета, испытывают 56% опрошенных и 21% проявили полное безразличие к тому, что являются студентами.

**Выводы.** Таким образом, очевидно, что за небольшой период своего существования Университету в целом удалось сформировать положительную репутацию, включающую представления о его позитивном имидже, авторитете НПР и руководства, о его корпоративной культуре.

Для того чтобы выйти на среднероссийский уровень федеральных университетов, руководству необходимо реализовать первоочередные задачи по проведению ряда мероприятий, которые позволили бы как внутренней, так и внешней среде ВУЗа больше узнать о нём, стать участником его мероприятий и ближе познакомиться с корпоративной культурой самого Университета.

## СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Шовгенья, С. А. Репутационный риск вуза / С. А. Шовгенья ; НИУ БелГУ // II Сборник трудов молодых ученых и специалистов Белгородской области / Упр. проф. образования и науки Белгор. обл. — Белгород, 2013. — Т. 1. — С. 298–300. — <http://dspace.bsu.edu.ru/handle/123456789/7546>.

2. Резник С. Д. Репутационная ответственность высшего учебного заведения: Монография / С. Д. Резник, Т. А. Юдина. — Пенза : ПГУАС, 2015. — 172 с.

3. Ячменева В. М. Роль средств массовой информации и коммуникации в формировании имиджа ФГАОУ ВО "КФУ им. В.И. Вернадского" / В. М. Ячменева, Н. В. Царенко // Экономические и гуманитарные науки. — 2017. — № 7 (306). — С. 16–25. (Статья по проекту Программы развития ФГАОУ ВО «КФУ им. В.И. Вернадского» – «Разработка концепции корпоративной культуры Крымского федерального университета имени В.И. Вернадского»).

4. Отчет о результатах мониторинга внешней среды КФУ им. В.И. Вернадского. — Симферополь, 2017. — 42 с. ; Тематическое социологическое исследование «Репутационные риски университета» проведенного по проекту Программы развития ФГАОУ ВО «КФУ им. В.И. Вернадского» – «Разработка концепции корпоративной культуры Крымского федерального университета имени В.И. Вернадского» в 2017 году (рук. – д.э.н., проф. Ячменева В.М.) среди респондентов методом анкетного опроса (N=1000).

© О.Б. Ратыч, В.М. Ячменева

УДК 005.35:338.4:005.334

## ОЖИДАЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ И РИСКИ ОТ РЕАЛИЗАЦИИ КОНЦЕПЦИИ КОРПОРАТИВНОЙ КУЛЬТУРЫ УНИВЕРСИТЕТА

### THE RESULTS EXPECTED AND RISKS OF REALIZATION THE UNIVERSITY CORPORATE CULTURE CONCEPT

**Тарасюк В.Д.**, ассистент,  
ФГАОУ ВО «КФУ им. В.И. Вернадского»,  
Институт экономики и управления, г. Симферополь

**V.D. Tarasyuk**, Assistant Professor,  
V.I. Vernadsky Crimean Federal University,  
Institute of Economics and Management, Simferopol

#### Аннотация

Целью исследования является определение результатов и выявление рисков от реализации концепции корпоративной культуры Университета. При проведении данного исследования использовался метод компаративного анализа, который позволил определить ожидаемые результаты и риски от реализации концепции корпоративной культуры Университета. На основании проведенного исследования предложены мероприятия по снижению вероятности наступления рисков при реализации концепции корпоративной культуры Университета.

#### Annotation

This study aims to determine the results and identify risks from the implementation of the concept of corporate culture of the University. The method of comparative analysis, which allowed us to determine the expected results and risks from implementing the concept of corporate culture of the University has been used. Based on the conducted research, measures were proposed to reduce the likelihood of risks occurring when implementing the concept of corporate culture of the University.

**Ключевые слова:** концепция, корпоративная культура, образовательные учреждения, университет.

**Keywords:** concept, corporate culture, educational institution, university.

**Введение.** Университет является особой корпорацией, корпоративная культура которого создает уникальную атмосферу, способствующую, с одной стороны, реализации творческого потенциала, как работников, так и обучающихся Университета, а с другой воспитанию компетентных специалистов и интеллигенции для общества. Поэтому создание концепции корпоративной культуры Университета, как единой системы взглядов на данное социально-экономическое явление, является актуальным. Следует также отметить, что результаты внедрения концепции корпоративной культуры Университета, а также риски от ее реализации недостаточно освещены в научной литературе и требуют более детального изучения.

**Цель исследования** является определение результатов и выявление рисков от реализации концепции корпоративной культуры Университета.

**Результаты исследования.** Исследованию проблем формирования корпоративной культуры в образовательных учреждениях посвящены работы таких ученых как О.Б. Акимова и А.С. Франц [1], А. Беляева [2], В.М. Ячменевой [3, 4], Н.В. Царенко [4], Е.Ф. Ячменев [5, 6]. Ожидаемый результат от реализации концепции корпоративной культуры можно представить в виде экономического и социального результатов.

Экономический результат от внедрения концепции корпоративной культуры отражает положительную динамику в изменении целевых показателей Университета, а также его структурных подразделений и филиалов, а именно: способствует увеличению объемов деятельности, приносящей доход; стимулирует публикационную активность научно-педагогических работников; повышает качество жизни; обеспечивает заинтересованность участия в проектах программы развития Университета.

Корпоративная культура в целом опосредованно влияет на формирование экономических показателей посредством повышения академической репутации, повышения репутации у работодателей, повышения уровня Web-влияния Университета, повышения репутационной ответственности и снижения репутационных рисков.

Социальный результат от внедрения концепции корпоративной культуры отражает благоприятный климат в коллективе, социальную адаптацию работников, а также лояльность участников образовательного процесса к социальной политике Университета, системе управления и мотивации, приверженность работников к ценностям корпоративной культуры КФУ.

Идентификация уровня ожидаемого результата требует наличия ключевых показателей и их пороговых значений, в сравнении с которыми можно установить фактический уровень эффективности корпоративной

культуры Университета. Требования к уровню пороговых значения показателей ожидаемого результата состоят в их достижимости, адекватности, своевременности и релевантности.

Использование инструментов корпоративной культуры в деятельности КФУ позволит:

- обеспечить необходимый уровень надежности и устойчивости процессов в научно-исследовательской и образовательной деятельности Университета;

- обеспечить для обучающихся и научно-педагогических работников на разных этапах прохождения с минимальными психологическими нагрузками социальную и профессиональную адаптацию в Университете;

- повысить уровень доверия структурных подразделений и филиалов друг к другу, гибко реагировать на требования рынка, адаптироваться к изменяющейся внешней среде. Доверие способствует формированию эффективных команд для реализации отдельных проектов, состоящих из работников различных подразделений;

- повысить лояльность работников к КФУ, согласных соблюдать установленные правила поведения в образовательном учреждении, разделять ценности, нормы поведения академического сообщества.

