

**НАУЧНЫЙ ЖУРНАЛ "CHRONOS"
ЭКОНОМИЧЕСКИЕ НАУКИ
СБОРНИК НАУЧНЫХ ПУБЛИКАЦИЙ**

**XX МЕЖДУНАРОДНАЯ
НАУЧНО-ПРАКТИЧЕСКАЯ КОНФЕРЕНЦИЯ
«ЭКОНОМИКА И СОВРЕМЕННЫЙ МЕНЕДЖМЕНТ»
(03 октября 2017г.)**

г. Москва- 2017

© Научный журнал "Chronos"

УДК 330
ББК У65

Сборник публикаций научного журнала "Chronos" по материалам XX международной научно-практической конференции: «Экономика и современный менеджмент» г. Москва: сборник со статьями (уровень стандарта, академический уровень). –М : Научный журнал " Chronos ", 2017. – 92с.

Тираж – 300 экз.

УДК 330
ББК У65

Издательство не несет ответственности за материалы, опубликованные в сборнике. Все материалы поданы в авторской редакции и отображают персональную позицию участника конференции.

Контактная информация организационного комитета конференции:

Научный журнал «Chronos»

Электронная почта: economy@chronos-journal.ru

Официальный сайт: chronos-journal.ru

СОДЕРЖАНИЕ

ИННОВАЦИОННО-ОРИЕНТИРОВАННОЕ РАЗВИТИЕ ЭКОНОМИКИ СТРАНЫ

| | |
|---|---|
| Курицына А.В., Стенькина Е.Н. КОМПАНИИ-РАНТЬЕ НА ДАЛЬНЕМ ВОСТОКЕ ПОЛЬЗА ИЛИ ВРЕД ДЛЯ ЭКОНОМИКИ..... | 4 |
|---|---|

МЕНЕДЖМЕНТ

| | |
|---|----|
| Артемова С.А. СТРАТЕГИЯ «ГОЛУБОГО ОКЕАНА»: НОВЫЕ ВОЗМОЖНОСТИ РЫНКА КОНСАЛТИНГОВЫХ УСЛУГ | 8 |
| Зуб А.Т. АНТИКРИЗИСНОЕ УПРАВЛЕНИЕ НА ОСНОВЕ СИТУАЦИОННОГО ПЛАНИРОВАНИЯ..... | 15 |
| Геращенко Л.Л. МИФОЛОГИЯ, КОТОРАЯ КОНСТРУИРУЕТ НАШУ РЕАЛЬНОСТЬ | 22 |

МИРОВАЯ ЭКОНОМИЧЕСКАЯ ИНТЕГРАЦИЯ И ТРАНСФОРМАЦИОННЫЕ ПРОЦЕССЫ В XXI ВЕКЕ

| | |
|---|----|
| Рябинин Е.В. ФУНКЦИОНИРОВАНИЕ ЗАРУБЕЖНЫХ НЕФТЯНЫХ КОМПАНИЙ НА РОССИЙСКОМ РЫНКЕ В УСЛОВИЯХ АНТИРОССИЙСКИХ САНКЦИЙ. | 38 |
|---|----|

ФИНАНСЫ, ДЕНЬГИ И КРЕДИТ

| | |
|---|----|
| Салманов О.Н. ВЛИЯНИЕ ОБМЕННОГО КУРСА НА ДЕНЕЖНО-КРЕДИТНУЮ ПОЛИТИКУ | 44 |
|---|----|

ЭКОНОМИКА И УПРАВЛЕНИЕ ПРЕДПРИЯТИЯМИ, ОТРАСЛЯМИ, КОМПЛЕКСАМИ

| | |
|--|----|
| Байбусинова А.Ж. МЕСТО КАЗАХСТАНА НА МИРОВОМ РЫНКЕ СОЛНЕЧНОЙ И ВЕТРОВОЙ ЭНЕРГЕТИКИ..... | 48 |
| Мухаметшин Ш.Р., Леушина Т.В. СРАВНИТЕЛЬНАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА ПОКАЗАТЕЛЕЙ ГАУЗ “ДГКБ” ГОРОДА ОРЕНБУРГА | 54 |
| Сагымбай А.Б. ПУТИ ПОВЫШЕНИЯ ЭФФЕКТИВНОСТИ ИНВЕСТИЦИОННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В АТОМНОЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ РЕСПУБЛИКИ КАЗАХСТАН..... | 59 |

Ильинский А.А., Тан Сюйвэй
АНАЛИЗ КОНЦЕПЦИЙ УСТОЙЧИВОГО РАЗВИТИЯ
ИНТЕГРИРОВАННЫХ ДОБЫВАЮЩИХ КОМПЛЕКСОВ В НЕФТЯНОЙ
ПРОМЫШЛЕННОСТИ 64

Калинский О.И.
ОЦЕНКА ГУДВИЛЛА НЕПУБЛИЧНЫХ МЕТАЛЛУРГИЧЕСКИХ
ПРЕДПРИЯТИЙ МЕТОДОМ АНАЛОГИЙ..... 70

Юнусова Т.Т., Зеленина С.А.
РОЛЬ НАЛОГОВОГО ПЛАНИРОВАНИЯ ДЛЯ СУБЪЕКТОВ МАЛОГО
ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА..... 77

ЭКОНОМИЧЕСКАЯ ТЕОРИЯ

Шимшиков Ж.Е.
О НОВОМ КАЧЕСТВЕ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА В
КАЗАХСТАНЕ. 85

ИННОВАЦИОННО-ОРИЕНТИРОВАННОЕ РАЗВИТИЕ ЭКОНОМИКИ СТРАНЫ

КОМПАНИИ-РАНТЬЕ НА ДАЛЬНЕМ ВОСТОКЕ ПОЛЬЗА ИЛИ ВРЕД ДЛЯ ЭКОНОМИКИ.

Курицына А.В.,
Стенькина Е.Н.

*Студентка 3 курса ФГБОУ ВО «Дальрыбвтуз»
Владивосток, Россия*

Наша страна занимает 5-6 место в мире по объему добычи морских биоресурсов. Но на российских прилавках по прежнему преобладает импортный и достаточно дорогой товар, не всегда хорошего качества, а иногда и вовсе искусственного происхождения. В рыбной отрасли распространились рантье, ассортимент и цену рыбы определяют зарубежные поставщики, для изменения ситуации нужны срочные меры.

Ключевые слова: рыбное рантье, промысел минтая, общедопустимый улов, квоты, рыбохозяйственный комплекс, рыбодобытчики.

Our country takes 5-6 place in the world on volume of extraction of marine biological resources. But the Russian market still dominated by imported and quite expensive commodity, not always of good quality, and sometimes even artificial. In the fishing industry has spread rentiers, the range and price of fish is determined by foreign suppliers, to change the situation needs urgent measures.

Key words: fish rentier Pollock fishery, absolutely catch quotas, the fishing industry, fishermen may.

Рыбные рантье – это спекулянты в рыбной отрасли, это компании, продающие свои квоты иностранным компаниям, и тем самым зарабатывающие деньги, даже не выходя в море.

Согласно сведениям РИА PrimaMedia все больше дальневосточных рыбодобывающих предприятий вместо того, чтобы ловить в Беринговом море минтай, продают свои квоты. Как заявил в своем выступлении на заседании президиума Госсовета в октябре 2016 года президент РФ Владимир Путин: «Нашу страну абсолютно не устраивает, когда в рыбной отрасли расплодился всякого рода рантье, использующие наши биоресурсы»[5].

Из-за низкой рентабельности промысел минтая в Беринговом море происходит по остаточному принципу. По словам экспертов, большинство предприятий два года подряд даже не выставляют флот на этот объект. А между тем минтай в Беринговом море ловят компании, которые сегодня Росрыболовство и Федеральная антимонопольная служба подозревают в запрещенном законом "О рыболовстве" сотрудничестве с корейскими рыбаками.

"Один из приоритетов – это вывод из тени рыбодобывающих предприятий, находящихся под контролем иностранных структур без получения соответствующего разрешения правительственной комиссии по контролю за осуществлением иностранных инвестиций. Механизм принудительного лишения квот таких компаний нами разработан. Как только ФАС его согласует, будем проверять компании", - предупреждает глава Росрыболовства Илья Шестаков[5].

По приведенным данным ТИПРО-Центра в 2012 году берингоморская минтаевая путина прошла достаточно успешно. Общий вылов минтая составил 385,5 тысяч тонн (93,9% общедопустимого улова). А в 2014 добыли 275,425 тонн минтая, освоение квот составило 80%.

Однако сколько из этого объема приходится на российские компании? Ведь из 275 тысяч тонн, нужно вычесть 40 тысяч тонн, которые корейские рыбаки добыли в рамках выделенных квот по межправительственным соглашениям, и еще часть квот добыли сторонние компании из корейского списка антимонопольной службы. Получается, что из 400 тысяч тонн, которые государство отдало рыбакам в рамках общедопустимого улова (ОДУ), 200 тысяч тонн конвертировались в деньги для тех, кто был наделен правом вылова. То есть, продав свои квоты, компании, наделенные правом, получали доход, даже не выходя в море.

Падающую эффективность промысла минтая в Беринговом море пытались "спрятать", но сделать это оказалось не так просто. Государство по-прежнему ждет от рыбаков максимального освоения выделенных лимитов. Подтвержденные наукой запасы минтая в Беринговом море дают рыбакам все возможности для постоянного увеличения добычи. В конце 2016 года от рыбаков ждали 430 тысяч тонн выловленного минтая. И в начале 2017 года часть компаний выставила свой флот на путину. Однако рентабельность промысла в Беринговом море значительно уступает добыче этого объекта в Охотском море. Поэтому компании, отправившие свой флот в Берингоморскую экспедицию, получили в итоге значительные убытки.

На данный момент в Беринговом море остались лишь "корейцы" и несколько российских компаний, имеющих наработанную технику промысла и свободный флот. Остальные российские рыбаки оказались заложниками системы ОДУ. Они не имеют долей квот и вынуждены только наблюдать за тем, как обогащаются предприятия рантье в ходе российско-корейского сотрудничества.

Общественные организации рыбаков инициировали включение вопроса об исключении берингоморского минтая из системы ОДУ.

Минтай в Беринговом море - это как раз тот случай, когда российский промысел сокращается и государство несет экономические потери. Более того, ситуация уже перестала быть сугубо научной, так как ОДУ постоянно растет, а объемы добычи российских компаний – падают.

"Интересы рыбаков, работающих на этом объекте, не будут нарушены, - считает управляющий группы компаний "Доброфлот" Александр Ефремов. - При снятии ОДУ рыбаки могут выходить на промысел и ловить этот объект. Мы считаем, что 500 тысяч прогнозируемого вылова дают возможность всем компаниям участвовать в промысле. Надо вернуть технологию промысла, которую рыбаки растеряли за последние годы. Росрыболовство обязано создать условия для эффективного и рационального освоения этого ресурса. Чем больше единиц российского флота будет выставлено на пугину, тем выше будут суточные уловы. Речь идет о спасении промысла в этом районе, деградация промысла в Беринговом море критическая. Корейские рыбаки ловят рыбу в российских водах лучше наших капитанов"[5].

"Минтай в Беринговом море стал самым массовым объектом продаж. Оценочно продается около 40% - 50% квот. Это можно наглядно оценить по количеству арендованных судов, которые добывают минтай в Беринговом море. Эта проблема была поднята на госсовете президентом. Рыбаков понять можно, при слабой экономике объекта, выгоднее не выходя из кабинета продать тонну за 300 долларов. Но нас уже предупредили, что нельзя этого делать. Но мы опять не слышим. Мы сами роем себе яму. А что делает каждый осознавший, что попал в яму? Хотя бы перестает копать! Рыбаки от выведения минтая из ОДУ не потеряют ничего, все, кто ловил рыбу, будут и дальше ее ловить, а вот торговля квотами ставит под угрозу и дискредитирует исторический принцип распределения квот" - отметил Александр Васьков.[5]

Устранив с рынка посредников, правительство облегчит жизнь добросовестным компаниям – им станет проще нарастить производство рыбы. Эксперты отмечают, что увеличившееся предложение в перспективе приведет к определенному понижению цен для потребителей, сообщает «Приморская газета»[3].

Президент распорядился в срок до 15 декабря разработать подробный комплекс мер, которые должны защитить добросовестные рыболовные компании и в целом сделать процессы в рыбном хозяйстве более прозрачными. Планировалось, что новые требования к рынку начнут действовать с 1 марта 2016 года. На некоторые инициативы из списка протекционистских мер обратим пристальное внимание, например, будет в половину увеличен срок выдачи квот на рыбную ловлю – с 10 до 15 лет. В 2017 году эта мера должна придать уверенности инвесторам, поскольку, по средним оценкам, для выхода в прибыль предприятие рыбохозяйственного комплекса тратит около семи лет. – Поправка позволит осуществлять эффективное долгосрочное планирование хозяйственной деятельности компаний, – отметил губернатор Приморского края Владимир Миклушевский, участвовавший в заседании президиума. – Также мера существенно улучшит возможности для привлечения российских инвестиций в развитие отрасли, в том числе и в обновление российского рыбопромыслового флота. Другое важное решение – президент распорядился увеличить на 20% добычу водных биоресурсов по

квоте для всех рыболовных компаний. Это значит, что рыбакам придется добывать собственными судами не менее 70% квоты. Остальные 30% рыбакам позволено освоить на основе совместного договора в случае, например, поломки части судов. Если компания не выполнит обязательство, квоту у нее просто отберут.

Интересно, что это предложение на заседание Госсовета поступило напрямую из резолюции 10-го Международного конгресса рыбаков, который прошел в Приморье в августе 2016 года. Как отмечают в администрации края, обозначенные меры должны помочь бороться с компаниями-«рантье», у которых есть квоты, но нет собственных судов. Зарабатывают они за счет перепродажи своих квот другим компаниям, что, в принципе, можно приравнять к финансовым спекуляциям.

По статистике Росрыболовства, к компаниям-«рантье» можно отнести около 10% рыболовных компаний России. По словам участников рынка, большого вреда от них нет, они лишь ненужное звено между государством и перекупщиками. – «Рантье» есть в любом рыбном регионе. Для рынка они не очень опасны, но правительство работает над тем, чтобы квота была в руках у настоящих рыбаков, которые показывают реальную экономику, платят реальные налоги и зарплату, – уточнил генеральный директор ОАО «Дальрыба» Вячеслав Москальцов. – Добросовестные компании сами осваивают то, за что берутся, а с чем справиться не могут – отдают[5].

Так что распоряжения президента, безусловно, пойдут во благо рыболовству. По мнению экспертов, требование 70%-ного освоения квот станет эффективным механизмом по регулированию отрасли. Кроме того, новые нормы могут подстегнуть рыбодобытчиков увеличить объемы ловли, что в свою очередь положительно отразится на рынке.

Сегодня квоты осваиваются в среднем на 84%, поэтому какой-либо опасности для рыбаков нет. Это позволяет сделать вывод, что это отстегнет недобросовестных пользователей, и у нормальных компаний появится возможность увеличить производство рыбы, что приведет, соответственно, к определенному понижению цен.

Список литературы:

1. Информационно-аналитическое сетевое издание ПРОВЭД (provzd.rf)
2. Приморская газета от 28.09.16г
3. Приморская газета от 29.09.16г
4. Российская газета - Федеральный выпуск №6807 (236)
5. Протокол заседание президиума Госсовета по вопросам развития рыбохозяйственного комплекса, октябрь 2016 г.
6. Статистика добычи (вылова) водных биологических ресурсов Росрыболовства (<http://fish.gov.ru/otraslevaya-deyatelnost/ekonomika-otrasli/statistika-i-analitika>)
7. Федеральный закон "О рыболовстве и сохранении водных биологических ресурсов" от 20.12.2004 N 166-ФЗ

МЕНЕДЖМЕНТ

СТРАТЕГИЯ «ГОЛУБОГО ОКЕАНА»: НОВЫЕ ВОЗМОЖНОСТИ РЫНКА КОНСАЛТИНГОВЫХ УСЛУГ

Артемова Светлана Анатольевна

Кандидат экономических наук

*Сибирский государственный университет геосистем и технологий
г.Новосибирск*

Аннотация. В данной статье показано практическое применение аналитических инструментов стратегии «голубого океана» на примере сегмента управленческого консалтинга, построена стратегическая канва отрасли, разработаны рекомендации стратегических изменений.

Ключевые слова: стратегия «голубого океана», стратегическая канва, конкурентоспособность, кривая ценности, решетка «упразднить – снизить – повысить – создать».

Annotation. This article shows the practical application of the analytical tools of the "blue ocean" strategy by the example of the management consulting segment, built the strategic outline of the industry, and developed recommendations for strategic changes.

Key words: "blue ocean" strategy, strategic outline, competitiveness, value curve, "abolish - reduce - raise - create" grid.

Любая, даже очень успешная современная компания, периодически испытывает трудности, связанные с поиском и освоением нового рыночного пространства. Для решения этой проблемы во всем мире применяется стратегия «голубого океана», основные принципы которой изложили В. Чан Ким и Р.Моборн в одноименной книге.

По их мнению, большинство компаний пытаются выживать и развиваться в глубинах «алых океанов» - отраслей, в которых границы определены и согласованы, действия конкурентов известны и предсказуемы. Здесь компании стараются превзойти своих соперников, чтобы перетянуть на себя большую часть существующего спроса. По мере того, как на рынке становится все теснее, возможностей роста и получения прибыли становится все меньше. А «голубые океаны» - это нетронутые участки рынка, требующие творческого подхода и дающие возможность расти и получать высокие прибыли. И хотя некоторые «голубые океаны» создаются за пределами обозначенных границ отрасли, большинство из них возникает внутри «алых океанов», раздвигая уже существующие отраслевые границы. В «голубых океанах» конкуренция никому не грозит, поскольку здесь правила игры еще только предстоит устанавливать (табл. 1).

Таблица 1 – Отличительные черты стратегий [1, с. 47]

| Стратегия «алого океана» | Стратегия «голубого океана» |
|---|---|
| Борьба в существующем рыночном пространстве | Создание свободного от конкуренции рыночного пространства |
| Победа над конкурентами | Возможность не бояться конкуренции |
| Эксплуатирование существующего спроса | Создание нового спроса и овладение им |
| Компромисс «ценность – издержки» | Разрушение компромисса «ценность – издержки» |
| Построение всей системы деятельности компании в зависимости от стратегического выбора, ориентированного либо на дифференциацию, либо на низкие издержки | Построение всей системы деятельности компании в соответствии с задачей одновременного достижения дифференциации и снижения издержек |

Рассмотрим особенности применения аналитических инструментов стратегии «голубого океана» на примере рынка консалтинговых услуг г.Новосибирска, точнее одного из его сегментов – управленческого консалтинга. На основе результатов исследования сформулируем стратегические рекомендации для компаний, работающих в данном сегменте или собирающихся выйти на него.

Ведущие эксперты и аналитики описывают ситуацию, складывающуюся на российском рынке консалтинговых услуг следующим образом. По итогам 2016 года прирост суммарной выручки крупнейших консалтинговых групп составил 5%, а ее объем достиг 97,5 млрд рублей. Если ввести поправку на инфляцию (5,4% по Росстату), то можно констатировать, что этот рынок вышел из отрицательной зоны. Ведь в прошлые годы формально большие показатели роста на самом деле не поспевали за ростом цен (в 2015 году рост выручки ведущих игроков рынка составил 7% при инфляции в 12,9%; в 2014 году - 9% и 11,4% соответственно).

Причина затянувшихся неудач очевидна: спрос на этом рынке находится в прямой и тесной зависимости от общеэкономической ситуации. На сторонних советах компании начинают экономить в первую очередь. Свой вклад вносит и конкуренция, которая неизбежно обостряется на сужающемся рынке, а это прямая дорога к демпингу. По словам Ирины Вишневской, генерального директора Berkshire Advisory Group, средний чек на консалтинговые услуги неуклонно снижается. "Все больше компаний переходят к закупкам в соответствии с 223-ФЗ о госзакупках, где цена услуг остается ключевым критерием". Тем не менее выход в ноль после двух лет падения - вполне достойный повод для оптимизма.

Как и много лет подряд, наибольший объем выручки участников рынка приходится на ИТ-консалтинг. В 2016 году на его долю пришлось 64%: суммарно государственные и частные заказчики обеспечили консалтинговым

группам и компаниям 53,27 млрд рублей: 13,64 млрд рублей - управленческий консалтинг (прирост 3%) и 39,63 млрд рублей - консалтинг в рамках разработки и системной интеграции (прирост 2%). В целом по сегменту ИТ-консалтинга в прошлом году прирост составил 3%. [2, с. 3]

Таким образом, рынок консалтинговых услуг в России находится в стадии стагнации, и сегмент управленческого консалтинга не является исключением. Эта тенденция сохраняется и на новосибирском рынке. В сложившейся ситуации компаниям необходима стратегия «голубого океана», она позволит им определить источники роста спроса и расширения рынка, а также способы его завоевания и удержания.

Важнейшим аналитическим инструментом стратегии «голубого океана» является стратегическая канва, которая применяется для диагностики рынка и построения стратегии, формирования ее основы. Она отражает текущее положение дел на известном пространстве рынка, что позволяет понять, куда вкладывают средства конкуренты, каковы характеристики продуктов, являющихся предметом конкуренции в рамках данной отрасли, что собой представляют обслуживание, доставка, а также какие конкурирующие предложения получают клиенты на рынке.

По горизонтали расположены факторы, по которым идет конкуренция, и куда направляются инвестиции в этой отрасли. По вертикали отмечается уровень предложения, получаемого клиентами по всем основным факторам конкуренции. Высокий показатель означает, что в области этого фактора компания предлагает своим клиентам больше и делает более крупные инвестиции в его развитие. На рис. 1 отражена стратегическая канва сегмента управленческого консалтинга рынка г.Новосибирска.

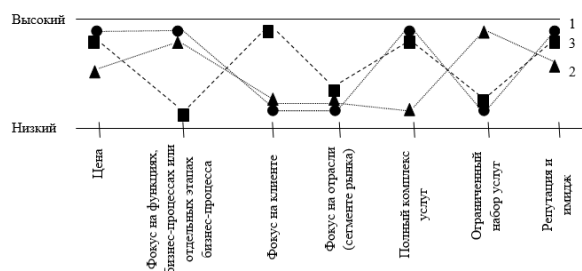


Рисунок 1 – Стратегическая канва сегмента управленческого консалтинга новосибирского рынка

Основной составляющей стратегической канвы является кривая ценности, графически отображающая сравнительную эффективность работы компаний с учетом факторов конкуренции в отрасли. На рис. 1 представлены три кривые ценности, демонстрирующие рыночное поведение компаний – представителей различных стратегических групп, работающих в сегменте управленческого консалтинга.

Кривая ценности № 1 описывает стратегическое поведение, основными элементами которого являются высокая цена услуг; фокусирование на

функциях, бизнес-процессах или отдельных этапах бизнес-процесса клиента; предоставление полного комплекса услуг и сосредоточенность компании на формировании положительного имиджа и репутации. Фокусирование на функциях, бизнес-процессах или отдельных этапах бизнес-процесса означает, что компания специализируется на решении проблем клиентов в одной из этих областей. Например, предоставляет услуги внедрения информационных технологий и автоматизации бизнес-процессов, занимается оценочной деятельностью, обучением персонала или юридическим сопровождением бизнеса компании-клиента. Полный комплекс услуг включает не только разработку решения проблемы заказчика, но и проработку мероприятий по его реализации, а также сопровождение в процессе реализации. Большинство новосибирских консалтинговых фирм относятся к данной стратегической группе.