Основными рисками реализации концепции корпоративной культуры Университета являются:

- сложная геополитическая ситуация, которая ограничивает развитие самого Университета;

- отсутствие международного признания крымских университетов ограничивает привлечение иностранных студентов и зарубежных профессоров, а также ограничивает публикации работников КФУ в международных журналах. Также следствием отсутствия международного признания крымских университетов является отсутствие признания результатов научно-исследовательской деятельности университета на международном уровне, следствием чего является недостаточный уровень академической репутации университета в международном сообществе;

- конкуренция с другими университетами и научными организациями, что приведет к оттоку лучших обучающихся и научно-педагогических работников;

- проведение масштабного организационного преобразования университета ввиду объединения большого количества научных и образовательных организаций Республики Крым, что приведет к замедленным темпам реализации концепции корпоративной культуры.

Мероприятия по снижению вероятности наступления рисков при реализации концепции корпоративной культуры Университета включают:

- формирование механизма поддержки концепции корпоративной культуры Университета (рис. 1);

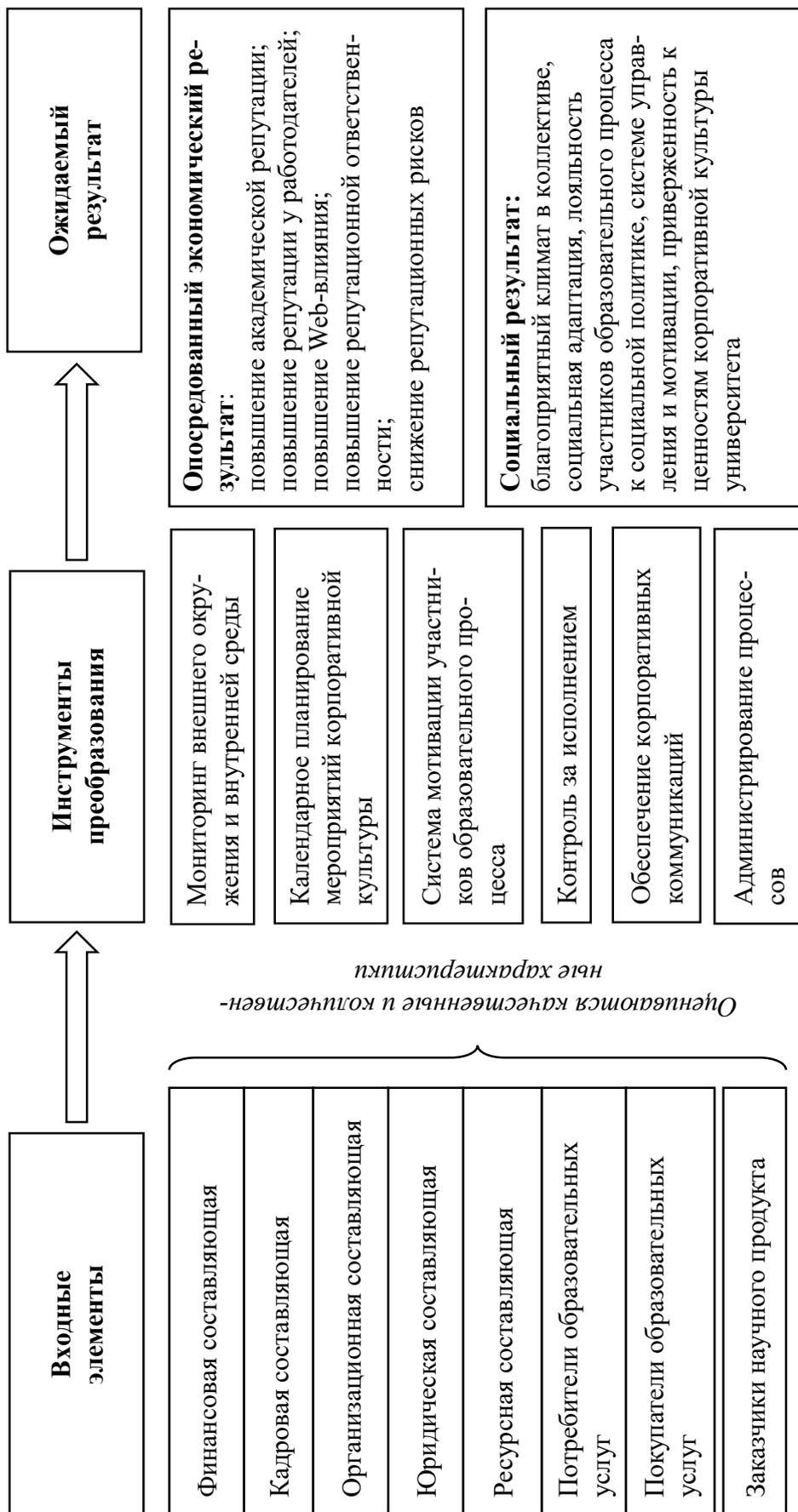


Рис. 1. Механизм поддержки концепции корпоративной культуры Университета

– активное участие в федеральных и региональных программах развития, стратегическое взаимодействие с органами власти Республики Крым, что позволит привлечь новые ресурсы, в том числе внебюджетное финансирование;

– обмен опытом и лучшими практиками, совместное использование научной и образовательной инфраструктуры в рамках сети федеральных университетов, что будет содействовать легитимности и признанию результатов деятельности университета международным сообществом, с целью повышения публикационной активности в журналах ВАК и РИНЦ;

– развитие сетевого взаимодействия и кооперации с ведущими научными и образовательными организациями, участие в проектах академической мобильности работников и обучающихся с целью лицензирования сетевых образовательных программ;

– создание системы мониторинга эффективности реализации концепции корпоративной культуры, с целью вовлечения работников университета в процессы реализации концепции корпоративной культуры на принципах открытости, конкурсности и ответственности.

**Выводы.** Проведенное исследование позволило определить ожидаемые результаты и риски от внедрения концепции корпоративной культуры Университета. Достижение экономического и социального результата от внедрения концепции корпоративной культуры предполагает реализацию модели корпоративной культуры в Университете, а также механизмов ее поддержки. В тоже время идентификация рисков при реализации концепции корпоративной культуры позволила определить мероприятия по снижению вероятности их наступления. В целом реализация Концепции корпоративной культуры Университета будет способствовать повышению уровня корпоративной культуры и, как следствие, повышению академической репутации.

## СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Акимова О. Б. Корпоративная культура как условие профессионально-нравственного развития участников образовательного процесса / О. Б. Акимова, А. С. Франц // Корпоративна культура образовательных учреждений. — Екатеринбург : ФГАОУ ВПО «Рос. гос. проф.-пед. ун-т», 2012. — С. 8–12.

2. Беляев, А. Корпоративная культура университета: от теории к практике / А. Беляев // Высшее образование в России. — 2007. — № 11. — С. 62–83.

3. Ячменева В. М. Особенности корпоративной культуры современного образовательного учреждения / В. М. Ячменева // Устойчивое развитие социально-экономической системы Российской Федерации: материалы XVIII региональной научно-практической конференции, посвященной 25-летию кафедры менеджмента, г. Евпатория, 02-03 декабря 2016 г. — Симферополь : ИТ «АРИАЛ», 2017. — С. 230–236.

4. Ячменева В. М. Роль средств массовой информации и коммуникации в формировании имиджа ФГАОУ ВО "КФУ им. В.И. Вернадского" / В. М. Ячменева, Н. В. Царенко // Экономические и гуманитарные науки. — 2017. — № 7 (306). — С. 16–25. (Статья по проекту Программы развития ФГАОУ ВО «КФУ им. В.И. Вернадского» – «Разработка концепции корпоративной культуры Крымского федерального университета имени В.И. Вернадского»).

5. Ячменев Е. Ф. Принципы формирования корпоративной культуры: теория и практика / Е. Ф. Ячменев // Устойчивое развитие социально-экономической системы Российской Федерации: материалы XVIII региональной научно-практической конференции, посвященной 25-летию кафедры менеджмента, г. Евпатория, 02-03 декабря 2016 г. — Симферополь : ИТ "АРИАЛ", 2017. — С. 220–224. (Статья по проекту Программы развития ФГАОУ ВО «КФУ им. В.И. Вернадского» – «Разработка концепции корпоративной культуры Крымского федерального университета имени В.И. Вернадского»).

6. Ячменев Е. Ф. Основные признаки и функции корпоративной культуры образовательного учреждения / Е. Ф. Ячменев // Глобальная экономика в XXI веке: диалектика конфронтации и солидарности. Сборник научных трудов / Под ред. д-ра. экон. наук., профессора Сорокина Д.Е., д-ра. экон. наук., доцента Альпидовской М.Л. — Краснодар: НИИ экономики ЮФО, 2017. — С. 416–418. (Статья по проекту Программы развития ФГАОУ ВО «КФУ им. В.И. Вернадского» – «Разработка концепции корпоративной культуры Крымского федерального университета имени В.И. Вернадского»).

© В.Д. Тарасюк

УДК 316.7

## ИДЕНТИЧНОСТЬ КОРПОРАТИВНОЙ КУЛЬТУРЫ КФУ ИМ. В.И. ВЕРНАДСКОГО

## THE IDENTITY OF THE CORPORATE CULTURE OF V.I. VERNADSKY CRIMEAN FEDERAL UNIVERSITY

**Тимаев Р.А.**, ассистент,  
ФГАОУ ВО «КФУ им. В.И. Вернадского»,  
Институт экономики и управления, г. Симферополь

**R.A. Timaev**, Assistant Professor,  
V.I. Vernadsky Crimean Federal University,  
Institute of Economics and Management, Simferopol

### Аннотация

Определены признаки идентичности корпоративной культуры университета (по уровню осведомленности; по степени отождествления; по проявлению позитивного отношения; по принятию и следованию ценностям, нормам и правилам). Раскрыта сущность форм идентичности (когнитивной, аффективной, конативной).

### Annotation

Identification of the corporate culture of the university is determined (by the level of awareness, by the degree of identification, by the manifestation of a positive attitude, by the adoption and adherence to values, norms and rules). The essence of the forms of identity (cognitive, affective, conative) is revealed.

**Ключевые слова:** идентичность, корпоративная культура, когнитивная, аффективная, конативная компоненты.

**Keywords:** identity, corporate culture, cognitive, affective, conative components.

**Введение.** Корпоративная культура складывалась десятилетиями, ее становление можно проследить по историческим вехам развития любого образовательного учреждения. Академическая культура университета, как и академическое сообщество не могут быть закрытыми, они не признают границ и имеют международный статус, но при этом каждое образовательное учреждение уникально благодаря своей истории, научно-педагогическому составу, подходу к образовательному процессу и корпоративной культуре. Уникальность корпоративной культуры университета заключается в том, что она не может идентифицироваться как образовательный процесс в соответствии нормативно-правовым актам.

**Целью исследования** является выявление признаков идентичности корпоративной культуры ФГАОУ ВО «КФУ им. В.И. Вернадского» (далее – Университет, КФУ), а также определение сущности форм идентичности.

**Результаты исследования.** Одним из основных проявлений корпоративной культуры как объединяющего начала в университете выступает корпоративная идентичность. Е. Дегаев рассматривает корпоративную идентичность в учебном заведении как результат когнитивно-эмоционального процесса восприятия себя представителем образовательного учреждения, отождествлением себя с университетом [2, с. 90]. Идентифицировать корпоративную культуру можно по трем компонентам: когнитивной (познавательной), аффективной (эмоционально-оценочной) и конативной (поведенческой).

В основе когнитивной компоненты лежит информационная составляющая об образовательном учреждении, которая базируется не только на существующих традициях, нормах и ценностях, но и на его истории. Сюда можно отнести накопленную информация об истории создания и развития образовательного учреждения, сложившихся и принятых внутренней общественностью нормах, ценностях, традициях, произошедших значимых событиях и т. п. Эти сведения могут распространяться либо целенаправленно – через корпоративные средства массовой информации (радио, телевиденье, интранет, печатные издания) и специальные корпоративные документы (миссия, дорожная карта, кодекс, концепция), либо беспорядочно – через собственные наблюдения и неформальное общение [1].

Аффективная компонента основывается на когнитивной компоненте, то есть на приобретаемых знаниях об образовательном учреждении и отражает отношение к нему – позитивное (гордость за свой университет, желание быть его студентом) или негативное (отказ от образовательного учреждения, предпочтение других). На отношение к университету влияют такие факторы, как удовлетворенность содержанием и условиями проведения научной и образовательной деятельности, стилем руководства, возможностями карьерного роста, отношениями в коллективе и т. п. При этом важную роль в создании положительного отношения играют корпоративные традиции, ритуалы и мероприятия, так как доказано, что высокая частота неформальных контактов сближает и формирует сплоченный коллектив.

Для формирования позитивного отношения к Университету, ежегодно в его стенах, проводятся мероприятия, которые способствуют созданию благоприятного климата в коллективе. Среди них имиджевые мероприятия, государственные и отраслевые праздники, научные мероприятия, творческие праздники, социально-педагогические и спортивно-массовые мероприятия (табл. 1).

Таблица 1

**Мероприятия, способствующие формированию благоприятного климата в коллективе КФУ**

№ п/п	Группа	Виды мероприятий
1	2	3
1	Имиджевые мероприятия	День знаний, «Дни науки КФУ», День вручения дипломов, День создания КФУ, «День открытых дверей КФУ», дни структурных подразделений и филиалов
2	Государственные и отраслевые праздники, памятные дни	День защитника Отечества, День защиты детей, День науки, День памяти и скорби, День Победы, День пожилого человека, День России, День учителя, Дни славянской культуры и письменности, Международный женский день, Новый год, дни профессиональных праздников
3	Научные мероприятий	Всероссийский и региональный конкурс на лучшую студенческую научную работу; конкурс грантов на проведение научных исследований, научно-технические выставки; научные симпозиумы, конференции, семинары, чтения, школы
4	Олимпиады и интеллектуальные состязания	Всероссийская студенческая олимпиада; шахматные турниры; «Заседания интеллектуальных клубов»; чемпионаты по интеллектуальным играм
5	Творческие праздники и мероприятия КФУ	«Дебют первокурсников», «Посвящение в студенты», «Университетская весна», музыкальный фестиваль «Нота», Татьянин день – день российского студенчества, творческие конкурсы и выставки
6	Спортивно-массовые мероприятия	Дни здорового образа жизни, спартакиада

1	2	3
7	Социально-педагогические мероприятия	Акция «Дорога в детство»; анкетирование студентов «Если бы я был ректором...»; дни карьеры; конкурс студенческих общежитий; летний трудовой семестр; общеуниверситетский старостат; поисковая экспедиция «Вахта памяти»; слет лучших студенческих групп; Конкурсы на звание «Лучший студент», «Лучшая академическая группа», «Лучший выпускник», «Лучший преподаватель», «Лучший староста», на присуждение именных стипендий

Источник: [3]

Конативная компонента основывается на первых двух и является поведенческой. Она формируется в результате восприятия ценностей и норм поведения, принятых в образовательном учреждении. Высокая степень развития конативной компоненты проявляется в том, что академическое сообщество строит свои отношения осознанно, опираясь на правила, нормы и принципы, принятые в образовательном учреждении.