Кривая ценности № 2 отличается от первой тем, что рыночные игроки предоставляют ограниченный набор услуг по более низкой цене и придают меньшее значение репутации и имиджу предприятия. Большинство компаний, придерживающихся этой линии поведения, не занимаются внедрением разработанных решений, компании-клиенты занимаются этим самостоятельно.

Кривая ценности № 3 демонстрирует рыночное поведение, аналогичное описанному кривой ценности № 1, с той лишь разницей, что в рассматриваемой стратегической группе компании фокусируются на клиенте, то есть удовлетворяют определенную, довольно специфическую потребность. Например, работают только для инвесторов, стремящихся получить гос.поддержку своих проектов, занимаются экспертизой проектов, технико-экономическим обоснованием и т.д.

Таким образом, консалтинговые компании на новосибирском рынке (всего их более двухсот) используют схожие стратегические шаги для того, чтобы закрепиться на рынке и победить конкурентов. Они выбирают стратегию узкой специализации (фокус на бизнесе, на клиенте или на отрасли), для привлечения клиентов одни пытаются снижать цену, другие – формировать позитивный имидж и репутацию, предоставляя, соответственно, ограниченный набор или полный комплекс услуг.

Схожесть стратегического поведения, по мнению авторов стратегии «голубого океана», является признаком того, что рыночные игроки пытаются маневрировать в глубинах «алого океана», что, безусловно, тормозит их развитие. И переход к стратегии «голубого океана» необходим. Он связан прежде всего с фундаментальным изменением стратегической канвы отрасли. Для этого необходимо переориентировать стратегию с конкурентов на альтернативы и с клиентов на неклиентов отрасли.

Чтобы реконструировать элементы ценности для покупателя при работе над новой кривой ценности, создана модель четырех действий. Нужно ответить на четыре основных вопроса, касающихся присущих данной отрасли стратегической логики и бизнес-модели.

- Какие факторы, которые отрасль принимает как само собой разумеющиеся, следует упразднить?

- Влияние каких факторов следует значительно снизить по сравнению с существующими в отрасли стандартами?

- Влияние каких факторов следует значительно повысить по сравнению с существующими в отрасли стандартами?

- Какие факторы из никогда ранее не предлагавшихся отрасли следует создать?

На рынке консалтинговых услуг воспринимаются как само собой разумеющиеся, на наш взгляд, два фактора:

1) чтобы добиться успеха, компания должна наращивать свою компетенцию в одной довольно узкой нише, это может быть оценочная деятельность, аудит, разработка программного обеспечения, разработка стратегий и бизнес-планов и многое другое;

2) необходимым условием высокой конкурентоспособности консалтинговой фирмы является наличие известного брэнда, подкрепленного репутацией опытного игрока и надежного партнера.

Оба этих фактора необходимо упразднить, т.к. следованием им приводит компании к существенному сужению границ рынка, где не остается пространства для маневра. Ведь стратегия узкой специализации в сфере консалтинга результативна только в том случае, если потенциальный клиент точно знает, какая именно услуга ему нужна, если он понимает, что мешает развитию компании, какие проблемы необходимо решить. При этом существует большое количество руководителей, владельцев бизнеса, которые затрудняются с ответами на эти вопросы, зачастую они вообще не догадываются, что у компании есть проблемы, пока не столкнутся с серьезными затруднениями в своей деятельности. Поэтому они не смогут сделать правильный выбор, в какую консалтинговую фирму обратиться за помощью, заказать услугу оптимизации бизнес-процессов или оценки персонала. Совокупность таких клиентов – это и есть, по сути, «голубой океан», незанятое рыночное пространство, где можно преуспеть, не конкурируя с другими игроками.

Компании, твердо уверенные в том, что клиент делает выбор, ориентируясь на брэнд, и готов за него платить, лишают себя рыночной гибкости, забывая о том, что главная причина обращения к консультанту – это стремление повысить эффективность работы компании, решить проблемы, возникающие на этом пути. Часто, когда у потенциальных клиентов консалтинговых фирм возникает необходимость в их услугах, они переживают не лучшие времена, и не будут мириться с высокой ценовой надбавкой за брэнд.

Таким образом, разрабатывая стратегию «голубого океана», необходимо творчески подойти к поиску альтернативы стратегии узкой специализации, а также найти способы привлечения клиентов, которые стремятся сэкономить.

Ответ на второй вопрос очевиден: важнейший фактор, нуждающийся в снижении на рынке консалтинговых услуг, - это цена. Стоимость услуг

должна быть доступна небольшим компаниям, новичкам рынка, а также тем, кто находится в кризисной ситуации. Здесь также необходим творческий поиск путей снижения издержек, оценка и пересмотр набора услуг с точки зрения их экономической эффективности.

Третий вопрос заставляет избавиться от компромиссов, на которые отрасль заставляет идти потребителей. В сегменте управленческого консалтинга, помимо высокой цены, клиент вынужден соглашаться с тем, что, для получения результата необходимо предоставить консультанту определенный объем информации, касающейся деятельности его компании. Многих потенциальных заказчиков это обстоятельство отпугивает. Поэтому в рамках стратегии «голубого океана» речь может идти о повышении значимости такого фактора, как дифференцирование клиентов по уровню открытости (она зависит от степени доверия консультанту), что в конечном итоге приведет к разнообразию пакетов услуг.

Четвертый вопрос помогает обнаружить абсолютно новые источники ценности для покупателей, создать новый спрос и изменить принятую в отрасли систему стратегического ценообразования. На наш взгляд, консалтинговые фирмы могут рассматривать возможность создания нескольких факторов, которые позволят существенным образом расширить границы рынка.

Прежде всего здесь стоит подумать о внедрении системы работы с клиентом по принципу «семейного доктора», когда заказчик оплачивает определенное количество часов работы консультанта, например, в месяц, или в год. Далее, при возникновении каких-либо проблем или сложностей, он обращается к консультанту за советом и помощью. Такой способ сопровождения может быть востребован небольшими компаниями, новичками рынка. При этом необходимо учесть, что разнообразие возникающих у клиента проблем велико, и компания-консультант не может быть компетентна в решении всех проблем, поэтому возникает необходимость создания еще одного фактора – установления кооперационных связей с другими консалтинговыми фирмами и привлечения их в качестве субподрядчиков в процессе работы с клиентом.

Еще одна отрасль, помимо медицины, опыт работы которой может быть применен в управленческом консалтинге, - мобильная связь. Третий фактор, который мы предлагаем создать, - предложение клиентам пакетов услуг (подобно тому, как это делают операторы мобильной связи), дифференцированных по количеству времени, затрачиваемого консультантом (и оплачиваемого клиентом), и степени «погружения» консультанта в работу компании-заказчика. Уровней «погружения» может быть несколько:

1) «чистое» консультирование, информация о проблеме со слов клиента, результат работы консультанта – информация о возможных путях решения проблемы;

2) самостоятельная диагностика, информацию о проблеме консультант собирает в компании самостоятельно, результат – аналитический отчет с рекомендациями по решению проблемы;

3) диагностика и сопровождение процесса осуществления изменений, консультант не только диагностирует компанию-заказчика и разрабатывает рекомендации, но и участвует в реализации предложенных им мер.

Отвечив на четыре поставленных вопроса, мы можем перейти к работе с третьим ключевым инструментом для создания «голубого океана» - решетке *упразднить – снизить – повысить – создать* (рис. 2). Она служит для дальнейшего развития модели четырех действий, заставляя компании не только задать все четыре вопроса, но и предпринять конкретные шаги по всем четырем направлениям.

Упразднить

Узкую специализацию

Высокую ценовую надбавку за
бренд и репутацию

Повысить

Дифференцирование
клиентов

Снизить

Цену

Создать

Систему работы с клиентом по принципу
«семейного доктора», предлагая
комплексное управленческое
сопровождение компании
Кооперационные связи с другими
консалтинговыми фирмами
Дифференцированные пакеты услуг

*Рисунок 2 – Решетка «упразднить – снизить – повысить – создать»
сегмента управленческого консалтинга*

Решетка «упразднить – снизить – повысить – создать» позволяет построить новую кривую ценности и изменить стратегическую канву отрасли. Новая кривая ценности должна быть подвергнута глубокому анализу, необходимо обсудить ее с клиентами, клиентами конкурентов и неклиентами для того, чтобы, с учетом результатов обратной связи сформировать оптимальную стратегию «голубого океана».

Список литературы

1. Ким, Чан В. Стратегия голубого океана. Как найти или создать рынок, свободный от других игроков / В. Чан Ким, Рене Моборн ; пер. с англ. И. Ющенко. – М. : Манн, Иванов и Фебер, 2017. – 336 с.
2. Ханферян В. Рынок консалтинга перешел от спада к стагнации // Российская газета – Федеральный выпуск № 7276 (110). – 23.05.2017.

АНТИКРИЗИСНОЕ УПРАВЛЕНИЕ НА ОСНОВЕ СИТУАЦИОННОГО ПЛАНИРОВАНИЯ

Зуб Анатолий Тимофеевич

*д. ф. н., профессор, Московский государственный университет
им. М.В. Ломоносова, г. Москва*

Аннотация: Ситуационное планирование является важным инструментом антикризисного управления в условиях высокой степени неопределенности и риска, а также может быть основой антикризисной стратегии организаций. Оно оказывает влияние на успех кризисного менеджмента через решения, принимаемые руководителями антикризисного управления, программы, обеспечивающие легитимность и результативность кризисного менеджмента и посредством реализации институциональной и организационной политики. Рассматриваются различные варианты связи качества ситуационного планирования и степени успешности кризисного менеджмента.

Ключевые слова: ситуационное планирование, антикризисное управление, неопределенность и риск, менеджмент проблем.

Annotation: Contingency planning is an important tool for crisis management in a highly uncertain and risky environment and is the basis for the organization's crisis strategy. It influences the success of crisis management through decisions made by the heads of crisis management, programs that ensure the legitimacy and effectiveness of crisis management and through the implementation of institutional and organizational policies.

Keywords: Contingency planning, crisis management, uncertainty and risk, issue management.

В основе успеха анти кризисного управления лежит предвидение возможных вариантов развития неблагоприятных для организации событий, планировании вариантов ответных действий на кризисные угрозы с целью минимизации потерь и скорейшего нормальной работы организации. Едва ли не лучшим средством для решения этих задач является ситуационное планирование, обеспечивающее скорость, определенность, адекватность принятия решений в антикризисном управлении.

Вследствие большой смысловой нагрузки и многообразия контекстов употребления трудно исчерпывающим образом описать содержание понятия «**ситуационное планирование**». Здесь полезными могут оказаться соображения американского исследователя А. Шедлера, который отмечает: «Понятие “ситуационность” [contingency] сочетает в себе возможность, неопределенность, непредсказуемость. Простая и ясная логика планирования для чрезвычайных ситуаций заключается в том, что процесс, ведущий к предварительному распределению ресурсов, персонала, оборудования, центров управления кризисом, задач, обязанностей, руководящих решений и

правил, в сочетании с обучением персонала и планированием различных исходов, а также масса тренировочных упражнений в “безопасной” среде, гарантирует, что государственные органы, ответственные за оперативное и стратегическое политическое управление, в совокупности с институтами гражданского общества смогут наилучшим образом справиться с любым кризисом» [16, 56].

Близкое по смыслу определение ситуационного планирования дается в инструктивном документе Международной организации Красного креста и Красного полумесяца, где акцент делается на предвидении и оценке вероятности угрожающих событий: «Ситуационное планирование означает предвидение угроз, провоцируемых некоторыми конкретными событиями и оценка рисков их возникновения на местном, национальном или региональном уровнях и установление процедур оперативного реагирования на каждый их типов угроз на основе ожидаемых их масштабов и наличных ресурсов» [8, 8].

Важнейшим методом ситуационного планирования является сценарное планирование, в основе которого лежит разработка альтернативных вариантов будущего развития внешней среды компании [3]. Однако понятие «ситуационное планирование» шире. Оно включает, помимо разработки сценариев, оценки рисков и поиска путей имплементации плана в кризисном менеджменте, также и такие традиционные для планирования действия, как инвентаризацию ресурсов, разработку средств контроля выполнения плана (или сценария), построение и использование эконометрических моделей, определение системы ключевых показателей или индикаторов оценки эффективности кризисного менеджмента, разработку мер по предотвращению снижения эффективности ключевых бизнес-процессов (business continuity management) и другие.

Ситуационное планирование является результатом анализа развития конкретной потенциально опасной ситуации (или ситуаций), со всем свойственным именно ей набором кризисных угроз и потенциальных возможностей преодоления кризиса, или, по образному выражению Р. Пери и М. Линделла «фотографией такой предкризисной ситуации в определенный момент времени и в этом смысле уникальной ее характеристикой» [13, 343]. Другими словами, ситуационное планирование – это не набор аналитических инструментов, позволяющих получать универсально приемлемые результаты, но индивидуализированный процесс, ценность результатов которого узко специфична. Это создает дополнительные трудности для поиска и выстраивания алгоритмов ситуационного планирования: чем больше уникальных характеристик у процесса, тем труднее выработать общие правила, и тем большее значение приобретают импровизация в управлении, поиск нестандартных решений в планировании, использование интуиции для прояснения ситуации. Все это приводит к тому, что ситуационное планирование становится достаточно затратной процедурой, требующей вложений в

подготовку и повышение квалификации планировщиков – задача, рассматриваемая в целом ряде работ современных авторов [15].

Для большей эффективности ситуационное планирование для антикризисного управления институционализируется: возникают специализированные органы, учреждения и организации, призванные придать системность составляющим его процессам. В РФ с 1996 г. функционирует разветвленная система распределенных ситуационных центров, обеспечивающая информационно-аналитическое обеспечение государственного управления в условиях кризисных ситуаций. Она включает центры органов государственной власти федерального уровня (ситуационные центры Президента РФ, Совета Безопасности РФ, Контрольного управления Президента РФ, ФСО, ФСБ, МЧС, внутренних войск МВД России, Минкомприроды, Росатома т др.), полномочных представителей Президента РФ в Федеральных округах, глав субъектов РФ, создается ситуационный центр МИД России. Все они образуют взаимосвязанную систему, обеспечивающую обмен информацией и координацию принимаемых решений [1; 2].

Подобные структуры имеются и за рубежом. В частности, в работах американских исследователей можно найти не только описание их деятельности, их задач и методов контроля, но и критические обзоры, направленные на выдвижение предложений по повышению эффективности работы таких учреждений с целью получения более точных, более реалистичных прогнозов и выработки на этой основе более адекватных поставленным целям решений [6; 9; 11; 13].

Неопределенность относительно будущего не является непреодолимым препятствием для ситуационного планирования, но скорее основанием для постановки вопроса, каковы условия успешного ситуационного планирования, и каковы критерии его оценки как успешного? Ответ на этот вопрос лежит на пути обсуждения условий, при которых ситуационное планирование может реально обеспечить использование ситуационного подхода как своеобразной идеологии для разработки плана или системы взаимосвязанных планов, которые могли бы выполнять функцию «чертежей» для кризисных менеджеров и, в то же время, обеспечить гибкость действий в зависимости от конкретных сценариев развертывания кризисных событий.

При всей важности интуиции в планировании и принятии управленческих решений, ситуационное планирование должно строиться на рациональных основаниях. Это требование английские исследователи Г. Вебб и Ф. Шеврю формулируют как «максимум успешности» ситуационного планирования, которое остается «успешным» до тех пор, пока «оно рационально, учитывая, что оно включает в себя взаимодействие, согласованность и предсказуемость, в то время как кризис предполагает неопределенность, дефицит информации и жесткие временные рамки» [18, 168]. Мы лишь добавим, что рациональность ситуационного планирования позволяет добиться со-

гласованности оценок лицами, анализирующими те или иные антикризисные стратегии – важное требование для адекватной передачи стратегического замысла кризисным менеджерам.

Антикризисное управление обычно рассматривается как комплекс мер, которые можно разделить на три стадии: предкризисный этап (к которому относится ситуационное планирование), собственно управление в условиях кризиса – кризисный менеджмент, и посткризисный этап, где проводятся восстановительные мероприятия и разрабатываются меры по повышению кризисной устойчивости организации в будущем.

Так как успех антикризисного управления определяется как качеством ситуационного планирования, так и навыками, опытом управленцев, осуществляющих кризисный менеджмент, целесообразно рассмотреть ситуации, когда качество ситуационного планирования и качество кризисного менеджмента варьируют в широком диапазоне: от «успешного» до «неуспешного» и от «эффективного» до «неэффективного» (см. рис. 1).

| | | | |
|----------------------------------|------------|---|---|
| Ситуационное планирование | Неуспешное | II Стратегия с опорой на кризисный менеджмент | III Стратегический провал |
| | Успешное | I Максимально успешная антикризисная стратегия | IV Неэффективная антикризисная стратегия |
| | | Эффективный | Неэффективный |
| | | Кризисный менеджмент | |

Рис. 1. Матрица оценки антикризисной стратегии, базирующейся на ситуационном планировании

Ключевым моментом здесь является понимание того, что «успешное» докризисное ситуационное планирование, не обязательно приводит к эффективному кризисному менеджменту и, соответственно, наоборот: эффективный кризисный менеджмент может сочетаться как с успешным, так и неуспешным ситуационным планированием.

Более детально такое понимание может быть раскрыто путем сопоставления диапазона возможных связей между ситуационным планированием и результатами кризисного менеджмента. При этом мы обоснуем, что связь между качеством ситуационного планирования и результатами кризисного

менеджмента гораздо слабее, чем это часто предполагается. Для этого рассмотрим четыре основных типа связи.

(I). *Успешное ситуационное планирование + эффективный кризисный менеджмент = максимально успешная антикризисная стратегия.* Такое сочетание, в случае реализации его на практике, часто рассматривается как наиболее действенный довод в пользу ситуационного планирования. При этом предполагается, что кризис был успешно преодолен, а его негативные последствия ликвидированы в максимально короткие сроки [6; 14]. Успех в этом случае во многом определяется большой и долговременной предварительной работой, предполагающей не только рассмотрение различных сценариев возникновения кризисной ситуации, но и аккумуляцию и эффективное распределение ресурсов, управленческих ролей, сфер ответственности должностных лиц, проверку их управленческой квалификации, подготовку вариантов решений, проектов приказов, распоряжений и т.д.

(II). *Неуспешное ситуационное планирование + эффективный кризисный менеджмент = стратегия с опорой на кризисный менеджмент.* Эта стратегия может быть также названа как «стратегия выдающегося кризисного менеджмента», который привел к желательным результатам, несмотря на ошибки и неудачи в ситуационном планировании. Здесь креативность мышления кризисных менеджеров, их способность к импровизации могут играть ключевую роль в формировании ответной реакции на кризис — достаточно типичная ситуация для организаций, где не ведется систематического антикризисного планирования, однако менеджмент в случае наступления чрезвычайной ситуации действует уверенно, демонстрируя способность к гибкому, творческому управлению.

(III). *Неуспешное ситуационное планирование + неэффективный кризисный менеджмент = стратегический провал.* В данном случае существенные ошибки в планировании или даже отсутствие ситуационного планирования являются факторами, играющими решающую роль в неэффективном ответе на кризис. Ситуация развивается по наихудшему сценарию, если кризис развивается на фоне бездействия или ошибочных действий недостаточно квалифицированных для осуществления кризисного управления менеджеров.

(IV) *Успешное ситуационное планирование + неэффективный кризисный менеджмент = неэффективное АКУ.* Данный сценарий предполагает, что, несмотря на хорошо разработанный план, предполагающий рассмотрение различных сценариев развития кризиса и достаточную подготовку управленцев для действий по каждому из сценариев, результатом, тем не менее, (в той или иной степени) был неэффективный ответ на кризис. Это не предполагает полного провала, скорее речь идет о преодолении кризиса, но ценой необоснованных жертв, неэффективного, чрезмерно затратного использования ресурсов, как это было, например, при ликвидации Чернобыльской аварии, чему имеются многочисленные свидетельства.

Такое развитие событий может породиться неверной оценкой ситуации, неправильным выбором первостепенных средств для приостановки развития кризиса, отсутствием достаточно квалифицированных управленческих кадров и многими другими причинами, не позволившими в полной мере использовать лучший сценарий ситуационного плана. Р. Роснесс в этой связи справедливо отмечает, что «в случае решений, принимаемых в условиях неопределенности, катастрофический результат не обязательно указывает на плохое решение, и успех не обязательно является результатом хорошего принятия решений [15].

Однако в отличие от предыдущего случая, в этой ситуации кризисный менеджмент все-таки достиг искомого результата: кризис был остановлен, его наихудших последствий удалось избежать, однако при значительных материальных, моральных и временных издержках. Таким образом, антикризисное управление в этом случае может быть оценено как результативное, но не эффективное (т.е. искомый результат был получен отнюдь не лучшим способом). Характеризуя подобного рода ситуации, М. Хаберфельдт и Л. Кларк пишут: «Даже самые хорошо составленные планы могут оказаться бесполезными. Путаница может царить даже тогда, когда сценарии поведения в условиях кризиса были тщательно продуманы, роли расписаны, ресурсы сконцентрированы. Организации могут не следовать своим собственным планам, даже если их польза очевидна. Руководители и специалисты организаций могут игнорировать или даже просто быть не в состоянии понять то, что противостоит им. Быстрые и разрушительные возможности некоторых кризисов (особенно на вершинах уже созданных систем) могут сокрушить планы в считанные секунды» [10, 57].

Четыре различных сценария, приведенных выше, иллюстрируют сложную, нелинейную и порой непредсказуемую взаимосвязь между ситуационным планированием и результатами кризисного менеджмента. В этой связи Р. Соуден справедливо отмечает, что «планирование и успех не всегда совпадают, связь между ними может быть крайне непрочной или же полностью отсутствовать» [17, 57].

Ситуационное планирование не является гарантированным рецептом для обеспечения успешного антикризисного управления, но при этом было бы опрометчивым от него отказываться. В мире, где непредсказуемые и разрушительные кризисы стали обыденностью, государственной власти необходимо планирование на случай чрезвычайных ситуаций для обеспечения общественного спокойствия и политической стабильности. Организации также нуждаются в нем для аналогичных целей.

Проблема состоит в том, что такие «политические» достижения дается недешево. Процессы планирования и сами планы, часто конкурируют между собой, и в целях победы в такой конкуренции они политизируются, обрастают обещаниями обеспечить политической власти в случае кризиса не снижение, а повышение ее престижа, поддержку общественным мнением предпринимаемых властями антикризисных мер. Такая «скрытая повестка

дня» может снижать эффективность ситуационного планирования (за счет удорожания ресурсов), в случае наступления кризиса отвлекать усилия для выполнения разного рода факультативных задач, предусмотренных ситуационным планом, и если эта ситуация попадет в поле зрения оппозиционных сил, критика кризисных действий политической власти обретет дополнительные и весомые аргументы.

Должностные лица и политические субъекты, участвующие в планировании, не должны быть освобождены от критики и контроля, но также и не должны третироваться за несоответствие планов политическим ожиданиям. Ситуационное планирование не является ни простым рецептом для достижения успеха, ни политической футурологией. Оно сочетает оба этих элемента. Необходимо более сбалансированное понимание, если мы хотим обладать справедливыми и реалистичными ожиданиями относительно того, что государственные власти могут сделать, чтобы подготовиться к кризисам, стихийным бедствиям и катастрофам.