**Выводы.** Учитывая все вышесказанное, можно определить идентичность корпоративной культуры Университета по следующим признакам:

- по принятию и следованию ценностям, нормам и правилам КФУ;
- по проявлению позитивного отношения к Университету;
- по степени отождествления себя с КФУ;
- по уровню осведомленности об истории, ценностях, нормах и правилах Университета.

## СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Ячменева В. М. Роль средств массовой информации и коммуникации в формировании имиджа ФГАОУ ВО «КФУ им. В.И. Вернадского» / В. М. Ячменева, Н. В. Царенко // Экономические и гуманитарные науки. — 2017. — № 7 (306). — С. 16–25. (Статья по проекту Программы развития ФГАОУ ВО «КФУ им. В.И. Вернадского» – «Разработка концепции корпоративной культуры Крымского федерального университета имени В.И. Вернадского»).

2. Дегаев Е. Имидж вуза и корпоративная идентичность / Е. Дегаев // Высшее образование в России. — 2008. — № 11. — С. 89–93.

3. Отчет о результатах мониторинга внешней среды КФУ им. В.И. Вернадского. — Симферополь, 2017. — 42 с. (Тематическое социологическое исследование, проведенное по проекту Программы развития ФГАОУ ВО «КФУ им. В.И. Вернадского» – «Разработка концепции корпоративной культуры Крымского федерального университета имени В.И. Вернадского»).

© Р.А. Тимаев

**ВЕБОМЕТРИЧЕСКИЕ РЕЙТИНГИ КАК ИНСТРУМЕНТ  
ВЫЯВЛЕНИЯ КОНКУРЕНТНЫХ ПРЕИМУЩЕСТВ  
УНИВЕРСИТЕТА**

**WEBOMETRIC RANKINGS AS A TOOL TO IDENTIFY  
THE COMPETITIVE ADVANTAGES OF THE UNIVERSITY**

**Ячменев Е.Ф.**, к.э.н, доцент,  
ФГАОУ ВО "КФУ им. В.И. Вернадского",  
Институт экономики и управления, г. Симферополь

**E.F. Yachmenev**,  
Candidate of Economic Sciences, Associate Professor,  
V.I. Vernadsky Crimean Federal University,  
Institute of Economics and Management, Simferopol

**Аннотация**

Обосновано, что Web-влияние в условиях цифровой экономики, является одним из основных инструментов повышения конкурентоспособности образовательного учреждения. Определены рейтинги, доступные для участия КФУ. Сформулированы условия, при которых КФУ, при снятии санкций может принимать участие в рейтинге Webometrics.

**Annotation**

It is proved that Web-influenced in terms of the digital economy, is one of the main instruments of increase of competitiveness of educational institutions. Determined the ratings available for the participation of KFU. Formulated the conditions under which the CFI, with the lifting of sanctions could take part in the rating Webometrics.

**Ключевые слова:** Web-влияние, вебометрический рейтинг, Internet-ресурс, индикаторы Webometrics.

**Keywords:** Web influence, webometric ranking, Internet resources, indicators Webometrics

**Введение.** Корпоративная культура образовательного учреждения начинается с каждого ее сотрудника, то насколько он един с университетом. ФГАОУ ВО «КФУ им. В.И. Вернадского» (далее – КФУ, Университет) создавался в очень сложных условиях, когда одновременно необходимо было решать большое количество задач организационного, юридического, социального, психологического характера. В условиях санкций, ресурсного и пространственного ограничения нужно было создавать не только федеральный университет, но и одновременно закладывать основу его корпоративной культуры. Корпоративная культура КФУ создавалась в 2014 году, на фоне грандиозных событий, проходила регистрация корпоративного домена и неоднократная его замена, разрабатывались символика, гимн, герб, флаг,

бренд-бук и т.д. Все это сегодня является основанием для участия Университета в вебметрических рейтингах разного уровня.

**Цель исследования.** Проанализировать конкурентные преимущества Университета, выявленные с помощью индикаторов вебметрических рейтингов.

**Результаты исследования.** Web-влияние в условиях цифровой экономики, является одним из основных инструментов повышения конкурентоспособности образовательного учреждения. Именно индикаторы рейтингов в полном объеме отражают конкурентные преимущества университета, а их уровень позволяет определить его позиционирование на рынке образовательных услуг. Google Scholar Citations (GSC) является одним из самых популярных и объективных вебметрических рейтингов образовательных учреждений. Условием участия в этом рейтинге является наличие профилей научно-педагогических работников (НПР) и домена электронной почты, рекомендуется также использовать официальное название университета в аффилированном членстве и корпоративный адрес электронной почты [1].

Каждый сотрудник университета из числа НПР должен создать профиль в Академии Google, используя корпоративную почту в домене университета. Профили должны быть открытыми и доступными. Но нельзя забывать о том, что профиль не самообучающаяся система, его нужно поддерживать, осуществлять «привязку», при необходимости вносить правки. По данным анализа в Академии Google зарегистрировались и создали профили менее 10% НПР КФУ. GSC является сторонником соблюдения университетами этических норм и правил, поэтому при использовании Университетом профилей авторов, неработающих в нём, искусственного увеличения рейтингов или фальсификации данных, GSC исключает Университет из своего списка.

Проводя исследования, относительно участия Университета в медиа-рейтингах, мы пришли к выводу, что ведущие университеты РФ за год принимают участие от 9 до 19 рейтингах разного уровня, среди которых 11 рейтингов доступны для участия КФУ, то есть на них не распространяются санкции. КФУ за 2017 год включен только в 4 всероссийских рейтинга. Для участия в других рейтингах необходимо провести определенную подготовку. Проведем анализ готовности КФУ принимать участие в рейтинге Webometrics (центральный офис находится в Мадриде) при условии снятия санкций.

Рейтинг Webometrics использует четыре индикатора: «Известность», «Присутствие», «Превосходство» и «Открытость». Значимость этих индикаторов не одинаковая, как показано в табл. 1, и их величина может изменяться от рейтинга к рейтингу.

**Индикаторы вебометрических рейтингов**

Индикатор	Описание	Удельный вес	
		2016 г.	2017 г.
Известность (VISIBILITY)	Число ссылок с внешних ресурсов, рассчитываемых при помощи веб-инструментов Ahrefs и Majestic	50%	50%
Присутствие (PRESENCE)	Число веб-страниц, индексированных Google	10%	5%
Превосходство (EXCELLENCE)	Число научных публикаций университета за пятилетний период, входящих в группу 10% наиболее цитируемых работ в соответствующей научной области	30%	35%
Открытость (OPENNESS)	Число ссылок на наиболее цитируемых исследователей университета по данным Google Scholar Citations	10%	10%

По индикатору «Известность» рассчитывается число ссылок по всем внешним входящим ресурсам, которые говорят о признании престижа Университета, эффективности научных разработок, значимости информации и полезности сервисов. Индикатор «Присутствие» оценивает общее число веб-страниц, размещенных на основном веб-домене университета. Индикатор «Открытость» считывает информацию из профилей университетов и «Превосходство» идентифицирует научные статьи, опубликованные в международных журналах с высоким импакт-фактором [2].

Для того, чтобы КФУ успешно позиционировался в рейтинге Webometrics необходимо:

- для повышения известности сайта: сделать доступными публикации сотрудников; расширить англоязычную версию; расширить присутствие Университета в социальных сетях; на профессиональных Internet-форумах, ссылаться на университетский контент сайта;

- для повышения присутствия проиндексированных страниц: увеличение страниц сайта; развитие англоязычной версии сайта;

- для повышения превосходства стимулировать публикационную активность сотрудников в международных журналах с высоким импакт-фактором;

- для повышения открытости необходимо сделать все образовательные и научные ресурсы доступными; открыть страницы научных проектов, публикаций, аналитические материалы и прикрепленные файлы.

**Выводы.** Таким образом, мы пришли к выводу, что существующие медиарейтинги пользуются общими источниками информации, размещенными на разных ресурсах в Internet.

Для того, чтобы информация об Университете была доступна для анализа и группировалась по целям рейтинга, её необходимо размещать в требуемом формате на определенных ресурсах.

## СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Академия Google (Top Universities by Google Scholar Citations (GSC), <http://www.webometrics.info/en/node/169>).

2. Июльский (2017) выпуск рейтинга Webometrics Ranking of World Universities <http://www.univer-rating.ru/news.asp?lnt=7&id=914>.

3. Ячменева В. М. Роль средств массовой информации и коммуникации в формировании имиджа ФГАОУ ВО "КФУ им. В.И. Вернадского" / В. М. Ячменева, Н. В. Царенко // Экономические и гуманитарные науки. — 2017. — № 7 (306). — С. 16–25. (Статья по проекту Программы развития ФГАОУ ВО «КФУ им. В.И. Вернадского» – «Разработка концепции корпоративной культуры Крымского федерального университета имени В.И. Вернадского»).

© Е.Ф. Ячменев

УДК 313.42

### РЕЙТИНГ КФУ ИМ. В.И. ВЕРНАДСКОГО В МЕДИАПРОСТРАНСТВЕ

### RATING OF V.I. VERNADSKY CRIMEAN FEDERAL UNIVERSITY IN THE MEDIA SPACE

**Ячменева В.М.**, д.э.н., профессор,  
ФГАОУ ВО «КФУ им. В.И. Вернадского»,  
Институт экономики и управления, г. Симферополь

**V.M. Yachmeneva**,  
Doctor of Economic Sciences, Professor,  
V.I. Vernadsky Crimean Federal University,  
Institute of Economics and Management, Simferopol

#### Аннотация

Проанализированы рейтинги, в которых КФУ принимает участие, установлено, что университет занимает в Национальном рейтинге 92-93 место, то есть входит в ТОП-100. КФУ занимает 108 место в рейтинге вузов по популярности в поиске Яндекса. В рейтинге «Социальный навигатор» занимает 83 место. Выявлены рейтинги, в которых КФУ не принимает участие, а именно, в рейтинге «Лучшие вузы по востребованности выпускников работодателями»; в рейтинге присутствия вузов в социальных сетях; в медиарейтинге российских высших учебных заведений; в рейтинге «Рейтинг вузов России по данным портала «Типичный абитуриент».

#### Annotation

Analyzed the rankings in which Vernadsky CFU participates, identified that the university occupies 92-93 places in the National rating, although it is included in the TOP-100. Vernadsky CFU occupies the 108th place in the ranking of universities by popularity in the Yandex search. Revealed ratings, in which the Vernadsky CFU does not participate, specifically there are: «Best universities according to the demand for graduates from employers»; the ranking of

the presence of universities in the social networks; the media ranking of Russian higher education institutions; «Ranking of universities of Russia according to the portal «Typical applicant».

**Ключевые слова:** национальный рейтинг, медиология, критерии рейтинга, рейтинговые агентства, востребованность образовательного учреждения.

**Keywords:** national rating, mediology, rating criteria, rating agencies, the demand for an educational institution.

**Введение.** Конкуренция в предоставлении образовательных услуг заключается в соперничестве между образовательными учреждениями, целью которых является подготовка высококвалифицированных специалистов, обладающих профессиональными компетенциями, востребованными на рынке труда. Реформы в российской образовательной системе не способствовали снижению конкуренции между образовательными учреждениями. В предыдущие годы конкуренция между ними разворачивалась по определенным критериям, а именно, по уровню реализуемого образования; по отраслевой специализации (промышленности и строительства; сельского хозяйства; транспорта и связи; экономики и права; здравоохранения, физической культуры и спорта; образования; искусства и кинематографии); по форме собственности – это конкуренция между государственными, муниципальными и негосударственными образовательными учреждениями; по реализуемым образовательным программам и направлениям подготовки; по географическому расположению учебных заведений, в силу демографического спада конкуренция развивается между образовательными учреждениями на уровне города, региона, федерального округа, в целом по стране. Сейчас, особенно это касается двух последних критериев, важно заниматься популяризацией образовательного учреждения в средствах массовой информации и коммуникациях (СМиК). Именно СМиК и медиа пространство способствуют активному продвижению образовательных услуг того или иного образовательного учреждения.

**Целью исследования** является определение фактического рейтинга КФУ им. В.И. Вернадского в существующих рейтингах образовательных учреждений Российской Федерации, выявление причин, по которым университет не принимает участие в наиболее значимых для него рейтингах.

**Результаты исследования.** Анализируя СМиК, мы пришли к выводу, что конкурентная борьба среди образовательных учреждений на рынке образовательных услуг развернулась в медиопространстве. Пропаганда стала важнейшим инструментом продвижения услуг. Что бы избежать неконтролируемого потока недостоверной информации о преимуществах того или иного образовательного учреждения, многие независимые агентства при государственной поддержке формируют их рейтинги по объективным критериям, на основе опроса академического сообщества, работодателей, обучающихся и выпускников университетов. Так на сегодня существует более

100 рейтингов образовательных учреждений, у каждого из них есть свои параметры оценки и своя балльная шкала.

Специальный проект международной информационной группы «Интерфакс» «Национальный рейтинг университетов» запущен в 2010 году в целях разработки и апробации новых механизмов независимой системы оценки российских образовательных учреждений. Так, например, агентством «Интерфакс», деятельность вузов оценивается по шести параметрам в 1000-балльной шкале, интегральная оценка формируется по шести основным направлениям: образование (20%), исследования (20%), социальная среда (15%), международное и межрегиональное сотрудничество (15%), инновации (15%) и бренд университета (15%). На основе каждого из направлений также публикуются шесть параметрических частных рейтингов. Источниками информации выступают открытые материалы о деятельности университетов, собранные экспертами «Интерфакса» анкетные данные, данные мониторинга вузов Министерства образования и науки России, а также результаты анализа, проведенного с помощью Системы комплексного анализа новостей (СКАН-Интерфакс) [1].