Список литературы

1. Душкин Р.В. Ситуационные центры как структурные элементы системы отраслевого и государственного управления [Электронный] / режим доступа. URL: www.stinscoman.ru/, дата обращения: 12.04.2017
2. Ильин Н.И. Система распределенных ситуационных центров [Электронный] / режим доступа. URL: [http://www.gos-is.ru/wp-content/uploads/2016/05/BTU_Suharev_Ilin.pdf/](http://www.gos-is.ru/wp-content/uploads/2016/05/BTU_Suharev_Ilin.pdf), дата обращения: 08.08.2017.
3. Линдгрэн, М., Бандхольд, Х. Сценарное планирование. Связь между будущим и стратегией. М.: Олимп Бизнес. 2009.
4. Aaken H., Lindblandt M. Contingency planning for large-scale floods in the Netherlands // Journal of Contingencies and Crisis Management. 2010. Vol. 18. No.1. Pp. 55-69.
5. Alexander D. Principles of emergency planning and management. N.Y.: Oxford University Press. 2012.
6. Alexander D. Scenario method in emergency management // Disaster prevention and management. 2011. Vol. 21. No. 2. Pp. 224-238.
7. Bostrom N., Cirkovic M. Global catastrophic risks. Oxford: Oxford University Press. 2008.
8. Contingency planning guide. Geneva: International Federation of Red Cross and Red Crescent Societies. 2012.
9. Eriksson K., Allan McConnell A. Contingency planning for management // Policy and Society. 2011. Vol. 30. Pp. 89–99.
10. Haberfeld M., Clarke C. Police organization and training: innovations in research and practice. N.Y., Springer. 2011.
11. Lagadec P. Preventing chaos in a crisis: Strategies for prevention, control and damage limitation. L.: McGraw-Hill. 1993.
12. Pawson R. Evidence-based policy: a realist perspective. L.: Sage. 2013.

13. Perry R., Lindell M. Preparedness for emergency response: Guidelines for the emergency planning process // *Disasters*. 2013. Vol. 27. No. 4. Pp. 336-350.
14. Perry R., Lindell M. *Emergency planning*. Hoboken: John Wiley & Sons. 2007
15. Rosness R. A contingency model of decision-making involving risk of accidental loss // *Safety Science*. 2009. Vol. 47. Pp. 807-812.
16. Schedler A. Mapping contingency // I. Shapiro, S. Bedi (Eds.). *Political contingency: studying the unexpected, the accidental, and the unforeseen*. NY: New York University Press. 2007. Pp. 54-78.
17. Sowden R. *A Practical Guide to Project Planning: A Step-by-step Approach*. Kiddle Edition. 2016.
18. Webb G., Chevreau F. Planning to improvise: the importance of creativity and flexibility in crisis response // *International Journal of Emergency Management*. 2006. Vol. 3. No. 1. Pp. 66-72.

МИФОЛОГИЯ, КОТОРАЯ КОНСТРУИРУЕТ НАШУ РЕАЛЬНОСТЬ

Лариса Леонидовна Геращенко,
кандидат искусствоведения,
доктор философских наук,
доктор богословия

Рассматривая миф как способ конструирования реальности в контексте современной рекламы, хотелось бы отметить назревшую необходимость междисциплинарного диалога: философии, социологии, искусствоведения, культурологии. Такой подход поможет преодолеть научную субъективность, характерную для каждой из этих наук, выработать критерии не только эффективности с точки зрения продаж рекламируемого товара, но и допустимости различной рекламы, в точки зрения опасности, которую она может представлять, как для психики потребителей, так и для общества в целом.

Впервые понятие социального конструирования реальности исследовано П. Биргером и Т. Лукманом в их совместном исследовании «Социальное конструирование реальности». Прежде всего, подчеркивая факт относительности таких слов, как «знание», «социальный», «реальность», ученые отмечают усиление интереса к этой проблеме: «То, что «реально» для тибетского монаха, не может быть «реальным» для американского бизнесмена. «Знание» преступника отличается от «знания» криминалиста. Отсюда следует, что для особых социальных контекстов характерны специфические агломераты «реальности» и «знания», а изучение их взаимосвязей - предмет соответствующего социологического анализа». (Биргер П., Лукман Т. *Социальное конструирование реальности*. М., 1996, с. 3.)

Таким образом, потребность в исследовании социального конструирования реальности возникает в том случае, если становятся заметными различия между обществами в понимании того, что они вкладывают в само понятие «знания». Рассматривая его эволюцию, П. Биргер и Т. Лукман называют изучающую его дисциплину социологией знания. Задачи данной науки заключаются в следующем:

- выявить способы, посредством которых реальность становится познанной с позиций того или иного общества;
- изучать эмпирическое многообразие различных видов и форм знаний, которые существуют в разное время в различных человеческих обществах;
- разъяснить закономерности процессов, с помощью которых любая система знания признается социумом как реальность.

Согласно мнению П. Биргера и Т. Лукмана, социология знания должна изучать все то, что обществом включается в понятие «знания», учитывать обоснованность или необоснованность любого из вариантов существующего понятия. Принимая во внимание, что любое знание постоянно развивается, передается и сохраняется в различных социальных ситуациях, социология знания должна осознать эти процессы, открыть секрет механизма превращения потенциального знания в само собой разумеющуюся реальность. Все эти процессы исследования соотношения и взаимопроникновения знания – в реальность и реальности – в знание, обобщаются в предмет социологии знания – анализ социального конструирования реальности.

Как известно, термин «социология знания» (*Wissenssoziologie*) был введен в употребление в 1920 г. немецким философом М. Шелером, что существенным образом повлияло на его понимание этой научной дисциплины. Возникнув в рамках философии и знаменуя собой определенный этап интеллектуальной мысли немецких философов, социология знания была помещена в конкретный исторический и научный контекст. Следствием этого стала ее так называемая «периферийность», предназначенность для решения конкретных социально-исторических задач нации.

Американских и западноевропейских ученых не слишком волновали проблемы Германии, поэтому некоторое время эту дисциплину считали временной, которой суждено было после решения ряда социальных немецких проблем исчерпать себя и исчезнуть. Более того, американские ученые видели во взаимосвязи социологии знания с первоначальными ее проблемами теоретическую слабость и считали это существенным недостатком.

Сторонники этой новой науки для того, чтобы продлить ей жизнь, стали рассматривать ее предметом социологического истолкования истории различных идей, впоследствии это привело к сужению сферы применения и теоретической значимости социологии знания. В том случае, если попытаться рассмотреть эту науку с позиций ее дальнейшего развития, то можно обозначить круг включенных в нее научных интересов следующим образом: расширение теоретических рамок, которые стали включать в себя не только

узкие рамки социальных, национальных интересов; исследование в контексте этой науки структуры обыденного мышления в мире повседневной жизни.

Обыденное мышление стало предметом научных работ А. Шюца, который не разрабатывал непосредственно социологию знания в узком ее значении, но описывал новые горизонты ее применения. видел, на чем эта дисциплина должна сосредоточить свое внимание. А. Шюц писал: «Все типизации обыденного мышления сами являются интегральными элементами конкретно-исторического и социально-культурного жизненного мира (Lebenswelt), в рамках которого! они считаются само собой разумеющимися и социально признанными. Наряду с другими вещами их структура определяет социальное распределение знания, его относительность и соответствие конкретному социальному окружению конкретной группы в конкретной исторической ситуации. Здесь находят свое основание проблемы релятивизма, историцизма и так называемой социологии знания». (Schutz A. Collected Papers, Vol. I. – Nijhoff, 1962, p. 149.)

Согласно исследованиям А. Шюца, любое знание социально распределяется, и механизм этого распределения может быть предметом изучения социологической дисциплины. Ученый считал, что так называемая социология знания – дисциплина, неправильно названная, следствием чего стал ее неверный подход к проблеме социального распределения знания исключительно под углом идеологического обоснования истины. Истина же, как правило, зависит от конкретных социальных и экономических условий жизни исследуемого общества, от социального контекста образования или от выполняемой индивидом той или иной социальной роли. Последний факт оказался неучтенным в силу того, что проблемой социального распределения истины занимались не социологи, а экономисты и философы, «вписывая» результаты своих анализов в собственные философские концепции.

Те или иные объекты, процессы, явления, с которыми сталкивается человек, представляются его сознанию как составляющие элементы разных сфер реальности. Практически каждый человек осознает, что люди, с которыми он сталкивается в повседневной жизни, имеют отношение к иной реальности, нежели та, которую представляет себе сам человек.

Таким образом, возникают и сталкиваются друг с другом две параллельно существующие системы реальности: реальность данного человека с точки зрения его собственных бесплотных образов фантазий, иллюзий и сновидений; реальность того же человека, но под углом зрения окружающих его людей: одним словом, их взгляд на его реальность.

Две системы реальности вызывают в сознании совершенно различное напряжение, и внимание к ним человека зависит от ряда факторов оно не стабильно и не одинаково. Можно сказать, что подобным образом сознание человека способно перемещаться из одной реальности – в другую, каждая из которых распадается еще на ряд «подреальностей». Говоря иными сло-

вами, индивид осознает мир состоящим из множества реальностей, в зависимости от его потребности в той или иной из них, он воспринимает одновременно существующие другие реальности как некое препятствие к той – самой важной в данный момент реальности, – в которой он испытывает сейчас потребность.

Однако самой главной среди реальностей оказывается реальность повседневной жизни, в силу ее самой большей актуальности, индивид придает ей привилегированное положение, воспринимая, как высшую и самую значимую. Современное бытие вызывает у индивида постоянное чувство тревоги, что способствует восприятию самого напряжения как значимого, заставляет быть более внимательным ко всему тому, что условно можно обозначить как обыденная или повседневная жизнь.

Таким образом, установка человека на высшую значимость окружающей его обыденности (повседневности) становится очевидной: жизнь в рамках этого напряжения воспринимается как естественная и самая актуальная. При этом стоит отметить, что реальность повседневной жизни, в большинстве своем, социально упорядочена: ее нормы и правила систематизированы в образцы социального поведения; она конструирует тот или иной порядок отношений, существующий независимо от желания человека и его в этом потребности.

Реальность повседневной жизни превращается в объективированную, она предписывает и узаконивает порядок отношений между людьми, явлениями и процессами. Одним из факторов такого регулирования становится язык: именно он, будучи использован в повседневной жизни, постоянно предоставляет человеку те или иные истины и смыслы, устанавливает порядок, регулирующий их личностное восприятие. Можно перечислить следующие ограничения, которые упорядочиваются с помощью языка:

- человек живет в географически определенном месте;
- он выполняет определенную социальную функцию и роль;
- он связан различными переплетениями отношений с окружающими людьми;
- он является профессионалом в определенной области, которая тоже обязывает его воспринимать людей и явления строго определенным образом.

Все эти факторы, вместе взятые, порождают у индивида потребность в поиске и обретении вечных смыслов, становятся порождением так называемых символических универсумов, одним из которых является мифология. П. Биргер и Т. Лукман рассматривают ее в качестве архаичной формы легитимации, которая создает новые значения для интеграции тех значений, которые уже свойственны различным институциональным процессам. Легитимации разделяются П. Биргером и Т. Лукманом на когнитивные и нормативные, концептуальные механизмы которых поддерживают символические универсумы, поэтому всегда содержат систематизацию различных их

форм: тех, которые пока существуют в наивной форме; тех, которые начинают превращаться в символические универсумы.

П. Биргер и Т. Лукман пишут: «Материал, из которого конструируются легитимации, поддерживающие универсумы, по большей части представляют собой развитие легитимации нескольких институтов, разработанных и усовершенствованных на более высоком уровне теоретической интеграции. Так, обычно существует связь между объяснительными и поучительными схемами, служащими легитимациями на более низком теоретическом уровне, и возвышенными интеллектуальными конструкциями, объясняющими устройство космоса». (Биргер П., Лукман Т. Социальное конструирование реальности. М., 1996, с. 54.)

Ученые считают, что не имеет смысла детально обсуждать различные концептуальные механизмы поддержания универсума, которые предоставляются историей, это слишком объемный и трудоемкий процесс. П. Биргер и Т. Лукман выделяют следующие основные типы концептуальных механизмов: мифология; теология; философия; наука.

Говоря о мифологии, как об особой архаичной форме легитимации вообще, они считают, что она является необходимой фазой в развитии человеческого мышления как такового. Это связано с тем, что все древнейшие, дошедшие до наших дней концептуализации поддержания универсума являются мифологическими по форме. Исходя из данного заключения, П. Биргер и Т. Лукман определяют мифологию как концепцию реальности, которая полагает постоянное проникновение священных сил в мир обыденности или повседневности. Данная концепция строится на предположении непрерывной взаимосвязи между социальными и космическими явлениями, точно так же, как и между соответствующими им легитимациями.

Таким образом, вся реальность превращается в единство, представляющее собой переплетение многочисленных миров и существований, а мифология как концептуальный механизм оказывается ближе всего к наивному уровню символического универсума, который может восприниматься как объективная реальность. Мифология как символический универсум особенно дает о себе знать тогда, когда традиции становятся проблематичными, либо в обществе ощущается активное их отторжение. Метаморфозы мифологической реальности могут обретать самые разнообразные формы, реконструируя с их помощью так называемую повседневную реальность.

Одновременно с этой тенденцией, мифология близка наивному уровню мышления, что не означает простоты толкования мифов. Мифологическое учение по сути своей подобно тайному знанию, оно являет собой своеобразный экзотерический запас знания, даже сам «инструментарий» носит эзотерический характер. Доказательством этого служит, по мнению П. Биргера и Т. Лукмана «рекламу» современных кружков специалистов в области мифологических толкований. Называя такую рекламу фокусничеством, авторы книги «Социальное конструирование реальности» считают, что такое фокусничество живо и сегодня.

Однако стоит провести разделительную грань между обществами, в которых господствует мифологический универсум, и обществами, где мифологии присутствуют, но не являются господствующими. Различия заключаются в следующем:

- более развитые мифологические системы стремятся к упразднению противоречий и к поддержанию мифологического универсума в теоретически интегрированных терминах;
- системы с мифологическим универсумом «переводят» канонические представления в область теологического мышления, которые находятся на ступень выше так называемого наивного мышления;
- системы с мифологическим универсумом оперирует понятиями «между» человеческим миром и миром богов в отличие от теологического мышления, которое пытается найти посредника между этими двумя мирами.

Следствием описанных процессов становится равнодушие большинства людей ко всякого рода изощренным теориям, существующим для поддержания универсума. Теории эти, как правило, придумываются специалистами-теологами, которые пытаются соединить массовую наивную мифологию с теоретическим богословием. Задачей такого воссоединения является поддержание разрушающегося на глазах социального символического универсума, с помощью которого можно управлять желанием и поведением масс.

Способы и типы концептуального оправдания того или иного символического универсума могут иметь бесчисленное количество модификаций и комбинаций, к числу основных могут быть отнесены два способа поддержания символического универсума: терапия, отрицание.

П. Биргер и Т. Лукман описывают терапию следующим образом: «Терапия включает применение концептуальных механизмов с той целью, чтобы актуальные и потенциальные девианты пребывали в рамках институционализированных определений реальности. Иными словами, нужно помешать "обитателям" данного универсума сделаться "эмигрантами". Это осуществляется путем применения аппарата легитимации к индивидуальным "случаям". Поскольку, как мы видели, всякое общество сталкивается с опасностью индивидуальной девиации, терапия в той или иной форме может считаться глобальным социальным феноменом». (Там же, с. 64.)

Варианты конкретной реализации терапии могут быть разнообразными: экзорцизм, психоанализ, программы психологической личностной консультации. Так или иначе, все эти формы являют собой категорию социального контроля. Поскольку терапия, в подавляющем большинстве случаев имеет дело с девиациями с позиций общепринятых определений реальности, ее задачей становится разработка концептуальных механизмов, которые могли бы учитывать все виды отклонений и в нужной степени поддерживать их реальности. Эта формы терапии требует определенных знаний:

теории девиации, диагностического аппарата и наличия концепции излечения душевной болезни.

С позиций социума любое отклонение от нормы будет требовать терапевтической практики, под которую непременно подведется концептуальное обоснование. Составной частью теории обоснования, как правило, становится «теория отклоняющегося поведения», которая таким образом предохраняет социум от опасности. Вторым этапом становится система диагностических понятий, которые тоже должны быть подведены под социальные требования и вписываться в общую концепцию. Конечная цель всего этого «устройства» – обнаружить неудобную для социума в данный момент «латентную гетеросексуальность» и заранее искоренить ее.

Своеобразным инструментарием становится также свод письменно изложенных теоретических обоснований необходимости лечения, дополненный каталогом соответствующих техник с адекватным теоретическим обоснованием. Наличие такого каталога расширяет круг людей, которые могут «помочь» социуму, не являясь соответствующими специалистами.

Одним из существенных рычагов управления ненужными социуму отклонениями становится чувство вины индивида, но это «работает» только в том случае, если его первичная социализация была успешной, и у него имеются социальные цели и потребности. Следствием подобных манипуляций с пациентами становится теория сопротивления, которая делает вид, что учитывает индивидуальность пациента, и теория контр-переноса, которая, опять-таки, с нужных социуму позиций, объясняет сомнения терапевта. Показателем успешной терапии становится равновесие между навязанной обществом концепции реальности и ее субъективным принятием больным индивидом.

Подобный возврат пациента к повседневной реальности необходим социуму, однако он способствует разрушению символического универсума общества. П. Биргер и Т. Лукман пишут: «Терапия использует концептуальную машинерию для того, чтобы удерживать всякого в рамках данного универсума. Аннигиляция в свою очередь использует сходные механизмы для концептуальной ликвидации всего, что находится вне этого универсума. Эту процедуру можно описать как род негативной легитимации. Легитимация поддерживает реальность социально сконструированного универсума; аннигиляция отрицает реальность любого феномена и его интерпретации, которые не подходят этому универсуму». (Там же, с. 65.)

Отрицание реальности может происходить двумя путями:

- девиантному поведению может придаваться оценочный, негативный онтологический статус;
- индивидам, которые ведут себя девиантно по отношению к социуму, угрожают отказом в социальной адаптации и реализации, более того, низвержением их за пределы социума.

На наш взгляд, современная реклама активно использует оба эти способа: безусловно, негативно оценивает отклоняющееся, с точки зрения социума, поведение индивида, а также угрожает отказом в социальном принятии девиантного субъекта. Более того, с помощью рекламы в социуме вычленяется так называемый «низший онтологический статус», которым наделяются все, кто не соответствует виду реальности, который принят в настоящий момент обществом.

В качестве красноречивого примера может быть приведена ситуация с так называемой «угрозой соседствующих антигомосексуальных групп», которая может концептуально ликвидироваться социумом гомосексуалистов при помощи массовой оценки их поведения как «недочеловеческого». В понятие приемов и способов аннигиляции включается также попытка объяснить все отклоняющиеся определения на основе понятий собственного, актуального в настоящий момент для социума универсума. С девиантными концепциями, которым давно уже приписан негативный статус, начинается теоретическая борьба, ее целью является подчинение девиантных концепций социальному универсуму.

П. Биргер и Т. Лукман подчеркивают: «Если символический универсум предназначен для постижения всей реальности, то ничему не дано остаться за его концептуальными пределами. Хотя бы в принципе его определения реальности должны охватывать бытие во всей его целостности. Концептуальные механизмы, с помощью которых этого добиваются, по уровню своей изощренности были исторически весьма различными. In pace они появляются, как только происходит кристаллизация символического универсума». (Там же, с. 66.)

Таким образом, применительно к современной рекламе, можно сказать, что социология знания помогает осознать индивидуальную человеческую реальность как реальность социально сконструированную. Поскольку само понятие «конструирования реальности» традиционно было центральной проблемой философии, то у данного понимания есть философские недостатки:

- недостаточно учтен индивидуальный человеческий фактор;
- недостаточно разработан концептуальный аппарат, позволяющий анализировать индивидуальные символические реальности и соотносить их с общепринятыми социумом, повседневными реальностями.

Базируясь на концепции П. Биргера и Т. Лукмана и перенося ее на процессы, происходящие в современной рекламе, можно обнаружить ряд интересных закономерностей. Кроме того, данный подход к рекламе позволяет определить основные функции рекламы в контексте конструирования мира с помощью мифологических приемов:

- формировать образные представления о социальной престижности;
- способствовать возникновению ажиотажного отношения к тому или иному виду товара или услуги;

- «приручать» культуру с помощью технических, современных и старинных вещей.

Все эти функции могут быть отнесены к основной – формированию нужного для социума функционирования каждого потенциального потребителя рекламной продукции. Привычка к функционированию заставляет человека окружать себя «функционально-прирученными» вещами, некоторые из них становятся носителями мифологических традиций и символически возвращают индивида в давно забытое прошлое. К числу последних можно отнести предметы, которые не несут на себе непосредственно потребительской цели: они функционально не пригодны, но сам факт обладания ими создает их обладателю иллюзию сакральности своей повседневной жизни.

Постепенно предметы, которые несут на себе некую символическую нагрузку, превращаются в нечто более значимое, чем повседневность, обладание ими становится престижным, диктуя определенные виды и способы рекламы. В последнее десятилетие современная реклама предлагает потребителю нефункциональные предметы, наделяя их мифологическим смыслом в целях структурирования мира.

К этому вопросу неоднократно обращались в своих исследованиях представители постмодернизма. Так, например, Ж. Бодрийар в книге «Система вещей» выделяет понятие «вещи, абстрагированной от функции», в качестве примера он приводит холодильник, как средство для охлаждения продуктов: «Он служит практическим опосредованием — это не вещь, а холодильник. Именно поэтому я им не обладаю. Обладать можно не орудием, отсылающим нас к миру, но лишь вещью, абстрагированной от своей функции и соотношенной с субъектом. На данном уровне все предметы обладания причастны одной и той же абстракции и отсылают друг к другу в той самой мере, в какой они отсылают лишь к субъекту. Тогда они организуются в систему, благодаря которой субъект пытается восстановить для себя мир как некую частную целостность». (Бодрийар Ж. Система вещей. – М., 2001, с. 97.)

Следуя за мыслью Ж. Бодрийара, можно прийти к выводу о том, что у каждого предмета две функции:

- первая – быть используемой: она связана с так называемым полем практической тотализации мира субъектом;
- вторая – быть обладаемой, связанная со стремлением к абстрактной самототализации субъекта вне мира.

Эти две функции, по мнению Ж. Бодрийара, находятся в обратном соотношении друг к другу: машина может быть наделена социальным статусом, а может стать предметом коллекции. Таким образом предмет или рекламируемый товар теряет свою функциональность, становится просто вещью обладаемой.

Ж. Бодрийар пишет: «Не определяясь более своей функцией, вещь квалифицируется самим субъектом; но тогда все вещи оказываются равноценны в плане обладания, то есть страсти к абстракции. Одной вещи уже не

хватает, для полноты проекта всегда требуется серия вещей, в пределе — их всеобъемлющий набор. Поэтому обладание какой бы то ни было вещью несет человеку одновременно и удовлетворение и разочарование: за нею беспokoяще проглядывает целая серия». (Там же, с. 97.)

Рассматривая предметы и вещи в их объективной и субъективной систематизации, Ж. Бодрийар относит к объективной систематизации расстановку и среду, а к субъективной — коллекции. Их коннотации подчинены задаче определенным образом структурировать окружающее пространство и человеческие отношения.

Современная реклама порождает функциональные мифологии техники, которые имеют тенденцию к обожествлению: техника пытается подчинить себе мир предметов и человеческих отношений, определенным образом, возвышаясь над ними.

Эта проблема также рассматривалась Ж. Бодрийаром, пути выхода из подобной опасной тенденции ему представлялись следующие:

- необходимо помочь осознать потребляющему большинству проблему нестабильности любого рекламируемого предмета, потому что обладание им превращается в психическую травму, а наличие имеет своим следствием иллюзию самореализации и гармонии собственного существования;
- важно пересмотреть социальные представления о рациональности целей и способов их достижения.