В Национальном рейтинге университетов Крымский федеральный университет имени В.И. Вернадского в 2016 году занял 123 место набрав 388 баллов. В 2017 году 92-93 место набрав 382 балла. Мы видим, что КФУ поднялся в рейтинге на 30 пунктов, что подтверждает устойчивую динамику его развития.

В рейтинге «Лучшие вузы по условиям для получения качественного образования», КФУ относится к классу «Е», что означает достаточный уровень подготовки выпускников и освоения профессиональных компетенций.

КФУ занимает 108 место в рейтинге вузов по популярности в поиске Яндекс. За 2017 год сделано 115 тысяч запросов по информации о КФУ его структурных подразделениях и направлениях подготовки. Примечательным является тот факт, что Крымский федеральный университет имени В.И. Вернадского входит в ТОП-10 по запросам 8 регионов России, а именно, Республика Крым, Краснодарский край, Волгоградская область, Республика Адыгея, Воронежская область, Ставропольский край, Республика Татарстан, Москва и Московская область [2].

В рейтинге «Социальный навигатор», который оценивает востребованность университетов по трем критериям (доля выпускников, получивших направление на работу; доля средств от коммерциализации интеллектуальных продуктов; i-индекс цитирования трудов сотрудников организации) приняли участие 463 государственных, ведомственных, муниципальных и частных вузов из 80 субъектов Российской Федерации, осуществлявшие подготовку кадров. Рейтинг «Социальный навигатор» размещает в открытой печати, только те образовательные учреждения, которые имеют не более одного нулевого показателя. Так в рейтинге 2016 года среди классических университетов представлено всего 89 образовательных учреждений, прошедших в рейтинг имея по одному нулевому показателю.

В табл. 1 представлены рейтинги университетов с максимальным и минимальным уровнями показателей (для удобства сравнения). Анализ приведенных данных таблицы показал, что в рейтинге «Социальный навигатор» КФУ занимает 83 место, отсутствуют нулевые показатели, но их уровень достаточно низкий. Показатель «i-индекс цитирования трудов сотрудников организации», может быть существенно выше, если сотрудники КФУ регистрируются во всех базах цитирования, будут адресно привязывать свои публикации, аффилированные под КФУ и перестанут публиковаться в журналах, исключенных из баз цитирования. Показатель «доля выпускников, получивших направление на работу» не полностью отражает действительность, так как мы не занимались учетом такого показателя, нас интересовал показатель «доля трудоустроенных выпускников», разночтение привело к снижению показателя.

Таблица 1

**Рейтинг востребованности вузов в РФ – 2016**

Место в рейтинге	Наименование вуза	Форма собственности	Регион	Профиль вуза по показателям:		
				Доля выпускников, получивших направление на работу	Доля средств от коммерциализации интеллектуальных продуктов	i-индекс цитирования трудов сотрудников организации
<b>Среди классических ВУЗов</b>						
1 лидер	Московский государственный университет имени М.В. Ломоносова	гос.	Москва	24,2%	27,4%	48
...	...					
82	Смоленский государственный университет	гос.	Смоленская область	5,3%	9,6%	9
83	Крымский федеральный университет им. В.И. Вернадского	гос.	Республика Крым	9,0%	2,6%	10
...	...					
89	Севастопольский государственный университет	гос.	Севастополь	0,0%	4,2%	5
<b>Среди гуманитарных ВУЗов</b>						
58	Крымский инженерно-педагогический университет	гос.	Республика Крым	70,1%	0,0%	2

Источник: составлено по материалам [3]

Также, у нас есть возможность сравнить рейтинги университетов по Республике Крым и г. Севастополя. Севастопольский государственный университет занимает последнее 89 место, имея один нулевой показатель, «i-индекс цитирования трудов сотрудников» в 2 раза ниже, чем у КФУ. Крымский инженерно-педагогический университет находится на 58 месте в рейтинге, среди гуманитарных вузов, но в его активе есть один нулевой показатель и «i-индекс цитирования трудов сотрудников» в 5 раз ниже, чем у КФУ. Проведенный анализ еще раз подтверждает устойчивую позицию КФУ в регионе.

Исследования информационного пространства показали, что Крымский федеральный университет имени В.И. Вернадского принимает участие в международном рейтинге университетов как «Таврический национальный университет им. В.И. Вернадского», Республика Крым, занимает 3251 место в рейтинге и имеет 4257 цитирований в базах цитирования.

Участие в этих рейтингах свидетельствует о том, что университет ведет открытую политику по отношению к своим конкурентам, открыто информирует академическое общество о своих достижениях. Но необходимо также отметить, что Крымский федеральный университет имени В.И. Вернадского во многих рейтингах не принимает участие в силу разных обстоятельств, тем самым ограничивает себя в использовании популярных информационных каналов по продвижению образовательных услуг [3]. Ведущие университеты РФ за год принимают участие от 9 до 19 медиарейтингах, популяризируя себя и свои достижения в информационном пространстве. Крымский федеральный университет имени В.И. Вернадского за 2017 год включен только в 4 всероссийских рейтинга.

В университете существует несколько сайтов по интересам, размещенных в социальной сети ВКонтакте «Типичный КФУ», «Профком КФУ», «Менеджмент», которые имеют соответственно 15931, 996, 527 подписчиков, что способствует на локальном уровне оперативно распространять информацию без ее искажения, с соблюдением всех этических норм.

В результате своих исследований мы пришли к выводу, что Крымскому федеральному университету имени В.И. Вернадского необходимо обратить внимание на ряд авторитетных рейтингов и принять в них участие:

во-первых, принять участие в рейтинге «Лучшие вузы по востребованности выпускников работодателями», что позволит повысить показатели трудоустройства выпускников университета и установить доверительные отношения с работодателями;

во-вторых, расширить свое участие в рейтинге присутствия вузов в социальных сетях. Рейтинг подготовлен с использованием системы Integrum Social Media. Система помогает получать оперативный мониторинг соцсетей и оценивать заметность университета в социальных сетях. Рейтинг учитывает: количество подписчиков в соцсетях; качество контента; количество упоминаний в соцсетях; взаимодействие с подписчиками; присутствие / отсутствие ботов в обсуждениях; упоминания от топовых блогеров; соотношение позитивных и негативных отзывов;

в-третьих, обеспечить участие КФУ в рейтинге среди ведущих вузов России в медиарейтинге российских высших учебных заведений, подготовленном компанией «Медialogия», что позволит через «МедиаИндекс» проанализировать эффективность PR университета, и качество распространения контента СМИ через «Индекс Цитируемости» (ИЦ). Рейтинги публикуются по следующим категориям: газеты, журналы, ТВ и радио федерального уровня; интернет; региональные СМИ; отраслевые СМИ. Рейтинги по ИЦ публикуются с периодичностью: месяц, квартал, год [4].

И самое важное, КФУ не принимает участие в рейтинге «Рейтинг вузов России по данным портала «Типичный абитуриент». Именно этот портал является навигатором для абитуриентов и их родителей при выборе образовательного учреждения [5].