Ж. Бодрийар называет эти два важных аспекта «социоэкономической системой производства» и «психологической системой проекции», по его мнению, они способствуют разрушению функциональности существования. К числу функциональных мифологий, порождаемых рекламой, он относит также миф о непрерывном развитии техники и человеке, который обязан от нее не отстать.

Реклама создает также миф об идеальной конвергенции техники, а впоследствии и потребления, прикрывая тем самым ложные целесообразности в социуме. Трудно представить себе гармонию развития технических средств, в то время, как отношения между людьми становятся разрушительными и регрессивными, как правило, происходит так, что развивающаяся техника начинает структурировать людей.

История цивилизаций и культур доказывает, что индивид и общества тесно взаимосвязаны с технико-функциональными особенностями развития, что впоследствии приводит к тому, что техника и вещи превращаются в подобных людям рабов. Данный процесс становится результатом структурирования: человек начинает страдать из-за нехватки в арсенале его обладания последних достижений технического прогресса, принося в жертву взаимоотношения с окружающими его людьми.

Так, поддерживаемый рекламой, человек начинает жить жизнью вещи. Против этого процесса выступают, опять-таки представители постмодернизма. Ж. Бодрийар отмечает: «Вещи как бы болеют раком: безудержное

размножение в них внеструктурных элементов, сообщающее вещи ее самоуверенность, — это ведь своего рода опухоль. А между тем именно на таких внеструктурных элементах (автоматике, аксессуарах, несущественных отличиях) зиждется вся система моды и управляемого потребления. Именно к ним, как к своему завершению, стремится техническая эволюция. В них вещь, изначально перенасыщенная, внешне пышущая здоровьем в своих метаморфозах, истощается в судорожно-броских изменениях формы». (Там же, с. 138.)

Полностью соглашаясь с Ж. Бодрийаром в том, что с точки зрения техники перемены в форме и стиле суть признаки незрелости, мы не принимаем его позиции о неизбежности того момента, когда вещи станут заменой человеческих отношений. Мы считаем, что порожденная рекламой функциональность такого рода – явление временное, одним из способов преодоления этого периода является массовое его осознание. Достаточно понять причину происходящего, и меняется к нему отношение, разрушая, таким образом, навязанное рекламой структурирование мира.

Гораздо сложнее, на наш взгляд, понимание этих процессов будет происходить на Западе, где господствуют философские и психологические теории, «научно» подтверждающие неизбежность взаимоотношений «человек человеку – вещь». К числу таких ученых можно отнести Э. Дихтера, «знатока» глубин и тайн мотивации потребителей: он считает, что любое напряжение, любой индивидуальный или коллективный конфликт разрешимы посредством некоторой вещи. Таким образом, обладание вещью превращается в главную жизненную стратегию потенциального потребителя, не позволяя ему даже усомниться в обратном.

Отечественная реклама пытается структурировать жизнь потребителя подобным образом, подменяя человеческие конфликты удобной социуму концепцией потребности в рекламируемом предмете или услуге:

- создать при помощи рекламы потребность в вещи или услуге, убедить человека в том, что без нее он не обойдется;
- потом в нужный момент «помочь» потребителю решить иллюзорную проблему, созданную рекламой.

На наш взгляд, мнение Ж. Бодрийара о том, что «в нашей цивилизации машина отнюдь не является знаком могущества социального строя, но знаменует нередко его бессилие и паралич». (Там же, с. 139.) Однако мы полностью согласны с тем, что подобный отвлекающий маневр – замены ценности человеческих отношений ценностью обладания конкретным рекламируемым товаром – впоследствии дорого обходится культуре и тому же социуму.

Ж. Бодрийар выделяет три уровня, на которых параллельно может происходить техническая эволюция:

- техническое структурирование самой вещи соответственно потребностям в ней;

- параллельное структурирование окружающего человека мира и природы, формирование у потребителя ощущения победы над пространством, контроля над силами природы;

- структурирование человеческих взаимоотношений, человек становится все больше «мобильным» и закрытым, ориентированным на обладание предметами как подтверждение своей самореализации.

Ученый отмечает необходимость техники, как некоего посредника между людьми и миром, но считает это путем наибольшего сопротивления. Путь наименьшего сопротивления представляется ему в создании системы вещей, которые выступают как воображаемое разрешение возможных противоречий между человеком и окружающим миром. В противном случае неизбежно разрушение человека, потому что любая вещь или предмет «пытается» заменить собой человеческие желания и конфликты.

Современная реклама довольно часто борется с теми мифами, которая сама же и создает, к их числу можно отнести миф о господстве человека над природой, а также миф о полностью управляемой энергии либидо. Ж. Бодрийар считает, что задачей современного человека является параллельный процесс: укрощением внешней природы и внутренней природы человека, которая представляется ему как либидинозная энергии. Оба эти нерешенные процессы переживаются индивидом как угроза его существованию.

Ж. Бодрийар пишет: «Бессознательная экономика системы вещей представляет собой аппарат проецирования и укрощения (или контроля) либидо с помощью опосредованного воздействия. Достигается двойная выгода: господство над природой и производство жизненных благ. Беда лишь в том, что такая замечательная экономика содержит в себе двойную угрозу для строя человеческой жизни: 1) сексуальность оказывается как бы заколдованной, запертой в строе техники, 2) с другой стороны, этот строй техники искажается в своем развитии под действием конфликтной энергии, которой он нагружен». (Там же, с. 144.)

Два «вида» природы – внутренняя и внешняя – вступают друг с другом в неразрешимое противоречие, становятся порождением регрессивных отношений, как между людьми, так и в мире окружающей человека природы. Выходом из данного «тупика» для постмодернистов представляется «открытие сексуальности», независимой от пытающейся амортизировать технической эволюции.

Технический прогресс имеет тенденцию препятствовать повторяемости регрессивных сексуальных отношений, подменяя их структурой вещей, которая постоянно испытывает соблазн обратного развития, мешающего развитию техники. Подобный соблазн инволюции имеет своим финалом инволюцию в смерть, которая избавит и потенциального потребителя рекламы от целого ряда комплексов и страхов, но породит их новую цепочку, прочно укореняющуюся в обыденном сознании.

Борьба внутренней и внешней природы постепенно переносится на неразрешимый конфликт между внешней сексуальностью и внутренним «я».

Человек чувствует, что находится во власти тех энергий, что были ранее показаны ему рекламой в тех или иных технических изделиях в качестве символического господства над миром. Этот процесс напоминает древнюю мифологическую установку: побеждать рок, одновременно провоцируя его, впоследствии оказывая влияние не только на личностное, но и на социальное развитие. В таком обществе активно рекламируются предметы, полностью или частично нефункциональные, которые создают потребителю те или иные иллюзии, но обрекают на новый виток неразрешимых внутренних конфликтов.

К числу следствий структурирования рекламой мира относится ориентация массового потребителя на соответствие тем или иным моделям и сериям. Об этом пишет Ж. Бодрийар: «Психосоциологическая динамика модели и серии действует, стало быть, не на уровне первичной функции вещей, а на уровне некоей вторичной функции, свойственной вещам «персонализированным» — то есть одновременно подчиненным императиву индивидуальности и заключенным в рамки системы отличий, которая, собственно, и есть система культуры». (Там же, с. 145.)

Любая система создает человеку иллюзию выбора, но только в рамках, установленных ею самой: потребитель может не захотеть купить именно этот рекламируемый предмет, но реклама прочно фиксирует его потребность найти этому предмету соответствующую альтернативу. Такая иллюзия свободы порождает негативные отношения между миром людей и предметов, следствием которой, после разрушения человеческих отношений становится «персонализация» вещей.

Таким образом, происходит «укрощение» рекламой внутренней и внешней природы: потребитель не просто хочет купить нечто необходимое, но личностно вовлекается в нечто трансцендентное покупаемого им предмета. Человек лишается права не выбирать из предложенных рекламой товаров, он вынужден проявить свою «свободу» и, тем самым вступить в те или иные социальные отношения. В качестве примера можно привести покупку машины: потребитель утверждает себя как личность, останавливая свой «выбор» на той или иной марке, реклама которой заранее относит его к той или иной социальной и культурной категории.

Ж. Бодрийар, в связи с этим, замечает: «Самый факт выбора той или иной вещи, с тем чтобы отделить себя от других, уже служит целям общества» (Стюарт Милль). Приумножая число вещей, общество на них переносит способность выбора и тем самым нейтрализует опасность, которую всегда представляет для него этот личностный императив. Отсюда явствует, что понятие «персонализации» вещей — нечто большее, чем прием рекламного внушения; это фундаментальное идеологическое понятие нашего общества, которое через «персонализацию» вещей и представлений стремится достичь еще большей интеграции личностей». (Там же, с. 154.)

Желание каждым индивидом чувствовать себя исключительной личностью так же подтверждается рекламой: каждая марка автомобиля подается

как некая модель, которая ожидает соответствия своего будущего хозяина, не только статусного, но и внешнего. Его одежда, манеры, детали убранства его дома «оказываются» перед вынужденным соответствием выбранной марки.

В этом плане могут быть любопытными приведенные Ж. Бодрийаром следующие примеры из французской рекламы:

- «Эта мусорная корзина абсолютно оригинальна. Ее украсила для вас цветами фирма «Жилак декор»;
- «Этот холодильник — революционное новшество: в нем имеется морозильная камера нового типа и разогреватель для масла»;
- «Эта электробритва — новейшее достижение прогресса: она восьмиугольной формы и антимагнетична». (Там же, с. 154.)

Мусорная корзина, украшенная цветами не имеет своего функционального особенного применения, но позволяет потребителю чувствовать себя индивидуальностью, вряд ли он знает, что такое морозильная камера нового типа, главное при этом, что «это» у него «уже» есть. Таким образом, реклама, используя новинки технического прогресса, персонализирует предметы и переориентирует акцент внимания потребителя: в затянувшихся внутренних и внешних конфликтов на удовлетворение самолюбия. Происходит то, о чем десятилетия назад писал Э. Фромм: иметь становится важнее, чем быть, человек «думающий» и «творящий» заменяется человеком «потребляющим».

Ж. Бодрийар в книге «Система вещей» исследует проблему реликвий как мифологических предметов, структурирующих мир потребителя. Реликвии создают двойное чувство обладания: человек имеет их в качестве собственности и символического смысла, они становятся, своего рода, заступниками, голосами далеких предков, которые помогают понять вечные ценности.

Реликвия служат бегством от повседневности, но ведь известно, что нет лучшего бегства, чем – в детские переживания. Такого рода метафорический побег может присутствовать и в эстетическом переживании произведения искусства, но оно уже требует некоторого рационального прочтения, в то время, как старинная вещь не нуждается в напряжении ума, она сама по себе «живой миф», потому что характеризуется мифическим коэффициентом подлинности.

Реликвия переживается потребителем как совершенный предмет, который существует вне времени и пространства, создавая подобные иллюзии своему владельцу: какой бы она ни была, она щедро дарит ему раз и навсегда запечатленные вековые символы, символически воссоединяет с Отцом и Матерью. В отличие от функционального предмета, который «знаково беден» и соотносится с сиюминутностью, мифологический обладает многослойным смыслом, соотнося себя и владельца со временем предков и с совершенным прошлым природы.

Ж. Бодрийяр приводит в качестве примера туристическую поездку, которая оценивается как интересная в том случае, если сопровождается поисками утраченного времени. В этом, на его взгляд, заключается характерная современности дуальность сознания, которая по сути своей – слабость, сочетающаяся с попыткой ее преодолеть регрессивным путем. Дуальное существование порождает всякого рода двусмысленности: например, современная функциональность переплетается со старинным «декором», представители благополучных социальных слоев окружают себя предметами крестьянского быта. Такая ситуация приучает потребителя прежде, чем понять, для чего служит предмет, присвоить его себе: дает о себе знать «фантазм могущества». Вещь теряет свою функцию, заменяя ее смысловым полем знака.

Ж. Бодрийяр пишет: «Как «дикарь», так и «цивилизованный» улавливают в форме вещи некое «свойство» — один связывает его с современной техникой, другой со стародавними временами пращуров... «Недоразвитый» нуждается в образе Отца как Могущества (в данном случае — могущества колониальной державы); страдающий ностальгией «цивилизованный» — в образе Отца как рожденности и ценности. В первом случае это проективный миф, во втором — инволютивный. И будь то миф о могуществе или миф о первоначале, вещь всегда психически нагружается тем, чего недостает человеку: для «недоразвитого» в техническом предмете фетишизируется могущество, для «цивилизованного» человека технической цивилизации в предмете мифологическом фетишизируются рожденность и подлинность». (Там же, с. 93.)

Тяга к своим корням, которые присутствуют в мифах, удовлетворяет потребность овладения знаками былого, осознания их и одновременного существования:

- быть только собой;
- быть «чьим-то» — наследовать Отцу, происходить от Отца.

Вряд ли современный человек сможет сделать выбор между прометеевским проектом переустройства мира, которое требует поставить себя на место Отца, и ощущением благодати происхождения от первородного существа. В качестве примеров неразрешимости этой дилеммы нередко выступают сами вещи: некоторые из них несут собой настоящее, другие — прошлое, а третьи — увлекают в будущее. Третий вид вещей создает у потребителя современной рекламы хроническое чувство нехватки, которое в некоторой степени компенсируется обладанием старинными вещами. Псевдоаристократическая атмосфера, которую могут создать предметы старины, отчасти компенсирует, во-первых, нехватку аристократичности и благородства их обладателя, во-вторых, они компенсируют быстрое старение вещей современных.

Желание обладать старинными вещами на сегодняшний день — один из способов структурировать собственную реальность, придав ей некую вер-

тикаль, переживание которой отсутствует в социальной и культурной реальности. Отдельно стоит вопрос о том, что индивидуальные характеристики каждой личности и психологические особенности ее восприятия также влияют на конструирование реальности всего общества, но это – предмет отдельного исследования. Безусловным для нас является факт создания современной рекламой новой мифологии, которая грозит всеобщей сменой культурных и социальных ценностей и приоритетов.

Список литературы

1. Биргер П., Лукман Т. Социальное конструирование реальности. М., 1996.
2. Бодрийар Ж. Система вещей. – М., 2001.
3. Schutz A. Collected Papers, Vol. I. – Nijhoff, 1962.
4. Farber M. L Imprisonment as a psychological situation. Unpublished Ph. D. Thesis, State Univ. – Iowa, 1940.
5. Феофанов О. А. США: реклама и общество. – М., 1974.
6. Феофанов О. Реклама. Новые технологии в России. – М., 2001.
7. Фрейд З. Психоанализ. Религия. Культура. М., 1992.
8. Freud S. Selbstdarstellung. – Wien, 1934.
9. Фромм Э. Бегство от свободы. – М., 1990.
10. Фромм Э. Бегство от свободы. Человек для себя. – М., 2000.
11. Фуко М. Археология знания. – Киев, 1996.
12. Фуко М. Интеллектуалы и власть. – М., 2002.
13. Фуко М. Слова и вещи. – Археология гуманитарных наук. – М., 1977.
14. Халаджан М. Н. Искусство коммерческой рекламы. – М., 1994.
15. Чалдини Р. Психология влияния. – СПб., 2001.
16. Шеперт В. Грядущая реклама. – М., 1999.
17. Элвуд А. Основы брендинга: 100 приемов повышения ценности торговой марки. – М., 2002.
18. Эпитейн М. Прото-, или Конец постмодернизма // Знамя, 1996, № 3.
19. Юнг К. Г. Аналитическая психология: Прошлое настоящее. – М., 1995.
20. Юнг К. Г. Архетип и символ. – М., 1991.
21. Юнг. К. Г. О психологии восточных религий и философий. – М., 1994.
22. Юнг К. Человек и его символы. – М., 1997.
23. Jung C. G. Psychology. – London 1939.

МИРОВАЯ ЭКОНОМИЧЕСКАЯ ИНТЕГРАЦИЯ И ТРАНСФОРМАЦИОННЫЕ ПРОЦЕССЫ В XXI ВЕКЕ

ФУНКЦИОНИРОВАНИЕ ЗАРУБЕЖНЫХ НЕФТЯНЫХ КОМПАНИЙ НА РОССИЙСКОМ РЫНКЕ В УСЛОВИЯХ АНТИРОССИЙСКИХ САНКЦИЙ.

Рябинин Евгений Владимирович

*аспирант по специальности «Экономика и управление
народным хозяйством» «Российский экономический университет
имени Г. В. Плеханова»,*

Аннотация: в данной статье рассматриваются механизмы функционирования зарубежных нефтяных компаний на российском рынке в период антироссийских санкций. Актуальность данной темы обусловлена наличием взаимного интереса сторон. В статье раскрыты проблемы взаимодействия зарубежных компаний и России, а также предложен комплекс мер, направленный на их преодоление.

Ключевые слова: санкции, нефтяная отрасль, зарубежные нефтяные компании, нефтесервисных компании, механизм функционирования, инвестиционная привлекательность.

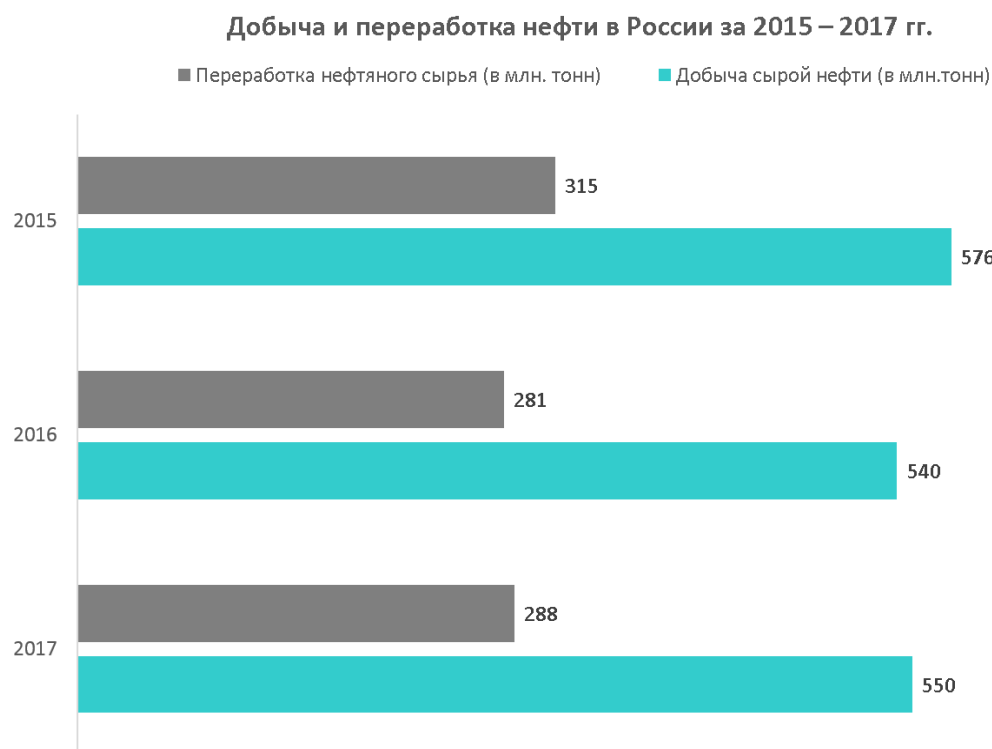
Abstract: in this article, the mechanisms of functioning of foreign oil companies on the Russian market during the period of anti-Russian sanctions are considered. The relevance of this topic is due to the mutual interest of the parties. The article reveals the problems of interaction between foreign companies and Russia, as well as a set of measures aimed at overcoming them.

Keywords: sanctions, the oil industry, foreign oil companies, oilfield service companies, mechanism of functioning, investment attractiveness.

Западные санкции, введенные в 2014 году, послужили крупнейшим за последние десятилетия вызовом российской экономике. Напомним, что в связи с присоединением Крыма, США и страны ЕС ввели комплекс санкционных мер, затрагивающих ряд стратегических отраслей России. Помимо инвестиционных и политических санкций, ограничения затронули оборонную и топливно-энергетическую отрасль России. В частности, под запретом ввоза в Россию оказались товары и технологии для глубоководной и сланцевой добычи, а европейским и американским компаниям запретили вести работы в Арктике, а также поставлять оборудование для разведывания нефтяных месторождений [1]. Очевидно, данный пакет мер был призван ограничить нефтедобычу России и, тем самым, уменьшить влияние на мировой нефтяной рынок. Три года спустя, можно констатировать, что санкции не достигли того самого экономического эффекта, который закладывался в качестве конечного результата при реализации пакета антироссий-

ских санкций. За 2017 год, российским нефтяным компаниям удалось увеличить добычу и переработку сырой нефти и начать самостоятельное бурение на шельфовых месторождениях в Арктике. По данным Министерства энергетики РФ, за 2017 год, в России удалось добыть на и переработать на 2% больше сырой нефти, чем в 2016 году [2]. Эти данные позволяют сделать вывод о том, что санкции не привели к стабильному снижению добычи нефтедобычи. Российская нефтяная промышленность постепенно возвращается на тот уровень мощностей, который был зарегистрирован в первый год после введения санкций.

Таблица 1.



Поэтому главной проблемой, рассматриваемой в данной статье, является не оценка экономического эффекта и увеличения давления на нефтяную отрасль РФ, а становление нового формата взаимоотношений зарубежных нефтяных компаний и российского рынка и их функционирование в отягощающих санкционных условиях.

Актуальность проблемы, а точнее, поиска механизмов ее решения, обусловлена наличием взаимного интереса сторон. С одной стороны, международные компании, вложившие определенные средства в нефтяной сектор России, ждут отдачи от своих вложений. Многие крупные нефтяные предприятия сократили свое присутствие на российском рынке или же полностью свернули свою деятельность под влиянием санкций, введенных странами Запада в адрес России. Примечательно, что другая часть крупных нефтяных компаний выразила желание обойти международные санкции путем получения специального разрешения на продолжение своей деятельности в России на условиях уже действующих соглашений, что говорит о неиз-

менной привлекательности российского нефтяного рынка. Многие компании уже получили подобные разрешения от правительств своих стран или работают в этом направлении.

С другой стороны - российское государство, которое видит в партнерстве с зарубежными компаниями новые возможности для привлечения инвестиций и технологий, необходимых для развития отрасли. Уже сейчас становится ясно, что тяжелая нефть, добываемая в разработанных источниках Поволжья и Ханты-Мансийского АО, обладает большим количеством примесей, способных загрязнять и постепенно выводить из строя оборудование. Увеличение объемов по добыче и переработки тяжелой нефти требует непрерывного обновления материально технологической базы нефтяной промышленности, которое частично ложилось на зарубежных партнеров по совместным проектам.

Кроме того, истощение разведанных запасов нефти, вынуждает вести интенсивную разведку новых месторождений, в частности шельфовых месторождений нефти в Арктике. Добыча шельфовой нефти относится к высокотехнологичным методам и требует от России богатого опыта и оборудования, поставляемого зарубежными нефтесервисными компаниями. После введения санкций, ряд ведущих нефтесервисных компаний, таких как Schlumberger, Haliburton и Baker Hughes приступили к сворачиванию своей деятельности на территории РФ, а разработка собственных технологий, по оценкам многих экспертов, может занять не менее 5 лет[3]. В этой связи, можно сделать вывод о том, что присутствие зарубежных нефтяных компаний на российском нефтяном рынке является по-прежнему взаимовыгодным явлением. Тем не менее, эффективность дальнейшего взаимодействия зависит от пересмотра формата текущих взаимоотношений России и зарубежного бизнеса. Для того, чтобы исследовать дальнейшие пути повышения эффективности функционирования зарубежных нефтяных компаний на российском рынке, необходимо провести анализ мотивов и специфики деятельности самих компаний. Любое решение об изменениях масштабов деятельности зарубежных компаний принимается на основе анализа внешней среды и механизмов адаптации к рынку принимающей стороны. Для того, чтобы компания смогла реализовать свои стратегические цели, она должна принимать во внимание интенсивность изменения внешней бизнес-среды. Внешняя бизнес-среда представляет собой совокупность факторов, влияющих на состояние рынка, его глубину, потребительский спрос и правила деятельности. Государство прямым или косвенным образом может влиять на рыночные условия посредством мер косвенного или прямого регулирования. Данные меры призваны воздействовать на определенные механизмы функционирования зарубежной компании. Подробная классификация механизмов функционирования компании на зарубежном рынке приведена на рисунке 1.



Рис. 1. Механизмы функционирования зарубежных компаний.

Важным этапом является выработка новых механизмов функционирования зарубежных предприятий в условиях санкций и снижения цен на нефть, способствующих эффективному взаимодействию всех участников отношений. Автор предлагает к рассмотрению некоторые из них.

В частности, проблема реализации информационного механизма может быть сопряжена с проблемой асимметрии информации. В подобной ситуации, реализуется сценарий, при котором, компания-инвестор и принимающая страна, могут иметь различное представление о рынке. При подобном сценарии имеет место быть завышение показателей внутреннего рынка со стороны национальных информационных агентств. Данный сценарий является критичным, поскольку зарубежная компания связывает анализ завышенных данных с определенным инвестиционным ожиданием. В том случае, когда результаты деятельности компании оказываются ниже инвестиционных ожиданий, компания уходит с рынка, распространяя негативную репутацию о рынке принимающей страны.

На российском нефтяном рынке складывается похожая ситуация. К сожалению, в российской нефтяной отрасли, практически отсутствуют исследования, отражающие альтернативу выбора российского рынка, по сравнению с другими странами. Кроме того, информационные агентства не предоставляют оценку отдельных факторов инвестиционной привлекательности отрасли, таких как технологический уровень развития, кадровый потенциал, прозрачность законов и т.д.

Решением проблемы может стать создание новых институтов по предоставлению сервисов информационной поддержки зарубежного бизнеса. Предоставляемая информация о состоянии нефтяного рынка должна иметь

более качественный уровень и иметь прозрачную методику расчета и оценки. Важно, чтобы данная информация предоставлялась в сравнении с подобными показателями других стран для оценки преимуществ выбора российского рынка.

Важной составляющей условий функционирования зарубежных нефтяных компаний на российском рынке является налоговая политика в нефтяной отрасли. С целью повышения эффективности налоговой политики с 1 января 2015 года вступили в силу изменения касательно налогообложения нефтяной отрасли (называемые «налоговым маневром»). Согласно этим изменениям, в последующие три года предусмотрено сокращение вывозных таможенных пошлин на нефть в 1,7 раза, на нефтепродукты – в 1,7–5 раз с одновременным увеличением ставки НДС на нефть в 1,7 раза и на газовый конденсат в 6,5 раза [4]. В условиях резкого снижения курса рубля по отношению к основным валютам при одновременном снижении стоимости нефти следует пересчитать ожидаемые бюджетные поступления и налоговую нагрузку компаний за счет корректировки таможенной пошлины и размеров НДС. В таких условиях сомнительно, что большой налоговый маневр в нефтяной отрасли простимулирует активизацию разработки новых месторождений и более эффективное использование действующих. В целях повышения гибкости и привлекательности инвестиционной среды нефтяного рынка России предлагается использовать «налоговый маневр» в качестве механизма рычагов и стимулов. В частности, расчетное значение ставки НДС может варьироваться в зависимости от следующих факторов:

- количество добываемой и переработанной нефти высокотехнологичными способами;
- срок участия в совместных проектах. При заключении долгосрочных договоров о сотрудничестве ставка может быть снижена;
- участие в реформировании текущего состояния НПЗ.

Подобный подход позволит привлечь недостающие иностранные инвестиции и технологии в нефтяную отрасль России, а, для зарубежных предприятий данный механизм станет дополнительным стимулом к продолжению долгосрочного сотрудничества и поиску компромиссных путей продолжения своей деятельности в России, несмотря на международные санкции.

Третьим и самым важным этапом на пути становления сотрудничества с зарубежными компаниями в российской нефтяной отрасли является совершенствование организационного механизма. в целях минимизации своих потерь от российского нефтяного бизнеса, иностранные компании могут пересмотреть организационно-правовую форму ведения своей деятельности. В частности, по сообщениям информационного агентства Bloomberg со ссылкой на Министерство финансов США, санкции не распространяются на дочерние предприятия зарубежных компаний [5]. Так, например, крупнейшая в мире нефтесервисная компания Schlumberger, штаб-квартира которой

находится в Хьюстоне, и компания Baker Hughes использовали свои подразделения, расположенные за пределами США, чтобы подать заявки на выполнение работ в российской Арктике. Шельфовые проекты в Арктике входят в перечень тех, что фигурируют в американских и европейских санкциях против нефтяной отрасли России. Другой взаимовыгодной формой взаимодействия может стать сотрудничество зарубежных нефтесервисных и нефтедобывающих компаний в форме консорциумов, франшизы лицензирования. Подобная форма может исключить прямое участие компании в запрещенных санкциями сферах деятельности и застраховать убытки, связанные с частичным и полным сворачиванием своей деятельности.

Список литературы:

1. Ежегодная статистика нефтяной отрасли [Электронный ресурс] / Официальный сайт Министерства энергетики РФ, 2017. - Режим доступа: <https://minenergo.gov.ru/activity/statistic>

2. Нефтепереработка: курс на модернизацию [Электронный ресурс] // Ernst&Young ltd. – 2016. - Режим доступа: <http://www.ey.com/RU/ru/Industries/EY-downstream-in-russia-course-to-modernization>

3. Проект Федерального закона РФ «О рыночном ценообразовании на нефть и нефтепродукты в Российской федерации» от 24.03.2015 г. – [Электронный ресурс] // Официальный сайт ФАС РФ. – Режим доступа: <http://fas.gov.ru/upload/documents/archive/4ae3f5cad6866f377b537c1772763473.pdf>

4. Шевелёва А.В., Акиева Л.Б. Диверсификация деятельности нефтегазовых компаний в условиях снижения цен на нефть и введения экономических санкций // Экономика и предпринимательство. – 2016. - №6(51). – С. 144 - 150.

5. Sanctions Don't Bar Oil-Service Giants Bidding in Arctic [Электронный ресурс] // Bloomberg. - 17.02.2015. – Режим допуска: www.bloomberg.com/news/articles/2015-02-17/sanctions-don-t-bar-oil-service-giants-bidding-in-russian-arctic

ФИНАНСЫ, ДЕНЬГИ И КРЕДИТ

ВЛИЯНИЕ ОБМЕННОГО КУРСА НА ДЕНЕЖНО-КРЕДИТНУЮ ПОЛИТИКУ

Салманов Олег Николаевич,

*д.э.н., проф. кафедры финансов и бухгалтерского учета
МГОТУ, г. Королев, РФ*

Аннотация. В работе рассмотрено влияние изменение курса рубля как одной из целевых переменных в правиле денежной политики. Целью работы являлось установление адекватности политики регулятора правилу денежно-кредитной политики для открытой экономики. В качестве промежуточных целей проанализированы инфляция, выпуск и обменный курс. Модель оценивалась с помощью обобщенного метода моментов. Приводится анализ эмпирических результатов.

Ключевые слова: денежно-кредитная политика, правило Тейлора, обменный курс.

Abstract. The paper considers the impact of the change in the ruble exchange rate as one of the target variables in the monetary policy rule. The aim of the work was to establish the adequacy of the policy of the regulator to the rule of monetary policy for the open economy. As intermediate goals, inflation, output, and the exchange rate were analyzed. The model was estimated using a generalized method of moments. The analysis of empirical results is given.

Key words: monetary policy, Taylor's rule, exchange rate.

Формально отношения между краткосрочными процентными ставками, экономическим ростом и инфляцией могут быть отображены с помощью так называемого правила Тейлора [8]. Знание в какой степени действия центрального банка достигают ответной реакции экономических агентов, позволяет принимать лучшие решения, отражающие фактическую действенность экономических процессов [1, 6]. Денежно-кредитная политика в нашей стране, кроме двух основных целевых показателей – инфляции и ВВП, зависит также от поведения обменного курса. Поэтому изменение курса рубля считается одной из целевых переменных в правиле денежной политики [3-5]. Такое положение считают присущим для стран с высоким уровнем открытости экономики, т.е. стран с большой составляющей экспорта и большой долей импорта в потреблении [2].

В данной работе исследуется, является ли правило Тейлора с модификацией для открытой экономики действенным инструментом денежно-кредитной политики Банка России.

В работе используются ежемесячные данные российской экономики с 01.2003 г. по 06.2015 г., которые взяты с сайта Росстата и Банка России.

Все переменные были преобразованы к виду приростных по отношению к аналогичному значению показателя год назад. Показатели денежных агрегатов, реального выпуска, промышленного производства, эффективных обменных курсов использовались в логарифмированном виде.

В качестве таргетируемых значений переменных инфляции и денежной базы были использованы официальные прогнозы, которые ежегодно публикуются Банком России в "Основных направлениях денежно-кредитной политики". Для того, чтобы получить таргетирующие значения выпуска, как промышленности, так и базовых отраслей экономики, а также обменного курса, использовалось преобразование с помощью фильтра Ходрика–Прескотта.

Инструментами Банка России были приняты ставка по операциям прямого РЕПО. Возможные независимые переменные, влияющие на политику регулятора, принимались инфляция, выпуск и валютный курс.

Для практической оценки классическое правило Тейлора с учетом предложений Clarida et al [7] можно представить в следующем виде:

$$r_t = (1 - \rho)\delta + \alpha(\pi_{t+k}^E - \pi^*) + \beta(x_{t,q}^E - x^*) + \rho r_{t-1} + \varepsilon_t, \quad (1)$$

Где r_t - реализуемая в период t номинальная процентная ставка, π_{t+k}^E , $x_{t,q}^E$ - ожидаемые значения инфляции и выпуска; π^* , x^* - целевые для регулятора значения инфляции и выпуска; $\alpha > 0$, $\beta > 0$, $\delta > 0$ постоянные весовые коэффициенты; ρ - параметр сглаживания, $0 < \rho < 1$.

Кроме того, для открытых экономик есть вариация правила Тейлора, в которой рассматривается обменный курс в качестве дополнительной целевой переменной. С включением обменного курса:

$$r_t = (1 - \rho)\delta + \alpha(\pi_{t+k}^E - \pi^*) + \beta(x_{t,q}^E - x^*) + \varphi(rm_{t,q}^E - rm^*) + \rho r_{t-1} + \varepsilon_t, \quad (2)$$

где $(rm_{t,q}^E - rm^*)$ – разница между ожидаемым и целевым значением обменного курса.

Для оценки уравнений применялся обобщенный метод моментов (Generalized Method of Moments - GMM). При оценке с помощью метода GMM инструментальными переменными принимались лаги (от 1 до 7) различных переменных: целевых переменных – инфляции, ставки РЕПО, денежной базы; промежуточных целей денежно-кредитной политики – выпуска в виде индикаторов промышленности и базовых отраслей промышленности, обменного курса, разницы инфляции и целевых значений инфляции, денежных агрегатов, цен на нефть марки BRENT, процентных ставок, индекса FRS.

В таблице 1 приведены показатели, характеризующие оценку денежно-кредитной политики также для инструмента в виде ставки РЕПО, но с добавлением обменного курса, т.е. для открытой экономики по уравнению (2).

Таблица 1. Результаты оценки денежно-кредитной политики для открытой экономики с добавлением промежуточной цели в виде обменного курса. Расчеты автора.

| Зависимая переменная REPO | сглаживающий коэффициент | свободный член уравнения | коэффициент при инфляции | коэффициент при выпуске | коэффициент при обменном курсе | Коэффициент детерминации | J- статистика |
|--|--------------------------|--------------------------|--------------------------|-------------------------|--------------------------------|--------------------------|---------------|
| величина коэффициента | 0,847 | 3,565 | 0,224 | -0,278 | 17,468 | 0,849 | 8,134 |
| t-статистика | 41,449 | 6,022 | 3,212 | -2,379 | 2,503 | | |
| Критическое значение χ^2 19,67 при уровне значимости 5%. | | | | | | | |
| В виде прогнозных значений для лага в 12 месяцев по инфляции и 1 по выпуску и 12 по обменному курсу | | | | | | | |
| величина коэффициента | 0,685 | 4,510 | 0,170 | -0,100 | -4,042 | 0,812 | 16,827 |
| t-статистика | 31,516 | 24,736 | 8,685 | -5,156 | -3,725 | | |
| Критическое значение χ^2 40,11 при уровне значимости 5%. | | | | | | | |

Все установленные коэффициенты статистически значимы. Коэффициенты при инфляции и выпуске меньше единицы, а при обменном курсе – больше. Коэффициент сглаживания высок – 0,847.

Можно сказать, что вариант правила Тейлора с дополнительным регрессором в виде обменного курса. показывает реальную значимость обменного курса, и не очень высокую – инфляции. Данные результаты можно также интерпретировать как использование различных промежуточных целей регулятором в исследуемом периоде: и процентные ставки, и обменный курс.

С другой стороны, в оцениваемый период, Банк России больше принимает действий по регулированию реального обменного курса: коэффициенты при обменном курсе >1 . Очевидно, что в оцениваемый период, регулятор проводил политику модифицированного таргетирования. Она предполагает, что вместе с главным таргетом - поддержанием стабильности цен, регулятор также реагирует на колебания обменного курса, тем самым пытаясь снизить влияние волатильности обменного курса на показатели экономической активности, и корреспондируя вклад изменения обменного курса в инфляцию.

Вариант в виде прогнозных значений для лага в 12 месяцев по инфляции и 1 по выпуску и 12 по обменному курсу не имеет особых преимуществ.

В данной работе установлены действенность реакций регулятора в период 2003-2015 для открытой экономики с включением обменного курса. Наибольшее влияние на действия ЦБ по управлению процентной ставкой оказывал реальный обменный курс, и лишь немного – инфляция.

Список литературы

1. Вдовиченко А.Г., Воронина В.Г. (2004): «Правила денежно-кредитной политики Банка России», Москва: EERC.
2. Дробышевский С.М., Трунин П. В., Каменских М.В. Анализ правил денежно-кредитной политики Банка России в 1999–2007 гг. М.: ИЭПП, 2009.
3. Салманов О.Н., Заернюк В.М., Лопатина О.А. Особенности функционирования каналов денежно-кредитной трансмиссии до и после финансового кризиса // Экономический анализ: теория и практика. – 2017. – Т. 16, № 7. –С. 1317 – 1336. <https://doi.org/10.24891/ea.16.7.1317>.
4. Салманов О.Н., Заернюк В.М., Лопатина О.А. Установление влияния денежно-кредитной политики методом векторной авторегрессии // Финансы и кредит. – 2016. - № 28. – С. 2-17
5. Салманов О.Н. Мультипликаторы балансовой стоимости и оценка стоимости компаний ритейла на развивающемся рынке. М.: Сервис в России и за рубежом. Т.31. №4. с.96-107, 2012 г.
6. Юдаева К., Иванова Н., Каменских М. «Что таргетирует Банк России», обзор центра макроэкономических исследований Сбербанка России, 2010
7. Clarida, R., J. Galí, M. Gertler, Monetary Policy Rules in Practice: Some International Evidence, in: European Economic Review, Vol. 42 (1998), S. 1033-1067 and NBER WP 6254.
8. Taylor, J.B., Discretion versus Policy Rules in Practice, in: Carnegie-Rochester Conference Series on Public Policy, Vol. 39 (1993), S. 195-214.

ЭКОНОМИКА И УПРАВЛЕНИЕ ПРЕДПРИЯТИЯМИ, ОТРАСЛЯМИ, КОМПЛЕКСАМИ

МЕСТО КАЗАХСТАНА НА МИРОВОМ РЫНКЕ СОЛНЕЧНОЙ И ВЕТРОВОЙ ЭНЕРГЕТИКИ

УДК 338

Байбусинова Асель Жанабергеновна

студент магистратуры

Национального исследовательского ядерного университета МИФИ

Российская Федерация, 115409, г. Москва, Каширское ш., 31

Казахстан сегодня ведет активную политику в области развития инновационных технологий в сфере энергетики. Последовательная реализация курса на «зеленую экономику» - это прежде всего воплощение глобальных проектов по развитию альтернативной энергетики, в том числе солнечной и ветровой.

Современной концепцией перехода к «зеленой экономике», утвержденной главой республики Казахстан Н.А. Назарбаевым, намечено к 2020 году увеличить долю производства возобновляемых источников энергии (ВИЭ) до 3%, что выше данного показателя 2016 года в 15 раз [9, с. 2]. Реальность данных темпов развития обусловлена активной политикой создания сети объектов ВИЭ. На сегодняшний день суммарная мощность ВИЭ в Казахстане составляет 252,37 МВт (гидроэлектростанции - 122,99; ветровые электростанции - 71,87; солнечные электростанции - 57,16; биогазовая установка - 0,35). Дополнительный прирост в мощности ВИЭ в 100 МВт обеспечит реализация крупного международного проекта строительства солнечной электростанции в городе Сарани Карагандинской области и аналогичных энергетических объектов в ряде промышленных регионов Казахстана [4]. Это подтверждает и аргументирует реальность запланированных показателей прироста ВИЭ установленных государственной программой.

Увеличение доли производства солнечной и ветровой энергии позволит увеличить объем производства ВИЭ. На рисунке 1 приведена динамика доли производства ВИЭ и солнечной и ветровой энергии общем объеме электроэнергии, производимой в Казахстане в период с 2012 по 2016 годы.

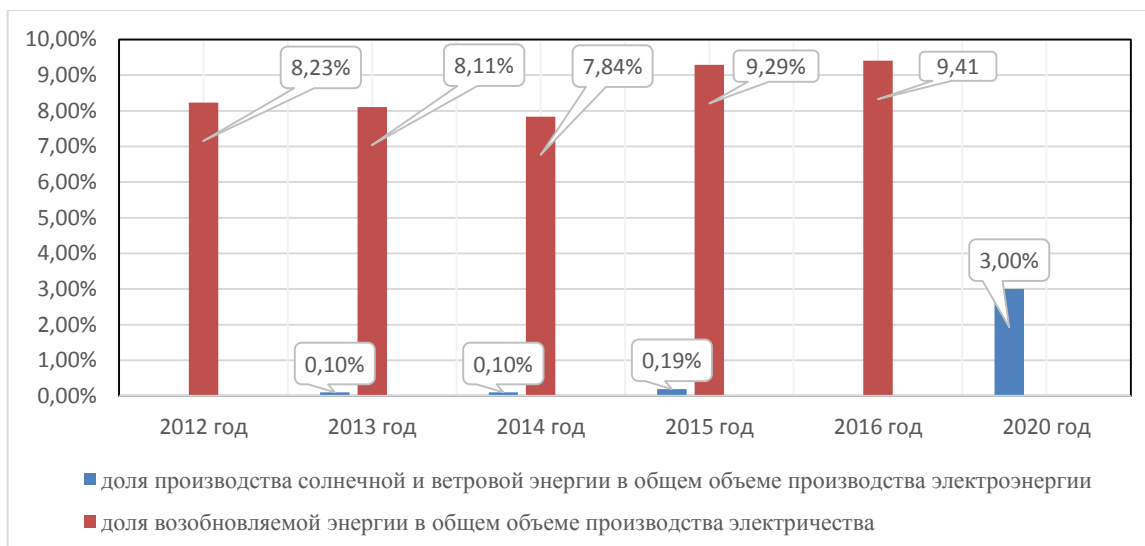


Рисунок 1 - Доля возобновляемых источников энергии в Казахстане
 Источник: *Мировая энергетическая статистика. Ежегодник 2017 год.*
<https://yearbook.enerdata.ru/wind-solar-share-electricity-production.html>

Из динамики уровня видов энергии ВИЭ приведенной на рисунке 1 очевидно, что темпы роста доли солнечной и ветровой энергии в 2016 году составили 200 процентов или выросли в два раза по сравнению с показателями 2013 года. При этом в целом темпы роста ВИЭ за аналогичный период выросли только 1,2 процента.

Но даже высокие темпы роста производства солнечной и ветровой электроэнергии позволяют на сегодняшний день позволяют Казахстану на данном сегменте рынка занять место только в последней десятке мирового рейтинга. Несмотря на это, по удельному весу солнечной и ветровой энергии в общем объеме ее производства Казахстану удалось опередить Россию (0,04%) и Колумбию (0,10%). Приведенная на рисунке 2 структура стран, входящих в последнюю десятку мирового рейтинга по доле производства солнечной и ветровой энергии в общем объеме производства электроэнергии в страновом разрезе показывает, что Казахстан в 2016 году уступает Ирану (0,2%), Малайзии (0,23%) и Алжиру (0,34%), но более существенен разрыв данного показателя по отношению к странам, вошедшим в число первой десятки [10].

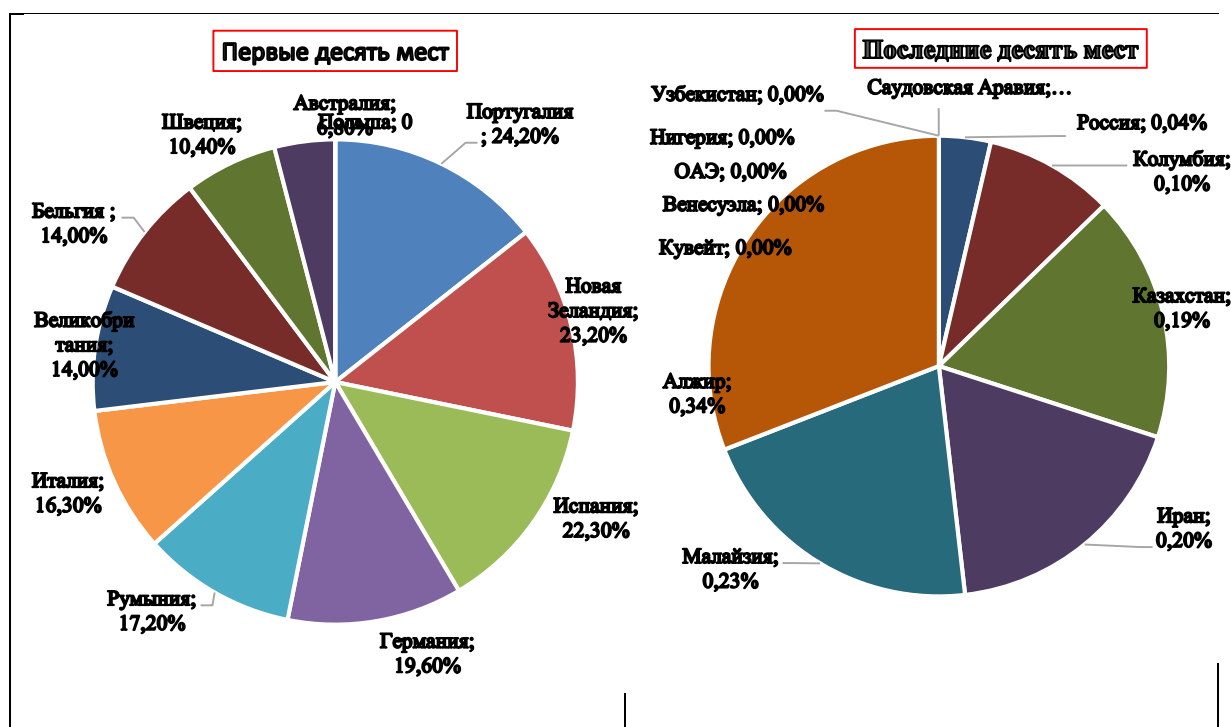


Рисунок 2 – Первая и последняя десятка мирового рейтинга по производству солнечной и ветровой энергии за 2016 год

Источник: Мировая энергетическая статистика. Ежегодник 2017 год.
<https://yearbook.enerdata.ru/wind-solar-share-electricity-production.html>

Структура стран по показателю доли производства солнечной и ветровой энергии в общегосударственном ее объеме производства, входящих в первую десятку мирового рейтинга, приведённая на рисунке 2, указывает на то, что на 80 процентов – это европейские государства. В 2016 году уровень производства солнечной и ветровой энергии в общем объеме производства электроэнергии в Португалии составил 24,2%, в Испании 22,3%, в Германии 19,6%, в Румынии - 17,2%, в Италии 16,3 %. По доле производства солнечной и ветровой энергии европейские государства существенно опережают не только Казахстан, Россию, Армению и другие государства вошедшие в состав СНГ, но и США где в 2016 году ее уровень составил 5,8%, и Китай с уровнем ее производства составляющим 4,1%. Следовательно, несмотря на то, что в 2016 году лидерами по объему производства ВИЭ являются Китай, США и Япония их доля в общем объеме внутригосударственного производства электроэнергии уступает ряду европейских стран.