**Выводы.** За четыре года своего существования КФУ укрепил свои позиции на рынке образовательных услуг, о чем свидетельствуют результаты Национального рейтинга, в котором университет занимает 92-93 место, то есть входит в ТОП-100 Национального рейтинга университетов. Кроме этого, КФУ занимает 108 место в рейтинге вузов по популярности в поиске Яндекса. В рейтинге «Социальный навигатор» занимает 83 место.

Выявлены также рейтинги, в которых КФУ не принимает участие, а именно, в рейтинге «Лучшие вузы по востребованности выпускников работодателями»; в рейтинге присутствия вузов в социальных сетях; в медиарейтинге российских высших учебных заведений; в рейтинге «Рейтинг вузов России по данным портала «Типичный абитуриент», что несколько ограничивает возможности КФУ в медиапространстве.

## СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Национальный рейтинг университетов // Национальный рейтинг университетов. — Режим доступа : [http://univer-rating.ru/rating\\_common.asp](http://univer-rating.ru/rating_common.asp). — Дата доступа: 17 ноября 2017.

2. Рейтинг вузов от поиска Яндекса // Яндекс. — Режим доступа : <https://yandex.ru/company/researches/2017/universities>. — Дата доступа: 17 ноября 2017.

3. Ячменева В. М. Роль средств массовой информации и коммуникации в формировании имиджа ФГАОУ ВО «КФУ им. В.И. Вернадского» / В. М. Ячменева, Н. В. Царенко // Экономические и гуманитарные науки. — 2017. — № 7 (306). — С. 16–25. (Статья по проекту Программы развития ФГАОУ ВО «КФУ им. В.И. Вернадского» – «Разработка концепции корпоративной культуры Крымского федерального университета имени В.И. Вернадского»).

МедиаИндекс // Медialogия . — Режим доступа : <http://www.mlg.ru/about/>. — Дата доступа: 18 ноября 2017.

5. Рейтинг востребованности вузов в РФ – 2015 // РИА Новости. — Режим доступа : [https://ria.ru/abitura\\_rus/20151215/1341953336.html](https://ria.ru/abitura_rus/20151215/1341953336.html). — Дата доступа: 18 ноября 2017.

© В.М. Ячменева

## СОДЕРЖАНИЕ

### **СЕКЦИЯ 1. ИНВЕСТИЦИОННАЯ ПОДДЕРЖКА ИННОВАЦИОННОГО РАЗВИТИЯ ЭКОНОМИКИ РЕГИОНА .....3**

<i>Аблякимова Л.Р., Дышловой И.Н.</i> Управление инвестиционными проектами ..3	3
<i>Апатова Н.В.</i> Особенности инновационной инфраструктуры цифровой экономики .....6	6
<i>Донченко А.С., Тимаев Р.А.</i> Проблемы инновационной деятельности в Республике Крым .....9	9
<i>Корчинский В.Е.</i> Проблематика функционирования современной казначейской системы в Российской Федерации .....14	14
<i>Москалёва В.А.</i> Свободная экономическая зона города федерального значения Севастополь как инструмент повышения конкурентоспособности и его инвестиционной привлекательности.....18	18
<i>Храброва Н.И., Морщинина Н.И., Чумаков Д.С.</i> Современное состояние инвестирования аграрных формирований в городе Севастополе .....22	22

### **СЕКЦИЯ 2. ПРИОРИТЕТНЫЕ НАПРАВЛЕНИЯ ЭКОНОМИКИ РЕГИОНА: УСТОЙЧИВОЕ РАЗВИТИЕ КУОРТОВ И ТУРИЗМА .....27**

<i>Алексахина Л.В.</i> Устойчивое эколого-экономическое развитие морехозяйственной деятельности в Крыму .....27	27
<i>Ибрагимов Э.Э.</i> Специфика процесса разработки прогнозов развития туристической отрасли .....31	31
<i>Кукурудза А.В., Мацова А.С.</i> Основные аспекты функционирования рынка туристских и гостиничных услуг .....36	36
<i>Логунова Н.А., Семенова А.Ю.</i> Дифференциация муниципальных образований Республики Крым по уровню развития и состоянию здоровья населения .....39	39
<i>Маслов Е.С.</i> Прикладное значение винного туризма в туристической сфере.....43	43
<i>Мухамедова З.Х.</i> Развитие инновационной деятельности предприятий сферы туризма в экономике региона .....47	47
<i>Прохорова О.В.</i> О некоторых причинах снижения турпотока в Крыму .....51	51
<i>Стебловская В.В., Ваховская М.Ю.</i> Процессный подход как концепция управления: сущность, принципы, преимущества, недостатки .....55	55
<i>Туголукова Е.Ю.</i> Проблемы развития индустрии гостеприимства Крыма .....60	60
<i>Шевельдина А.Б.</i> Перспективы развития санаторно-оздоровительного туризма Западного Крыма .....64	64

**СЕКЦИЯ 3. ПРОБЛЕМЫ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ЭКОНОМИКО-МАТЕМАТИЧЕСКИХ МОДЕЛЕЙ В РЕШЕНИИ СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКИХ ЗАДАЧ .....69**

- Зейтуллаева Н.А., Дышловой И.Н.* Трендовый анализ инфляции в Российской Федерации за 2007-2016 годы и ее прогнозирование до 2021 года .....69
- Куссый М.Ю.* О преимуществах и недостатках использования теоретико-игрового подхода в исследованиях социально-экономических процессов и явлений.....75
- Мацова А.С.* Применение алгоритма Феррара-Глобера для оптимизации интегральных показателей устойчивости деятельности предприятий.....80

**СЕКЦИЯ 4. ПРОБЛЕМЫ ЭФФЕКТИВНОГО УПРАВЛЕНИЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬЮ ОРГАНИЗАЦИИ .....86**

- Аметова Э.И., Боговкова М.С.* Организационная культура как фактор повышения эффективности управления персоналом .....86
- Антонова А.А.* Современные проблемы и направления эффективного использования ресурсного потенциала сельскохозяйственных организаций Республики Крым .....90
- Анфимов И.А., Мацова А.С.* Характеристика внешней среды ООО «Вольт Март Крым».....93
- Багуниц Д.М., Пономарева Е.А.* Эффективность управления предприятием .....96
- Васичкин К.В., Ячменев Е.Ф.* Опыт применения стратегии горизонтальной диверсификации производства в Республике Крым .....100
- Воробец Т.И.* Анализ методов идентификации имиджевой политики предприятия.....103
- Германова А.А., Сиволап А.В.* Формирование механизма управления рисками производственного предприятия .....106
- Глечикова Т.О.* Проблемы финансового обеспечения высших учебных заведений Республики Крым .....109
- Головки Э.Р., Ячменева В.М.* Сетевая структура как инновационная форма развития ресторанного бизнеса .....113
- Гончарова В.П., Ячменева В.М.* Проблемы адаптации бизнес-процессов к изменениям в организации .....116
- Дышловой И.Н., Нурмамбетова Ф.Р.* Основные проблемы мотивации персонала.....119
- Ислямова Э.Р.* Совместное использования системы показателей EVA и BSC для эффективной реализации стратегии предприятия .....122