Если разница в доле производства солнечной и ветровой энергии между европейскими странами и США и Китаем продиктована различными количественными параметрами постоянного роста общего объема производства электроэнергии в данных странах, то снижение общего объема ВИЭ и доли производства солнечной и ветровой энергии с 20,7 % в 2015 году до 19,6% в 2016 году в Германии и в ряде других Европейских стран, стало

следствием изменения погодных условий. Зависимость данного производства электроэнергии от погодных условий привела к тому, что в мировом масштабе в 2016 году выработка электроэнергии солнечных электростанций сократилась на 3%, а в ветроэнергетике – на 1,5% [14].

Высокий уровень рисков не снижает интереса, а наоборот вследствие экономичности и кратчайших сроков окупаемости производства солнечной и ветровой энергии, экологичности ее производства, напротив усиливает активную политику многих мировых держав в развитии данного сегмента энергетического рынка. Это связано прежде всего с тем, что активно развиваются технологии, работающие в направлении создания эффективных накопителей, которые позволят решить существующую проблему влияния погодного фактора и снизить риски производства солнечной энергии до минимума. Например, на сегодняшний день уже создана эффективная технология Power to Gas, с помощью которой при производстве солнечной энергии уже есть возможность рационального функционирования энергосистемы, на основе исключительно возобновляемых источников энергии. Однако практическое использование Power to Gas ограничено техническими возможностями ряда солнечных электростанций, построенных до момента ее создания. Это говорит о том, что в мировой науке активно ведется научная работа в области развития современных технологий ВИЭ на промышленном уровне [12].

Развитие научных разработок в области развития ВИЭ позволяет решать существенные технологические проблемы и обеспечивать высокий рост объемов производства солнечной энергии. Согласно докладу GTM Research, мощность солнечных установок в мире до конца 2017 года увеличится на 85,4 ГВт. Такой объем прироста на 9,4% больше, чем добавленные мощности 2016 года - 78 ГВт (по некоторым оценкам лишь 71 ГВт) [2].

В связи с неравномерностью инвестиционной активности в энергетической государственной политике в области ВИЭ в 2017 году предполагается изменение структуры стран-лидеров мирового рейтинга по объемам производства солнечной электроэнергии. По прогнозам IHS Markit. IHS Markit ожидается, что в число лидеров войдут Индия, Китай, Япония и США. По мнению SolarPower Europe, к 2020 году в мире будут в общей сложности производить 500 ГВт солнечной энергии [13].

Уже в октябре 2016 года в Индии завершилось строительство самой крупной в мире солнечной электростанции мощностью 648 МВт. Благодаря вводу новых солнечных электростанций с 2017 года в Индии ежегодно будет вырабатываться 4 гигаватта солнечной энергии. А к 2022 году этот объем планируется увеличить до 100 гигаватт [3].

В дальнейшие планы Министерства по новым и возобновляемым источникам энергии (MNRE) Индии входит к 2030 году увеличить производство ВИЭ до 40% от общего объема производства электроэнергии. Данный показатель будет обеспечен за счет завершения начатого в последние годы строительства 10 крупных солнечных секторов. По заключению The Indian

Express развитие 33 солнечных парков в 21 штате Индии, обеспечит удвоение их мощности с 20 гигаватт до 40 гигаватт. Это изменит социальную жизнь более 300 млн. индийцев, которые в настоящее время не имеют доступа к энергосети - и это еще один фактор, который заставляет Индию активно развивать новые источники энергии [6].

Особенность успехов в солнечной энергетике Китая на сегодняшний день состоит в том, что в данном регионе мировой экономики имеется практика создания мегаполисов, потребляющих в основном только энергию из ВИЭ. В частности, объем потребленной электроэнергии в городе Дэчжоу (Китай) за 2016 год на 98 процентов был выработан за счёт солнечных батарей [8]. По данным МЭА суммарная мощность солнечных батарей, установленных в Китае за 2016 год, превысила 34 ГВт. Это почти половина всех добавочных мощностей, произведенных в прошлом году. Однако текущее производство китайских солнечных электростанций на сегодняшний день покрывает лишь 1% от общей потребности в электричестве.

Если индийское правительство планирует к 2030 году достичь уровня 40 процентов производства солнечной энергии в общем объеме производства электроэнергии, то программа перспективного развития Китая, рассчитанная до 2050 года, устанавливает, что к середине столетия государство будет получать из ВИЭ 86% необходимой электроэнергии [5].

Проблемы, с которыми сталкивается Китай при реализации данной программы и выработки и передачи солнечной энергии состоят в том, что большинство крупных солнечных электростанций располагаются в малонаселенных местностях на западе Китая, вдали от промышленных и административных центров типа Пекина или Шанхая [7]. Это требует затрат на распределение и передачу электроэнергии и соответственно ведет к росту тарифа. В результате происходит искусственное «сокращение» мощностей, когда какая-нибудь солнечная электростанция рассчитана на 20 МВт, а покупателей может найти только на 15 МВт. В провинциях с самым мощным производством солнечной энергии масштаб «сокращений» составляет около 30%, а в некоторых случаях намного выше 30%. Это из ряда вон выходящие показатели и настоящая проблема для Китая [1].

Отсюда следует, что наращивание мощностей при ВИЭ должно быть с ориентировано на масштабы потребительского рынка, на учет особенностей региона, например, такого параметра как плотность населения. Учитывая, что в Казахстане средняя плотность населения чуть более 6,51 человек на км² (184-е место в списке стран по плотности населения) [11], а в ряде регионов, она ниже средней, это означает, что даже строительство крупномасштабных солнечных электростанций не может в полном объеме решить проблемы энергообеспечения, так же, как и в Китае. В отличие от Китая в Казахстане ситуация обратная - солнечные электростанции строятся в крупных промышленных центрах, и нерешенной проблемой остается проблема передачи электроэнергии в малозаселенные районы. Однако китайский опыт формирования отдельных проектов, по примеру внедрения солнечных

батареи в городе Дэчжоу (Китай), может обеспечить дополнительный рост объема производства дешевой солнечной энергии и, следовательно, позволит подняться Казахстану на более высокую ступень рейтинга в мировой экономике и решить многочисленные социально-экономические проблемы, возникающие в связи с большой территорией государства и низкой плотностью населения.

Таким образом, несмотря на проблемы развития производства солнечной и ветровой электроэнергии, связанные с мировым финансовым кризисом, с технологическими проблемами, несущими в себе высокие коммерческие риски, обусловленные погодными факторами, а также проблемы вызванные с потерей эффективности из-за требования крупных вложений на модернизацию ранее созданных солнечных и ветровых электростанций, производство ВИЭ набирает обороты. Перспективность производства данного вида электроэнергии актуализирует направления государственной политики Казахстана в данной сфере и делает реальными намеченные планы, позволяющие ему в ближайшем будущем занять достойное место на данном сегменте мирового рынка ВИЭ.

Список литературы

1. Альтернативная энергетика: новые достижения и применения. <http://lentanovosti.ru/kitai-vyshel-v-mirovye-lidery-razvitiia-solnechnoi-energetiki/>
2. В 2017 году установят до 85 гвт новых солнечных мощностей. <http://renew.ru>
3. В Индии завершилось строительство крупнейшей в мире солнечной электростанции. <http://hi-news.ru/Технологии/v-indii-zavershilos...>
4. Долю возобновляемых источников энергии в РК к 2030 году планируется довести до 10% <http://zakon.kz/4817238...vozobnovljaemykh-istochnikov.html>
5. Доля генерации из возобновляемых источников энергии в Китае достигнет 86% к 2050 году. <http://bashny.net...dolya...vozobnovlyaemyh...energii...86...2050...>
6. Индия планирует стать мировым лидером в области солнечной энергетике. <http://econet.ru>
7. Китай вышел в мировые лидеры развития солнечной энергетике. 1.07.2017 <http://lentanovosti.ru/kitai-vyshel-v-mirovye-lidery-razvitiia-solnechnoi-energetiki/>
8. Китай вышел в мировые лидеры развития солнечной энергетике. <http://hi-news.ru/Технологии/v-indii-zavershilos...>
9. Комментарий к Указу Президента Республики Казахстан «О Концепции по переходу Республики Казахстан к «зеленой экономике» // Казахстанская правда. — 2013. — 1 июня. — С. 2.
10. Мировая энергетическая статистика. Ежегодник 2017 год. <https://yearbook.enerdata.ru/wind-solar-share-electricity-production.html>

11. Население Казахстана на 2016 год - 2017 год.
<http://mfina.ru>naselenie-kazakhstan-na-2016-god>

12. Технология power-to-gas решает проблему хранения возобновляемой энергии. <http://energy-fresh.ru>energoeffect/?id=14014>

13. 10 прогнозов развития мировой экономики от аналитиков IHS MARKIT на 2017 год. <http://promtechrs.ru>...10...razvitiya...analitikov-ihs-markit...>

14. Экономика солнечной энергетики на примере Германии.
<http://AfterShock.news>?q=node/506995&full>

© А.Ж. Байбусинова, 2017

СРАВНИТЕЛЬНАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА ПОКАЗАТЕЛЕЙ ГАУЗ “ДГКБ” ГОРОДА ОРЕНБУРГА

Мухаметшин Шамиль Рамилевич

студент-магистр 2 курса группы 315(м)САПСЭП

Оренбургского государственного университета

460000, РФ, Оренбургская область, г. Оренбург, проспект Победы, 13

Леушина Татьяна Викторовна

канд. эконом. наук, доцент кафедры статистики и эконометрики

Оренбургского государственного университета

460000, РФ, Оренбургская область, г. Оренбург, проспект Победы, 13

АННОТАЦИЯ

В статье рассмотрено сравнение показателей заболеваемости, различия структур, смертности ГАУЗ “ДГКБ” г. Оренбурга со средними показателями по Оренбургской области и России.

ABSTRACT

In the article the comparison of morbidity, differences of structures, mortality GAUZ “DGKB” the city of Orenburg with averages in the Orenburg region and Russia.

Ключевые слова: заболеваемость, смертность, доступность медицинской помощи, дети, медицинская помощь, медицинские услуги.

Keywords: morbidity, mortality, access to medical care, children, medical aid, medical services.

Согласно статье 7 Федерального закона РФ N 323-ФЗ от 21.11.2011 «Об основах охраны здоровья граждан в Российской Федерации» «Государство признает охрану здоровья детей как одно из важнейших и необходимых условий физического и психического развития детей. Дети независимо от

их семейного и социального благополучия подлежат особой охране, включая заботу об их здоровье и надлежащую правовую защиту в сфере охраны здоровья, и имеют приоритетные права при оказании медицинской помощи». Разработка государственных мероприятий по охране здоровья детей невозможна без медицинской статистики, в том числе мониторинга демографических показателей, заболеваемости и инвалидности детского населения [1].

Цель исследования: изучение здоровья детского населения в период с 2012 по 2015гг. на основе представленных данных ГАУЗ «Детская городская клиническая больница» (ДГКБ) г. Оренбурга о состоянии здоровья детей.

ГАУЗ «ДГКБ» г. Оренбурга одна из ведущих больниц города по оказанию медицинских услуг детскому населению. На 1 января 2015г. численность прикрепленного населения в возрасте от 0 до 14 лет составило 39588 человек из 364765 по Оренбургской области или 11% [2]. Абсолютное большинство прикрепленного населения проживает в городской местности.

Проводя сравнительный анализ, следует отметить, что уровень заболеваемости детского населения возрасте от 0 до 14 лет, зарегистрированного в ГАУЗ «ДГКБ» г. Оренбурга, в 2015 по сравнению с предыдущим годом значительно превышал средний показатель по области – в 2,27 раза (3661‰ против 1612‰), и практически в два раза среднюю детскую заболеваемость по России за 2014г. (3661‰ против 1835‰) (рисунок 1) [3].

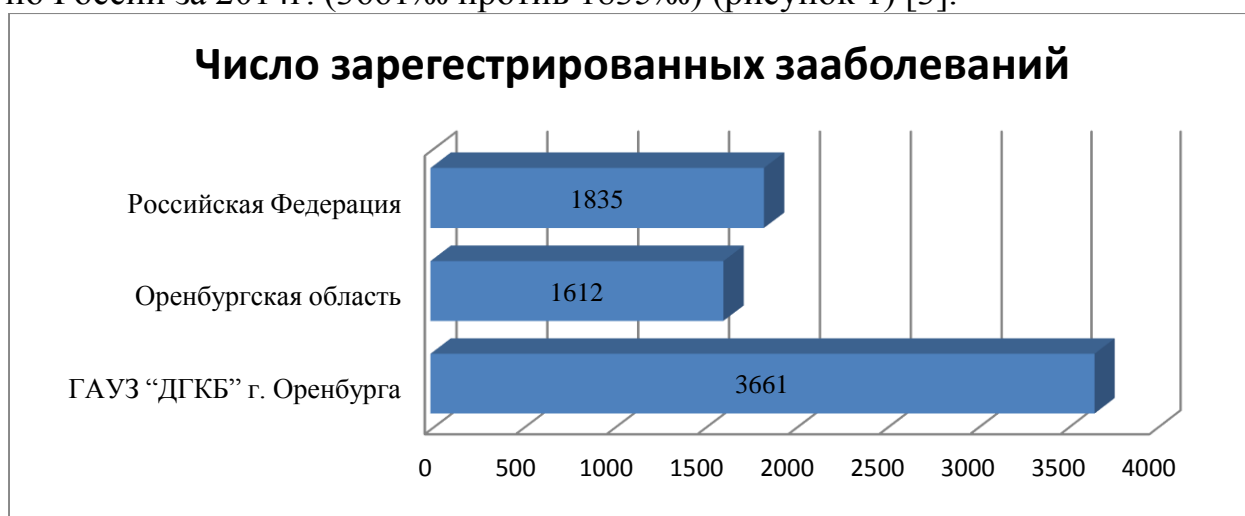


Рисунок 1 – Число зарегистрированных данных

Несмотря на значительное превышение зарегистрированных случаев, не стоит искать причины высокой заболеваемости детей, исследуя множества факторов, а нужно говорить о хорошо функционирующем медицинском учреждении, как о высокоэффективном экономическом субъекте, и искажении некоторых данных статистики из-за низкой доступности помощи, особенно в сельской местности и малых городах [4].

Априорный анализ позволяет выделить ряд факторов, на наш взгляд, оказывающий влияние на высокий уровень зарегистрированной детской заболеваемости в ГАУЗ «ДГКБ» г. Оренбурга:

1 Экономическая составляющая. В нынешних реалиях благополучие медицинского учреждения тесно взаимосвязано с числом зарегистрированных заболеваний и количеством оказанных услуг. За каждый поставленный диагноз, за каждую оказанную услугу организация получает денежную компенсацию, и чем больше их, тем, соответственно, лучше финансовое состояние медицинского учреждения.

2 Обеспеченность врачами. Несмотря на сопоставимые цифры обеспеченности детского населения врачами: 48,3 ‰ по ГАУЗ «ДГКБ» г. Оренбурга (2015г.), 46,9‰ по Оренбургской области (2015г.) и 45,9‰ по России (2014г.). ГАУЗ «ДГКБ» г. Оренбурга, обладает лучшими возможностями по диагностированию и лечению различных групп заболеваний в отличие от большинства сельских и некоторых городских медицинских организаций, благодаря наличию разных, в том числе и узко-профильных врачей.

3 Доступность медицинского учреждения. ГАУЗ «ДГКБ» г. Оренбурга имеет 4 поликлиники и охватывает весь город. Населению удобно обращаться за оказанием медицинской помощи. Не секрет, что многие жители России далеко не во всех случаях имеют возможность обратиться, при необходимости, за медицинской помощью, особенно если учреждение сильно удалено от места жительства [5].

4 Примените информационных технологий. В ГАУЗ ДГКБ с 2002г. внедрен и успешно функционирует информационно-аналитический комплекс «Антибиотик+». Медицинская информационно-аналитическая система «Антибиотик+» разработана совместно с врачами-специалистами экспертного уровня и с учетом особенностей специализации лечебных процессов каждого подразделения.

Зарубежный опыт свидетельствует, что социально-экономический эффект от внедрения и использования ИКТ в сфере здравоохранения весьма значителен. Например, согласно исследованиям, проведенным в США, внедрение электронных медицинских карт («паспортов здоровья») способно уменьшить заказ лабораторных и рентгеновских исследований на 9,14 раза; снизить дополнительные расходы на исследования до 8%; снизить количество госпитализаций, стоящих в среднем 16 тыс. долл. каждая, примерно на 2%; уменьшить избыточное потребление лекарств на 11%; полномасштабное внедрение медицинских информационных технологий в стране может привести к экономии до 77 млрд. долл. в год [6].

5 Тесное сотрудничество с Оренбургским государственным медицинским университетом (ОРГМУ). На базе больницы проводится множество исследований, в том числе и статистических, выявляются различные зако-

номерности, тенденции, строятся прогнозы и, исходя из полученных данных, планируется и корректируется дальнейшее развитие медицинского учреждения.

6 Разработка и внедрение научных подходов, к управлению медицинским учреждением. В штате сотрудников имеются специалисты, занимающиеся разработкой научных методов, такие как, Екимов А.К. с трудами по развитию стратегического мышления руководителя и применению процессного метода в медицинских учреждениях.

Наибольшую долю по группам детских болезней в ГАУЗ “ДГКБ” г. Оренбурга в 2015 г. составляли болезни органов дыхания (46,2%), тогда как по Оренбургской области и России, этот показатель значительно выше, и составлял соответственно 63,4% и 65,2%. На втором месте болезни нервной системы (11,32 %), на третьем - болезни глаза и его придаточного аппарата (6,51%).

Структура детской заболеваемости в ГАУЗ “ДГКБ” г. Оренбурга в 2015 г. представлена на рисунке 2.

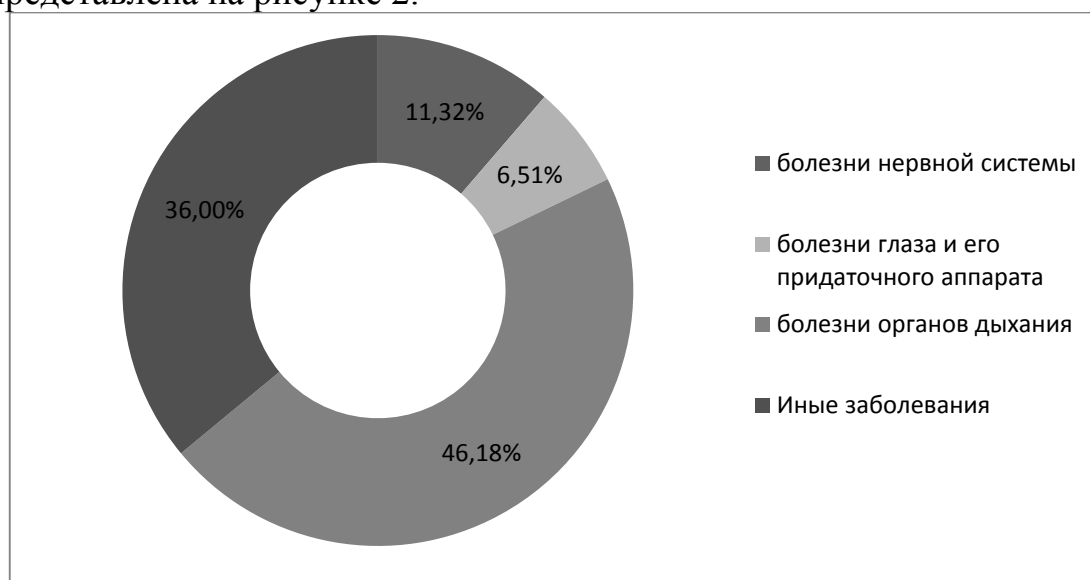


Рисунок 2 – Структура детской заболеваемости ГАУЗ “ДГКБ” г. Оренбурга в 2015 году

Рассчитанные интегральные показатели структуры Гатева, Салаи и Рябцева заболеваемости детского населения по группам болезней, по оценке различия данных групп в ГАУЗ “ДГКБ” г. Оренбурга 2015 г. с оценкой по Оренбургской области за 2015г. и в России за 2014г., показали значительный уровень различий.

Детская смертность является одним из ведущих среди показателей, характеризующих состояние здоровья населения. Она является своеобразным барометром, «индикатором» уровней социально-экономического развития страны, материального и санитарного благополучия народа, состояния медицинской помощи населению, особенно детям и матерям, и эффективности профилактических и санитарно-противоэпидемиологических мероприятий [7].

Проанализировав показатели детской смертности на 1 января 2015г. по ГАУЗ “ДГКБ” г. Оренбурга, Оренбургской области, России, можно прийти к выводу, о том, что больница достигла очень высокого результата в этом аспекте, почти в 3 раза уменьшив средние показатели по Оренбургской области и России (рисунок 3).