<i>Кузьмина Н.В.</i> Реинжиниринг как метод оптимизации бизнес-процессов предприятия.....	129
<i>Лозгачева Т.М.</i> Тенденции развития системы маркетинга.....	133
<i>Лугина А.А., Мацова А.С.</i> Тенденции и проблемы развития винодельческой отрасли и обслуживающих ее предприятий (на примере ООО «ЭМАЛЬ-СЕРВИС-ЮГ»).....	138
<i>Месуветова А.Л., Ячменев Е.Ф.</i> Опыт существования кластеров в зарубежных странах.....	143
<i>Михайленко В.А., Вершицкая Е.Р.</i> Обзор российского рынка электроэнергетики и объединенной энергосистемы Санкт-Петербурга и Ленинградской области.....	147
<i>Москалюк А.С., Дышловой И.Н.</i> «Мозговой штурм» как метод принятия управленческих решений на предприятии.....	153
<i>Пачинова В.В., Серёгин С.С.</i> Реализация системы управленческого учета на предприятиях рыбной отрасли.....	157
<i>Педан Е.М., Ячменева В.М.</i> Анализ существующих методик оценки уровня ресурсозависимости производственных предприятий.....	161
<i>Пожарицкая И.М.</i> Проблемы проведения аудита в условиях цифровой экономики.....	165
<i>Пожарицкая И.М., Кравец В.А., Тесленко А.А.</i> Проблемы учета и налогообложения страховых агентов.....	168
<i>Рывкина О.Л.</i> О методах стратегического управления предприятия в нестабильной внешней среде.....	172
<i>Серова Л.Б., Цветкова И.И.</i> Формирование компетенций персонала как фактор обеспечения конкурентоспособности предприятия.....	175
<i>Скоробогатова Т.Н.</i> О положительной и отрицательной обратных связях в сервисных системах.....	178
<i>Усков И.В., Веселов А.В.</i> Развитие муниципальных финансов Российской Федерации.....	182
<i>Фокина Н.А., Монахова К.В.</i> Анализ проблем адаптации и классификация факторов, оказывающих влияние на адаптацию персонала в организации.....	185
<i>Хатикова З.В.</i> Аудит качества обслуживания в гостинице.....	188
<i>Храпко В.Н.</i> Инновации в бизнес-моделях и маркетинге.....	191
<i>Царенко Н.В., Рыбак К.Е.</i> Сбытовая политика торгового предприятия.....	194
<i>Черненко Н.В.</i> Сравнительная характеристика угроз и рисков деятельности предприятия.....	197

**СЕКЦИЯ 5. РАЗВИТИЕ ПОТРЕБИТЕЛЬСКОЙ КООПЕРАЦИИ КАК СПОСОБ ИМПОРТОЗАМЕЩЕНИЯ В ПРОДОВОЛЬСТВЕННОЙ БЕЗОПАСНОСТИ.....203**

*Сульма А.И., Прудкова Е.С.* Состояние и перспективы развития легкой промышленности Республики Крым.....203

*Чернецова Г.М.* Опыт региональной поддержки сельскохозяйственной потребительской кооперации .....208

**СЕКЦИЯ 6. ЭФФЕКТИВНОЕ ИСПОЛЬЗОВАНИЕ КУРОРТООБРАЗУЮЩИХ РЕСУРСОВ РЕГИОНА .....213**

*Верещак Е.В., Цыбульская Л.А.* Санаторно-курортный комплекс Анапы: проблемы и перспективы развития .....213

*Морщинина Н.И., Храброва Н.И.* Кластеризация как важный курортообразующий инструмент развития Крымского полуострова .....217

*Побирченко В.В., Шутаева Е.А.* Анимационная составляющая развития культурного туризма в Крыму.....222

*Тимченко З.В.* Оценка водных ресурсов реки Бююк-Карасу.....227

*Тропина Е.А.* Необходимость проектирования рекреационного туристского пространства Крыма с целью оптимизации использования курортно-рекреационных ресурсов региона .....232

*Хмеленко П.С., Чугунова Т.Н.* Возможности утилизации твердых бытовых отходов в условиях Крыма.....235

*Чугунова Т.Н., Боговкова М.С.* Экологическая ответственность нашего поколения .....244

**СЕКЦИЯ 7. ИМИДЖЕВАЯ ПОЛИТИКА КАК ИНСТРУМЕНТ ПОВЫШЕНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ РЕГИОНА .....249**

*Соколова Е.И.* Участие в имиджевой программе европейского движения качества туристских городов «Голубой флаг Европы» – залог стабильного туристского сохранения прибрежных территорий Крыма и его экономического развития.....249

**СЕКЦИЯ 8. ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ «ИННО-КРЫМ» .....257**

*Влащук В.Н., Кибенко В.А.* Исследование перспективных прибрежных районов для выращивания морской аквакультуры у побережья Керченского полуострова .....257

*Сапрыкина В.В., Кибенко В.А.* Социально-экономический результат определения ставки акциза .....262

**КРУГЛЫЙ СТОЛ «КОНЦЕПЦИЯ КОРПОРАТИВНОЙ КУЛЬТУРЫ  
«КРЫМСКОГО ФЕДЕРАЛЬНОГО УНИВЕРСИТЕТА ИМЕНИ  
В.И. ВЕРНАДСКОГО»: ТЕОРИЯ И ПРАКТИКА».....265**

<i>Пушкарёва Е.В.</i> Мероприятия корпоративной культуры по приоритетным направлениям программы развития КФУ им. В.И. Вернадского .....	265
<i>Ратыч О.Б., Ячменева В.М.</i> Репутационная ответственность и репутационные риски образовательных учреждений на примере ФГАОУ ВО «КФУ им. В.И. Вернадского» .....	268
<i>Тарасюк В.Д.</i> Ожидаемые результаты и риски от реализации концепции корпоративной культуры университета .....	273
<i>Тимаев Р.А.</i> Идентичность корпоративной культуры КФУ им. В.И. Вернадского .....	278
<i>Ячменев Е.Ф.</i> Вебометрические рейтинги как инструмент выявления конкурентных преимуществ университета .....	282
<i>Ячменева В.М.</i> Рейтинг КФУ им. В.И. Вернадского в медиaprостранстве ....	285

**Научное издание**

**Ответственный редактор: Ячменева Валентина Марьяновна**

**Технический редактор: Ячменев Евгений Федорович**

**Компьютерная верстка: Тимаев Руслан Абдурашидович**

**УСТОЙЧИВОЕ РАЗВИТИЕ  
СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКОЙ  
СИСТЕМЫ РОССИЙСКОЙ  
ФЕДЕРАЦИИ**

**материалы**

**XIX региональной научно-практической конференции**

01-02 декабря 2017 г.  
г. Евпатория

Формат 60×84/16. Усл. печат. л. 16,12. Тираж 300 экз.

ИЗДАТЕЛЬСТВО ТИПОГРАФИЯ «АРИАЛ».  
295034, Республика Крым, г. Симферополь, ул. Севастопольская, 31-А/2.  
тел.: (0652) 70-63-31, +7 978 717 29 01  
E-mail: it.arial@yandex.ru

Отпечатано с оригинал-макета в типографии ИП Бражников Д.А.  
295053, Республика Крым, г. Симферополь, ул. Оленчука, 63,  
тел.: (0652) 70-63-31, +7 978 717 29 01  
E-mail: braznikov@mail.ru