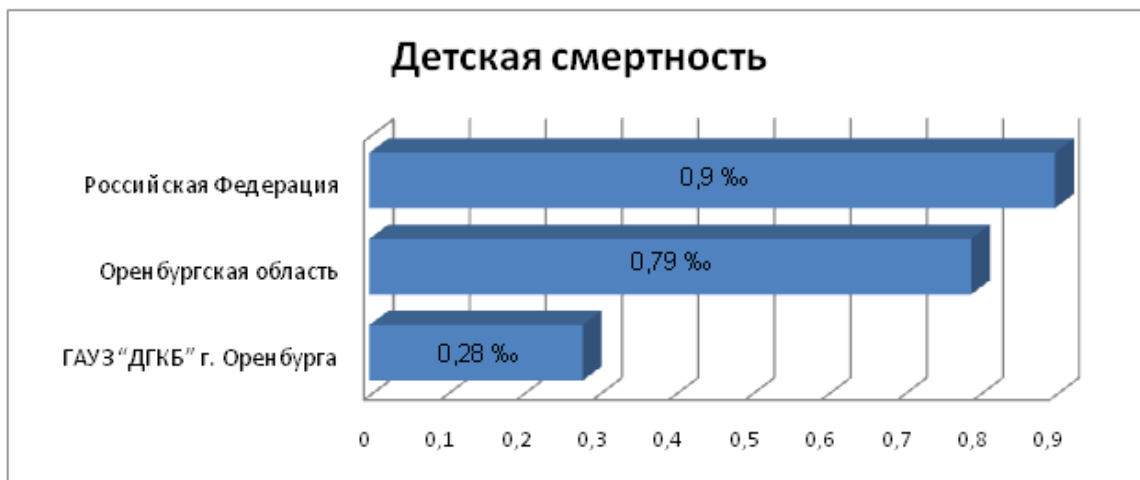


Рисунок 3 – Детская смертность

Таким образом, в ходе сравнения различных показателей было установлено, что ГАУЗ “ДГКБ” г. Оренбурга функционирует на достаточно высоком уровне, выявляется большое количество заболеваний. Структура детской заболеваемости ГАУЗ “ДГКБ” г. Оренбурга имеет значительный уровень различий со структурами детской заболеваемости по России и Оренбургской области. Детская смертность значительно ниже средних показателей по России и Оренбургской области.

Список литературы:

1. Павловская, О.Г. Региональные особенности заболеваемости и инвалидности детского населения, пути их профилактики / О.Г. Павловская. – Самара: Известия Самарского научного центра Российской академии наук, 2014 г. с 732-734.
2. Статистический ежегодник Оренбургской области. 2016 : стат. сб. / Оренбургстат. - Оренбург, 2016.
3. Статистический ежегодник. Здравоохранение в России. 2015: Стат.сб./Росстат. - М., 3-46 2015. – 174 с.
4. Недостраховая медицина [Электронный ресурс]. vedomosti.ru – Электрон. дан. – Режим доступа: <https://www.vedomosti.ru/opinion/articles/2016/08/01/651206-nedostrahovaya-meditsina>
5. Карайланов, М.Г. Доступность медицинской помощи в амбулаторно-поликлинических учреждениях Санкт-Петербурга на современном этапе / М.Г. Карайланов, И.Т. Русев. – Research'n Practical Medicine Journal. 2016 г.

6. Демичева, Т.Н. Влияние информационно-коммуникационных технологий на качество и доступность медицинских услуг/ Т.Н. Демичева // Вестник ННГУ. 2012. №2-2.

7. Детская смертность [Электронный ресурс]. polechim.com – Электрон. дан. – Режим доступа: <http://polechim.com/socialnaya-medicina/detskaya-smertnost-2.html>

ПУТИ ПОВЫШЕНИЯ ЭФФЕКТИВНОСТИ ИНВЕСТИЦИОННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В АТОМНОЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ РЕСПУБЛИКИ КАЗАХСТАН

Сагымбай Арман Болатулы,
студент магистратуры

*Национального исследовательского ядерного университета МИФИ,
Российская Федерация, 115409, г. Москва, Каширское ш., 31.*

В Стратегии «Казахстан-2050» Глава государства Н. Назарбаев подчеркнул, что благодаря ответственной политике в продвижении режима ядерного нераспространения Казахстан по праву признан лидером режима нераспространения, моделью для других государств [1] и на сегодня Казахстан активно развивает мирное использование атомной энергии.

Атомная отрасль Казахстана включает в себя атомную промышленность, атомную энергетику и научно-техническую сферу. В 2014 году в послании Президент страны одним тезисом подчеркнул значимость целой отрасли. После предпосылок: «Потребность в дешевой атомной энергии в обозримой перспективе развития мира будет только расти. Казахстан – мировой лидер в добыче урана», последовал вывод – однозначный и четкий: «Мы должны развивать собственное производство топлива для АЭС и строить атомные станции» [2].

Атомная промышленность Казахстана пока представлена лишь в нескольких стадиях мирового ядерно-топливного цикла (ЯТЦ): мощностями по добыче природного урана, реконверсии низкообогащенного урана в компоненты ядерного топлива (порошки и топливные таблетки диоксида урана) и долевым участием в российском предприятии по разделению изотопов урана (обогащению).

Сегодня Казахстан является мировым лидером в добыче природного урана. В 2009 году Казахстан вышел на первое место по добыче урана в мире и продолжает сохранять лидирующие позиции на мировом рынке природного урана. Около 41% мирового производства природного урана добывается в Казахстане [3]. В 2014 году объем добычи урана по сравнению с 2009 годом увеличился на 66%. По объемам разведанных запасов урана Казахстан занимает 2-е место в мире. По данным МАГАТЭ около 12% или около

875 тыс. тонн урана от всех разведанных мировых запасов урана сосредоточено в недрах Казахстана [4]. Уникальный способ отработки месторождений методом подземного скважинного выщелачивания (ПСВ) позволяет месторождениям Казахстана по себестоимости добычи конкурировать с богатыми по содержанию месторождениями Канады и Австралии. Разработка месторождений методом скважинного подземного выщелачивания по сравнению с традиционными горными способами в значительной степени уменьшает вред, приносимый окружающей среде, полностью исключает какие-либо источники пылевыведения и в десятки раз уменьшает выделение радиоактивных веществ в атмосферу [5].

Более 80% урановых запасов и ресурсов Республики Казахстан сосредоточено в месторождениях, которые пригодны для разработки методом ПСВ. Основные добывающие предприятия атомной отрасли расположены в Кызылординской и Южно-Казахстанской областях, в которых расположены основные разведанные запасы и ураново-рудные провинции Казахстана.

На сегодняшний день добычей урана занимается 12 компаний, из них 10 компаний созданы в виде совместных предприятий с компаниями России, Китая, Франции, Канады, Японии и Кыргызстана. В настоящее время весь уран, добытый в Казахстане, экспортируется на мировой рынок, в первую очередь в Китай, Европу, Южную Корею, США.

В Стратегическом плане развития Республики Казахстан до 2020 года одной из стратегических целей в сфере энергетики является создание вертикально интегрированной компании с ядерным топливным циклом к 2020 году [6].

В настоящее время с российской стороны успешно реализуется проект по обогащению урана на базе крупнейшего в мире российского предприятия по обогащению урана Уральского электрохимического комбината. Совместное казахстанско-российского предприятия ЗАО «Центр по обогащению урана» с 2014 года имеет доступ к российским услугам по обогащению урана в объеме 5 млн. ЕРР (единица работы разделения) в год [7].

Реализация проекта по организации производства ядерного топлива на территории Республики Казахстан позволит не только привлечь инвестиции в отрасль, но и даст возможность освоить перспективные технологии атомной промышленности.

Так в 2014 году АО «НАК «Казатомпром» и Китайская Генеральная ядерно-энергетическая корпорация (CGNPC) начали развивать сотрудничество по организации в Казахстане совместного производства ядерного топлива для китайских АЭС, с этой целью Стороны подготовили проект соответствующего Соглашения о расширении и углублении взаимовыгодного сотрудничества в сфере ядерной энергетики.

АО «НАК «Казатомпром» подписало соглашение с Китайской генеральной ядерно-энергетической корпорацией о расширении и углублении взаимовыгодного сотрудничества в сфере ядерной энергетики во время официального визита Премьера Государственного совета КНР в Казахстан 14

декабря 2014 года в Астане. Соглашение предусматривает развитие стратегического сотрудничества в сфере разработки урановых ресурсов, производства ядерного топлива, мирного использования атомной энергии, и транзитных перевозок урановой продукции через территории Китая и Казахстана [8].

В рамках Соглашения планируется создание совместного предприятия по производству на базе АО «Ульбинский металлургический завод» ядерного топлива для потребностей китайских АЭС. На первом этапе объем производства ТВС составит 200 тонн в пересчете на обогащенный уран с дальнейшим расширением производства для рынка Китая и третьих стран.

При организации производства ядерного топлива на территории Казахстана будут использованы современные ядерные технологии, которыми обладают только страны, которые входят в число наиболее технически развитых стран. Это значительно повысит статус Казахстана в мировом ядерном сообществе.

Для того чтобы реализовать замыкание цикла и развитие высокотехнологичных переделов в атомной промышленности, у Республики Казахстан уже есть значительные преимущества: наличие ресурсной базы и задела в технологиях и мощностях (Ульбинский металлургический завод). При этом существуют значительные ограничения, которые предстоит преодолеть, такие как дефицит квалифицированных кадров.

С 1997 года на базе РГП «Национальный ядерный центр Республики Казахстан» (далее- «НЯЦ РК») и РГП «Институт ядерной физики» (далее- «ИЯФ») функционирует несколько филиалов кафедр технической физики и ядерно-энергетических установок. Филиалы осуществляют связь между университетскими кафедрами (общей физики, техники и физики низких температур, технологии машиностроения, прикладной математики и информатики, химии, биологии, экологии) и отделами реакторных исследований, реакторного материаловедения, автоматизации реакторных исследований, электрофизических, технологических установок, реакторными комплексами «Байкал» и ИГР, ВВР-К [9].

В 2006 году в Астанинском филиале Института ядерной физики при Евразийском национальном университете им. Л.Н. Гумилева был создан Междисциплинарный научно-исследовательский комплекс, как региональный центр естественных наук и научно-технического сопровождения подготовки специалистов для атомной отрасли Казахстана.

Созданы международные кафедры ядерного профиля при Евразийском национальном университете им. Л.Н. Гумилева и Казахском национальном университете им. аль-Фараби, обучение на которых позволит студентам получать образование в ведущих международных научных центрах и университетах.

В рамках партнерских отношений между Агентством по атомной энергии Японии (JAEA), Национальным ядерным центром и КазНУ им. аль-Фа-

раби подписан трехсторонний меморандум «О развитии человеческих ресурсов в атомной области». С 2010 г. ведется подготовка экспертов и преподавателей при участии компаний JAEA, JAPC, ROTOBO и университетов Японии по специальностям, связанным с инжинирингом в области атомных реакторов, безопасностью, мониторингом окружающей среды и системой принятия неотложных мер.

Особо следует отметить роль МАГАТЭ в подготовке национальных кадров для атомной отрасли стран-членов МАГАТЭ. Так в Казахстане при содействии Комитета атомного и энергетического надзора и контроля Министерства энергетики Республики Казахстан прошли курсы повышения квалификации сотни специалистов ведущих предприятий Казахстана связанные с атомной отраслью, таких как АО «НАК «Казатомпром», РГП «НЯЦ РК», РГП «ИЯФ», медицинские учреждения и др.

Таким образом, атомная отрасль в Республике Казахстан должна стать одним из факторов, обеспечивающих повышение экспортного потенциала страны за счет производства высокотехнологичной урановой продукции, создающих условий для индустриального развития страны за счет развития и внедрения наукоемких ядерных технологий, развития смежных отраслей науки и производства, и для повышения профессионально-кадрового потенциала страны.

Основным достижением по развитию сырьевой базы и созданию технологий производства редких и редкоземельных металлов в 2016 году стало создание совместного опытно-промышленного производства коллективных концентратов редкоземельных металлов между АО «НАК «Казатомпром» (51%) и Sumimoto Corporation (49%) на базе завода SARECO в г. Степногорске. Завод представляет собой уникальный комплекс термической и гидрометаллургической переработки различных типов сырья.

Компания расширяет производство материалов и устройств для возобновляемой энергетики. Так, в 2012 году был запущен завод по производству фотовольтаических модулей в г. Астане, позволяющий производить 230 тыс. модулей по 230 и 270 Вт, и подготовлен к запуску завод по производству фотоэлектрических пластин и ячеек в г. Усть-Каменогорске. В настоящее время уже заключены контракты с AREVA на поставку готовой продукции. Кроме того, в 2012 году на территории Казахстана возобновили работу предприятия по производству металлургического кремния.

АО «НАК «Казатомпром» уделяет большое внимание развитию научно-технического и инновационного потенциала, ежегодно увеличивая объем затрат на НИОКР. Так, в 2016 году затраты на НИОКР составили 3,315 млн тенге, превысив показатель 2015 года почти в 3 раза. Научно-исследовательские работы коснулись таких направлений, как: совершенствование технологий геологоразведочных работ, повышение эффективности получения химических концентратов урана и производство серной кислоты, а также создание производства ветровых турбин и тепловых насосных установок.

Компания является активным инвестором в развитие регионов присутствия и оказывает социальную помощь различным группам населения на постоянной основе. В 2016 году АО «НАК «Казатомпром» было признано лучшим меценатом в номинации «Инвестиции в будущее».

Несмотря на сложности, с которыми АО «НАК «Казатомпром» столкнулось в 2016 году, Компания показала хорошие результаты и достигла поставленных целей в рамках стратегических приоритетов. В будущем Компания продолжит реализацию своей амбициозной стратегии, направленной на повышение акционерной стоимости.

По результатам исследования можно сделать вывод, что инвестиционная активность в Южно-Казахстанской области пока еще далека от оптимальной, но положительных сдвигов достаточно и горнодобывающая промышленность региона динамично развивается.

Список литературы

1. Назарбаев Н.А. Послание Президента Республики Казахстан народу Казахстана «Стратегия «Казахстан-2050» - новый политический курс состоявшегося государства» от 14 декабря 2012 года. – Астана. – 2012.

2. Назарбаев Н.А. Послание Президента Республики Казахстан народу Казахстана «Казахстанский путь – 2050: Единая цель, единые интересы, единое будущее» от 17 января 2014 года. – Астана. – 2014.

3. World Nuclear Association. Pocket Guide 2015/16: Uranium, From Mine to Mill.

4. A Joint Report by the OECD Nuclear Energy Agency and the International Atomic Energy Agency. Uranium 2014: Resources, Production and Demand. OECD 2014. NEA No. 7209. p.20.

5. Джаксалиев Б. Атомная энергетика: полный цикл от ископаемого урана до АЭС // Казахстанская правда. 22 августа 2015 г

6. Указ Президента Республики Казахстан от 1 февраля 2010 года № 922 «О Стратегическом плане развития Республики Казахстан до 2020 года» // Информационно-правовая система нормативных правовых актов Республики Казахстан «Әділет». <http://adilet.zan.kz/rus/docs/U100000922>

7. Обзор ядерной индустрии Казахстана // Атомный эксперт №1-2 (22-23) 2014. В мире. - С. 85.

8. Пресс-релиз о подписании Соглашения о сотрудничестве в сфере ядерной энергетики между Казахстаном и КНР // Официальный сайт АО «НАК «Казатомпром». <http://www.kazatomprom.kz/ru/#!/article/3308>

9. Постановление Правительства Республики Казахстан от 29 июня 2011 года № 728 «Об утверждении Программы развития атомной отрасли в Республике Казахстан на 2011 - 2014 годы с перспективой развития до 2020 года». // Информационно-правовая система нормативных правовых актов Республики Казахстан «Әділет». <http://adilet.zan.kz/rus/docs/P1100000728>

АНАЛИЗ КОНЦЕПЦИЙ УСТОЙЧИВОГО РАЗВИТИЯ ИНТЕГРИРОВАННЫХ ДОБЫВАЮЩИХ КОМПЛЕКСОВ В НЕФТЯНОЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ

Ильинский Александр Алексеевич

*Доктор экономических наук профессор
профессор Высшей школы промышленного менеджмента
Санкт-Петербургского политехнического университета
Российская Федерация, г. Санкт-Петербург, ул. Курчатова, д.6, корп 4, кв. 71*

Тан Сюйвэй

*Аспирант Высшей школы промышленного менеджмента
Санкт-Петербургского политехнического университета
Российская Федерация, г. Санкт-Петербург*

ANALYSIS OF THE CONCEPTS OF SUSTAINABLE DEVELOPMENT AN INTEGRATED MINING COMPLEXES IN THE OIL INDUSTRY

Ilinskiy Alexander Alekseevith

*Doctor of Economics, Professor
Professor of the Higher School of Industrial Management/
St. Petersburg Kurthatova str. 6/4, 71
Russia, St. Petersburg*

Tang Xuwei

*Postgraduate student
Peter the Great St. Petersburg Polytechnic University,
Russia, St. Petersburg*

АННОТАЦИЯ

Рассмотрена категория устойчивого развития. Рассмотрены значимые концепции развития нефтедобывающем комплексе. Рассмотрены особенности и принципы устойчивого развития интегрированных нефтегазодобывающих комплексов. Выделены направления повышения устойчивости российских и китайских компаний.

ABSTRACT

the category of sustainable development. Considered important concepts for the development of oil producing complex. Describes the features and principles of sustainable development integrated oil and gas complexes. Selected directions of increase of stability of the Russian and Chinese companies.

Ключевые слова: интегрированный комплекс, устойчивое развитие, маргинальные месторождения, углеводородное сырье.

Key words: integrated, sustainable development, marginal fields, hydrocarbon raw materials.

Методологические вопросы обеспечения устойчивого развития производственных предприятий, промышленных комплексов и бизнес процессов являются предметом научных дискуссий начиная с 50-х годов прошлого века. Следует отметить, что несмотря на общепринятый концепт устойчивости - как «способность системы сохранять текущее состояние при влиянии внешних воздействий» существует более 50-ти различных определений данной экономической категории.

Наличие множества трактовок отражает не только многоаспектность категории устойчивости, характеризующей экономические, социальные и экологические приоритеты развития социума, но и различие в подходах, используемых разными общественными слоями – научными, предпринимательскими, политическими.

Так на макроэкономическом уровне концепцию устойчивого развития рассматривают как переход социума в новое качество (коэволюция природы и человека в рамках «ноосферы»), предпринимательские круги под этим понятием видят возможности работы без социально-политических потрясений и революций.

На уровне производственных структур (предприятий, комплексов и производственных единиц) выделяются различные аспекты устойчивости включая социально-экономическую, финансово-экономическую, технико-технологическую, снабженческо-сбытовую, экологическую.

Анализ вышеприведенных работ позволяет сделать вывод о том, что устойчивость нефтегазового комплекса следует рассматривать как способность в течение определенного времени сохранять «... интегральные показатели деятельности в допустимых пределах даже в случае, если внешние условия не позволяют текущей деятельности быть экономически эффективной». При этом под устойчивостью понимается не стабильность, как отсутствие глубоких изменений, а надежность и эффективность работы системы, т.е. достижение ее "оптимальности".

Формирования методических подходов и принципов устойчивого развития интегрированных нефтегазодобывающих комплексов должно предусматривать обязательный учет производственно-экономических особенностей их функционирования. К их числу можно отнести следующие:

1. Особенности предмета труда в нефтегазовом комплексе – ресурсами углеводородов в недрах. При этом до момента добычи нефти (природного газа) предмет труда представлен не физическими параметрами которые можно определить и измерить, а информацией о прогнозных, промышленных, подготовленных к разработке запасов сырья, то есть информацией характеризующей высокой степенью неопределенности.

2. Конечные результаты труда, а также эффективность их производства характеризуются сильной зависимостью от неуправляемых геологических, горнотехнических и других природно-экономических и экологических факторов что требует разработки специальных программ управления рисками

недропользования включая разработку и реализацию специальных технологий и организационных схем ведения геологоразведочных работ и освоения месторождений.

3. Высокие инвестиционные и операционные риски реализации нефтегазовых проектов. При этом решение вопроса о начале проведения поисковых и разведочных работ и последующем освоении выявленного месторождения, в нефтегазовом комплексе соответствует решению вопроса о вложении первоначального капитала на приобретение лицензии, проведение поисковых работ на участке и последующих инвестиций на проведение разведочных работ и разработку месторождений. Вложения капитала на каждой из перечисленных стадий освоения являются неравномерными и увеличиваются с каждой последующей стадией работ.

4. Экономическая неопределенность результатов реализации нефти (природного газа) потребителям, определяемые рисками предложения и спроса, а также рисками связанный с дисгармонией предложения и спроса. При этом Риск, связанный с предложением минерального сырья состоит в том, что горное предприятие не способно эффективно и в короткие сроки реагировать на изменение спроса. Риск спроса на минеральное сырье тесно связан с общемировой экономической конъюнктурой.

5. Инерционность и большая продолжительность производственного цикла от момента начала работ до получения первого товарного продукта. Вследствие инерционности, нефтедобывающее предприятие даже при существенном снижении цен продолжает производить и выбрасывать на рынок сырье. Это обуславливает существенную дисгармонию спроса и предложения и приводит к кризису производства. Цены при этом могут становиться ниже уровня объективно складывающегося под влиянием спроса.

6. Особые нормативно-правовые условия функционирования субъектов хозяйственного права в нефтегазовом комплексе. Нефтегазовые компании помимо выполнения законодательно регламентирующих актов хозяйственного права обязаны выполнять требования законодательства о недрах, включая Закон «О недрах», законодательство о лицензировании недропользования, а также охране недр и окружающей природной среды.

С учетом вышеприведенных положений нефтедобывающий комплекс ММН можно определить, как интегрированную систему компаний, осуществляющих производственно-коммерческую деятельность по добыче, транспортировке и переработке нефти на ресурсной базе маргинальных месторождений. Нефтедобывающий комплекс ММН как систему можно охарактеризовать следующими признаками:

1. Целостность и членилось основных производственно-экономических элементов комплекса. отношения связи – наличие существенных устойчивых связей;

2. Наличие специфической целей развития, внутренней организации и структуры бизнес составляющих основу нефтедобывающего комплекса ММН.

3. Наличие интеграционных качеств системы, т.е. наличие у нефтедобывающего комплекса ММН качеств, которые присущи системе в целом, но не свойственны отдельным элементам.

4. Адаптивность - наличие в нефтедобывающем комплексе ММН системных качеств адаптации к влиянию факторов внешней макроэкономической среды.

Применительно к концепту устойчивого развития нефтедобывающего комплекса по освоению маргинальных месторождений нефти система указанных требований по составу остается неизменной. Однако характер требований по обеспечению устойчивого развития меняется в сторону их ужесточения.

Структурно нефтедобывающий комплекс ММН должен предусматривать ряд функциональных компонент, обеспечивающих реализацию основных и вспомогательных бизнес процессов.

Принципиальная схема нефтедобывающего комплекса ММН приведена на схеме (рис. 1).



Рис. 1 Принципиальная схема формирования нефтедобывающего комплекса ММН

Основу данного комплекса ММН составляет технологический блок «Upstream». Институциональная структура данного блока включает компании (НДК), основного производственного цикла недропользования: подготовки промышленных запасов – добычи нефти – транспортировки продукции. Сюда входят собственно нефтедобывающие компании, геологоразведочные организации и нефтетранспортные компании.

При этом состав бизнес процессов геологоразведочных компаний включает в себя:

1. Проведение региональных геологических исследований по результатам которых осуществляется выявление запасов (ресурсов) категорий D1, C3.

2. Подготовку перспективных нефтеносных структур для постановки поискового бурения по результатам которых осуществляется выявление запасов (ресурсов) категорий C3, C2.

3. Поисково-оценочные работы по результатам которых осуществляется открытие месторождений что соответствует выявлению запасов C2, C1 и частично B.

4. Разведка и доразведка месторождений в процессе их эксплуатации что соответствует выявлению запасов C1, B и частично A.

Продукция геологоразведочных организаций (подготовленные запасы промышленных категорий) являются предметом труда нефтедобывающих компаний осуществляющих цикл работ, связанных с проектированием, проведением обустройства месторождений, строительством комплекса добывающих и нагнетательных скважин, организацией добычи нефти ее подготовки и транспортировки до систем подключения к магистральным нефтепроводам (или иных мест отгрузки).

Особое место в комплексе «Upstream» занимают нефтетранспортные компании, реализующие бизнес процессы по строительству и эксплуатации магистральных нефтепроводов – «midstream».

Комплексные поставки необходимых производственных комплексов, оборудования и программного обеспечения осуществляют сервисные технологические компании (ТК) реализующие цикл «Downstream».

Следует выделить принципиальную особенность устойчивого функционирования производственного блока «Upstream». Она связана с тем, что результаты работ на каждом из последовательно выполняемых процессов оказывают существенное влияние на устойчивость последующих процессов. Например, ошибки на этапе подготовки промышленных запасов могут привести к существенным потерям при организации добычи нефти и даже сделать проект освоения ММН нерентабельным.

Таким образом устойчивое развитие нефтедобывающего комплекса ММН должно предусматривать сбалансированное и устойчивое развитие основных его элементов включая: воспроизводство минерально-сырьевой базы и лицензионную деятельность; развитие центров нефтедобычи, производственной инфраструктуры и транспорта; опережающее инновационное развитие технологий подготовки запасов, добычи, логистики нефтегазового сырья, компенсирующих объективные тенденции ухудшения условий освоения ресурсов углеводородного сырья.

В соответствии с выделенными признаками можно определить системные принципы устойчивого развития нефтедобывающего комплекса маргинальных месторождений:

- устойчивое развитие как принцип организации данного комплекса определяющих структуру и характер производственных отношений как внутри комплекса, так и при его взаимодействии со смежными отраслевыми структурами;

- устойчивое развитие как программа способная обеспечить непрерывное перемещение из текущего в более качественное состояние;

- устойчивое развитие как процесс изменения технологических, организационных и экономических параметров производственной деятельности.

- устойчивое развитие как способ организации элементов нефтедобывающего комплекса в единое целое и воздействие процессов функционирования системы в целом на отдельные ее звенья.

Для нефтяных компаний выбор лицензии на изучение и освоение маргинальных нефтегазовых месторождений является по сути стратегическим выбором из различных стратегий повышения устойчивости портфеля активов, представленных ресурсами углеводородов. Выбор стратегического направления развития компании, в активы которой входят месторождения, содержащие маргинальные запасы нефти предполагает выполнение определенной последовательности взаимосвязанных шагов.

Первым из них является оценка возможных ограничений, связанных с геологическим изучением и промышленным освоением маргинальных месторождений нефти. По своей природе эти ограничения достаточно волатильны. Некоторые из них могут быть оценены количественно (инвестиции, прирост запасов и пр.), другие количественному учету подвергнуть достаточно проблематично (география расположения маргинальных активов, геологические особенности их строения и др.).

На следующем шаге описывается система сценариев в которой отображены возможные варианты развития компании (например: пессимистический, базовый, оптимистический). При этом очередность реализации инвестиционных проектов компании определяется по их доходности и рентабельности освоения. Далее необходимо провести обоснованный выбор одного из предложенных сценариев.

На заключительном шаге происходит обзор выбранных альтернатив в стратегическом аспекте, поскольку крупные проекты, требующие значительных инвестиций и обладающие повышенным риском подлежат особо тщательному анализу.

ОЦЕНКА ГУДВИЛЛА НЕПУБЛИЧНЫХ МЕТАЛЛУРГИЧЕСКИХ ПРЕДПРИЯТИЙ МЕТОДОМ АНАЛОГИЙ

Калинский О.И.

к.э.н., доцент, профессор кафедры экономики НИТУ «МИСИС»

Аннотация:

В статье предложен подход к оценке деловой репутации (гудвилла) непубличных предприятий черной металлургии посредством использования метода аналогий на основе анализа зависимости капитализации (рыночной стоимости) компании от составляющих добавленной стоимости.

Выполнены расчеты на примере крупнейших российских металлургических предприятий (ПАО «ЧМК» и АО «ЕВРАЗ ЗСМК»). Работа может быть интересна магистрантам и аспирантам, обучающимся по специальности «Экономика и управление на предприятии», а также практикующим работникам экономической и финансовой служб металлургических предприятий.

Abstract:

An original approach of utilizing method by analogy in evaluating the business reputation of the enterprise (goodwill) is outlined in the article. The approach is based on the identified correlation between the market value (capitalization) of the business enterprise and the components of the value added produced by this enterprise. Calculations are presented that support the validity of the suggested approach. These calculations are based on the factual financial performance of the biggest Russian ferrous metallurgy companies, OJSC ChMK and JSC Evraz ZSMK. The article may be of interest to the students studying at the Master's and PhD level programs and also to the employees of the financial and economic departments of the ferrous metallurgy companies.

Ключевые слова: деловая репутация, гудвилл, оценка деловой репутации, метод аналогий, добавленная стоимость, составляющие добавленной стоимости, предприятия черной металлургии.

Key words: business reputation, goodwill, business reputation evaluation, method by analogy, value added, components of value added, ferrous metallurgy enterprises.

Мировой финансово-экономический кризис, острейшая фаза которого пришлась на период с конца 2008 по конец 2009 года, и последующие экономические события (слабый экономический рост как в промышленно развитых, так и в развивающихся странах, новая политика по реиндустриализации промышленно развитых стран, регионализация мировой экономики и создание региональных экономических группировок) продемонстрировали на примере крупнейших транснациональных компаний и банков (General

Motors, Coca-Cola, IBM, Leman Brothers, Bear Sterns, Merrill Lynch, Citi и др.), что их стоимостная оценка зависит не только от стоимости материальных активов, но также и от стоимости нематериальных активов. Эти активы сложно оценить, однако они оказывают существенное влияние на восприятие компании во внешней среде, определяя ее рыночную стоимость в долгосрочном периоде.

Важнейшим нематериальным активом компании является деловая репутация, которая отражается на балансе компании как гудвилл¹. Этот факт сегодня осознают в полной мере как российские, так и иностранные компании.

В современной экономической теории распространены различные методы оценки деловой репутации (гудвилла) компании. Разработанные за границей, эти методы сейчас вполне успешно применяются в России и находят отражение в российских стандартах бухгалтерской отчетности и различных указаниях по оценке активов.

Однако актуальной проблемой сегодня остается как ограниченность применения существующих методов количественной оценки гудвилла компаний, акции которых не котируются на биржах и, соответственно, капитализация которых не является известной или легко вычисляемой, так и отсутствие комплексных методов оценки гудвилла с дальнейшей оптимизацией его величины и управлением. По мнению авторов, решение данной проблемы позволило бы иметь более надежный инструментарий для уточнения и дальнейшего увеличения рыночной стоимости этих непубличных компаний, что и предопределило выбор темы для настоящей работы.

Предприятия российской черной металлургии были выбраны в качестве объекта исследования в связи с полной интеграцией этой отрасли в глобальную экономику и хорошо развитыми внешнеторговыми связями.

Среди ученых, изучавших сущность нематериальных активов, можно выделить Гранта, Нахапиеца, Гошаля, Тииса, Амблера, Андриссена, Тиссена, Гаранину Т.А., Елохову И.В., Назарову Л.А., Егорову Е.Б., Бочкареву И.И., Третьяка Д.В., Грязнову А.Г., Федотова М.А., Смирнову В.А., Соколова Я.В., Пошерстника Н.В., Ржаницину В.С., Есипову В.Е. и др.

При этом, несмотря на то, что исторические хроники подтверждают активное использование гудвилла в сделках купли-продажи еще с начала XV века, первые попытки исследования его экономической сущности и предназначения относятся лишь к XIX веку – к знаменитому представителю немецкой бухгалтерской школы и основоположнику балансовой теории двойной записи Шеру И.Ф. Его исследования были продолжены такими учеными, как Пикслей, Шмаленбах, Ларсон, Коупленд, Пратт, Келли, Браун, Бранд, Бейверсток, Десмонд, Кинг, МакДермотт, Ван Хорн, Миллер, Дамант,

¹ Позиция автора совпадает с позицией значительного количества ученых, считающих «деловую репутацию» и «гудвилл» близкими понятиями, так как по своей сути гудвилл представляет собой количественную оценку самой деловой репутации на балансе компании и отображается на балансе в ряде случаев.

Стерн, Брейли, Коллас, Майерс, Джонсон и др. Примечателен также и тот факт, что выводы, например Шмаленбаха, относительно содержания понятия «гудвилл» также созвучны с теорией Прудона относительно сущности прибавочного продукта. О важности деловой репутации компании писал также и нобелевский лауреат по экономике 2014 года Жан Тироль – автор теории коллективных репутаций².

В российской экономической науке этот нематериальный актив также привлекал повышенное внимание на протяжении XIX и XX веков. Однако научные исследования, отличающиеся глубокой методологической проработкой в области нематериальных активов, появились в русскоязычной экономической литературе только в конце прошлого века. До настоящего времени лишь исследования Стельмахова А.А., Андреева С.Э. и Бонг Н.В., которые посвящены вопросам экономики и управления нематериальными активами, в целом можно считать основополагающими.

Переходя к исследованию гудвилла, следует отметить работы таких отечественных ученых, как Бланк И.А., Ковалев В.В., Ершова Е.А., Ленская С.А., Абдулаева Н.А., Колайко Н.А., Валдайцев С.А., Иноземцев В.Л., Антипина О.А., Азгальдов Г.Г., Карпова Н.Н., Макаров В.Л., Маренков Ф.Н., Мокрышев В.В., Просвирина И.И., Соколов Я.В., Павлов Н.В., Артеменков И.Л., Микерин Г.И., Алешина И.В., Баканов М.И. и др.

В последние несколько лет вышел в свет ряд российских исследований, посвященных сущности и проблемам достоверной оценки деловой репутации, а также практическому применению оценки гудвилла для принятия управленческих решений по повышению стоимости компании. Среди таких исследований нужно выделить работы Горина С.В., Аверчева И.В., Елисеева В.М., Савельева А.В., Понурова С.В., Сметанина А.М., Рожкова И.М., Маркова С.В., Ларионовой И.А., Сычева Г.И., Федоткина Л.Е., Фомичевой Л.П., Лашхия В.Ю.

При этом приходится констатировать, что разработка новых методов комплексной количественной оценки деловой репутацией (гудвиллом) остается востребованной особенно для непубличных компаний в черной металлургии³.

Одним из таких методов количественной оценки может стать метод аналогий.

Метод аналогий – метод, согласно которому знание, полученное из рассмотрения какого-либо объекта, переносится на менее изученный, сходный по существенным свойствам и качествам объект. Данный метод является

² В частности, Тироль указывал: «Репутация группы [компаний] может быть настолько хороша, насколько хороша репутация членов [компаний] группы» (*Подробнее см.:* Tirole J., A Theory of Collective Reputations (with Applications to the Persistence of Corruption and to Firm Quality // *The Review of Economic Studies*. – Vol. 63. – No. 1 (Jan., 1996). – P. 1-22).

³ О важности укрепления деловой репутации для непубличных компаний подробнее см.: http://www.raexpert.ru/editions/bazulev_go-2014 (дата обращения: 06.11.2014).

одним из источников научных гипотез [1, с. 837–839]. М использованием данного метода авторами предлагается подход, позволяющий прогнозировать рыночную стоимость непубличного бизнеса с использованием массива данных о финансовых результатах этой компании.

Предлагается выбрать на рынке максимально близкие, например, по таким критериям, как суммарная стоимость активов, товарная структура выручки и т.п., предприятия, одно из которых уже является публичным, а второе (стоимость которого и надо оценить) – нет. Для первого предприятия можно построить модель капитализации от структурных составляющих добавленной стоимости, детально описанной в работе [2].

Для непубличного предприятия можно принять в качестве допущения, что в силу «похожести» предприятия такая модель была бы идентичной. То есть структура составляющих добавленной стоимости в аналогичной динамике отражала бы потенциал увеличения капитализации или гудвилла.

Рассмотрим в качестве примера трансляцию модели ПАО «ЧМК» на АО «ЕВРАЗ ЗСМК». Оба предприятия имеют ярко выраженный «сортопрокатный профиль» и являются лидерами российского рынка по производству и реализации арматурной стали.

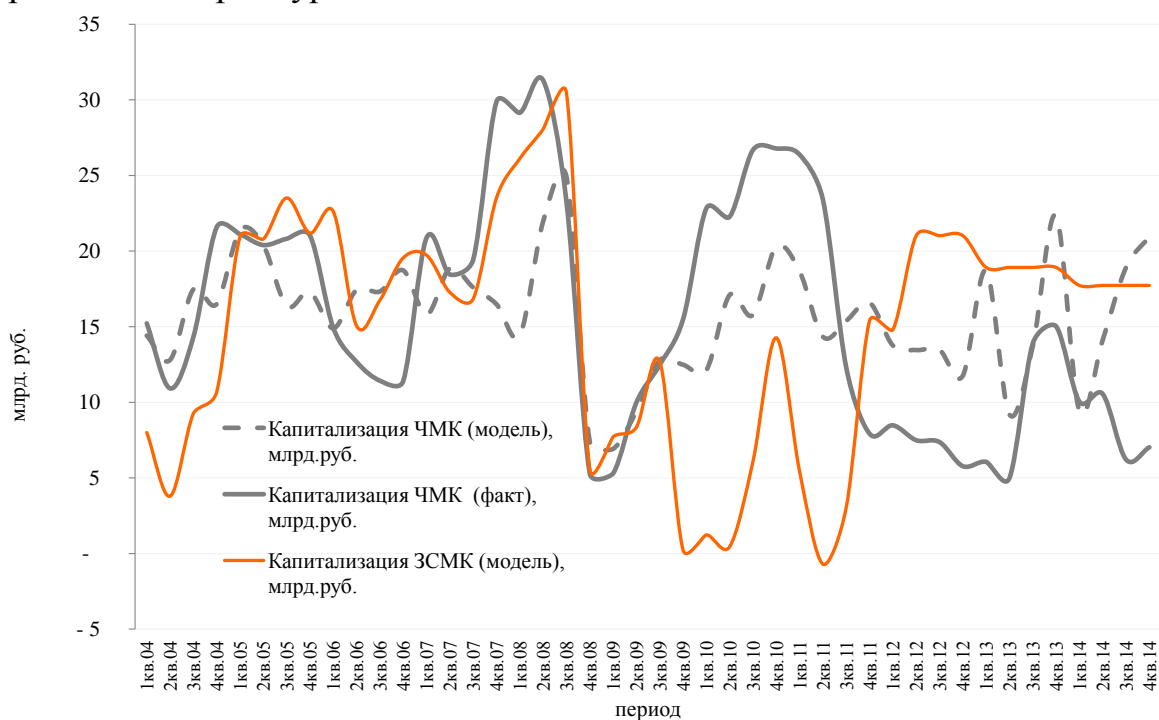


Рис. 1 Динамика расчетной капитализации для АО «Евраз ЗСМК», определенной на основании модели прогноза для ПАО «ЧМК»

Проводя анализ отдельных отрезков времени для расчетной капитализации АО «Евраз ЗСМК», можно сделать определенные выводы о релевантности полученных данных (рисунок 1). Например, рассматривая отрезок относительно стабильного функционирования черной металлургии в России (с 2004 года по I полугодие 2008 года), можно отметить, что расчетная капи-

тализация АО «Евраз ЗСМК» сопоставима как с модельной, так и с фактической капитализацией ПАО «ЧМК». При этом совокупная стоимость активов АО «Евраз ЗСМК» за аналогичный период также в среднем сопоставима со стоимостью активов ПАО «ЧМК». С математической точки зрения этот результат является вполне объективным.

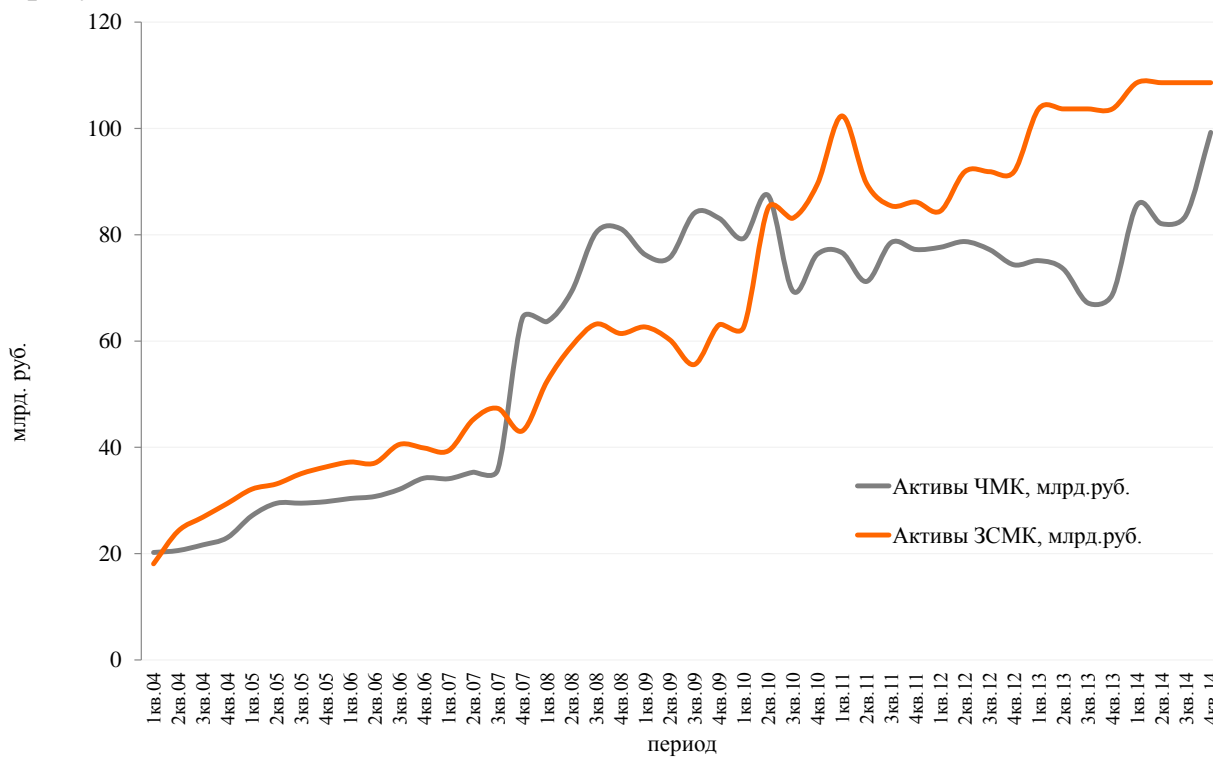


Рис. 2 Динамика чистых активов ЗСМК и ЧМК

Период со II полугодия 2008 года по I полугодие 2011 года характеризовался большей волатильностью и более существенными величинами флуктуаций расчетной капитализации ПАО «Евраз ЗСМК», что неудивительно, учитывая, насколько нестабильной была ситуация в металлургическом секторе. Прогнозирование продаж было затруднено, а финансовые результаты оказывали негативное влияние на стоимость компаний.

При этом, рассматривая данный промежуток времени, можно отметить высокую волатильность результатов расчетной капитализации: на фоне восстановления рынка и роста объемов реализации и цен расчетная капитализация динамично менялась под влиянием скачков прибыли от продаж и была ниже показателей ЧМК.

Однако уже в I квартале 2012 года на рисунке 1 можно отметить возврат кривых капитализации к привычному состоянию (на фоне стабилизации рынков сбыта). Это было обусловлено, прежде всего, восстановлением основных рынков сбыта и повышением уровня загрузки производственных мощностей предприятий. При этом, соотношение расчетных капитализаций ПАО «ЧМК» и АО «Евраз ЗСМК» практически вернулось к привычному соотношению между активами двух комбинатов.

Резюмируя, важно отметить, что предлагаемый подход для расчета (прогноза) капитализации/гудвилла непубличных компаний является разумной альтернативой традиционным методам оценки, поскольку позволяет получить количественным способом адекватные результаты без избыточного использования экспертного мнения. В предложенном выше примере расчет осуществлялся на базе моделей капитализации от составляющих добавленной стоимости. Для расчета гудвилла непубличной компании в этом случае достаточно из расчетной капитализации вычесть стоимость чистых активов. Кроме того, в практике возможна ситуация, когда модель гудвилла от составляющих добавленной стоимости показывает лучшее статистическое качество. В этом случае для того, чтобы перейти к показателю капитализации, необходимо к величине гудвилла добавить стоимость чистых активов.

Безусловно, использование предлагаемого метода также требует определенных допущений (например, о схожести/аналогичности предприятий), однако с точки зрения работы этих компаний в одной бизнес-среде даже имеющиеся различия, которые, безусловно, есть между АО «ЕВРАЗ ЗСМК» и ПАО «ЧМК», не будут существенно искажать результат. Ключевым условием при использовании метода аналогий, по нашему мнению, должна быть продуктовая специализация компаний. В этой концепции, например, было бы неправильно для компании, специализирующейся на сортовом прокате, использовать в качестве аналогии компанию, основной вид продукции которой составляет листовой прокат или трубы.

В результате предлагаемый подход к расчету капитализации/гудвилла непубличной компании методом аналогий, который состоит из технической (расчетной) части и этапа интерпретации полученных результатов, представляется корректным.

Принципы построения модели прогнозирования капитализации и гудвилла от составляющих добавленной стоимости (прибыли от продаж, совокупного фонда оплаты труда, амортизации), описанные в работах [3,4] и использованные, в том числе, выше для непубличных компаний посредством метода аналогий, позволяют получить инструмент прогнозирования как стоимости компании, так и ее гудвилла, причем и для публичных, и для непубличных компаний.

Кроме того, управление структурой добавленной стоимости может быть одним из дополнительных инструментов влияния на капитализацию и гудвилл компании, поскольку в глазах инвесторов и акционеров результатом деятельности компании является не только фактически полученная прибыль, но и уровень социальной ответственности, выражающийся в том числе в размере выплачиваемой заработной платы, а также уровень стратегической готовности поддерживать долгосрочную работоспособность актива, о чем можно судить по величине амортизации и амортизационных фондов.

В заключение следует еще раз обратить внимание на тот факт, что, по мнению авторов, использование составляющих добавленной стоимости

в качестве переменных позволяет получить эффективную модель прогноза гудвилла (и, соответственно, капитализации) компании, что напрямую влияет на ее конкурентоспособность. Это крайне важно, особенно с учетом свершившегося вступления России в ВТО и постоянно ожесточающейся конкуренции и торгового протекционизма как на национальном рынке России, так и за рубежом.

Такая модель так же эффективна не только с точки зрения прогноза гудвилла конкретной компании, но и с точки зрения оценки этого показателя для непубличных компаний (посредством примененного метода аналогий).

По мнению авторов, использование таких моделей позволяет формулировать эффективные управленческие решения, базирующиеся на изменении структуры добавленной стоимости предприятий черной металлургии, которые позитивно влияют на капитализацию и гудвилл компании и, как следствие, на ее конкурентоспособность в долгосрочном периоде.

Библиографический список:

1. Колесников В.А., Юров В.М. Метод аналогий и экономические аспекты проектирования информационно-измерительных систем // Фундаментальные исследования. – 2013. – № 6 (ч. 4). – URL: www.rae.ru/fs/?section=content&op=show_article&article_id=10000855 (дата обращения: 05.08.2013).

2. Калинин О.И., Ларионова И.А., Марков С.В., Рожков И.М., Горбатенко М.В. Коэффициентный метод управления показателями добавленной стоимости с целью обеспечения устойчивого роста предприятия (на примере комбинатов черной металлургии РФ) // Вестник Самарского государственного экономического университета. – 2009. – № 4 (54). – С. 32–37.

3. Калинин О.И., Рожков И.М., Афанасьев В.А., Степанова М.А., Горбатенко М.В. Использование обобщенной методики выбора рациональных значений воздействий при управлении гудвиллом предприятия // Вестник Самарского Государственного экономического университета. – 2010. – № 9 (71). – С. 51–55.

4. Калинин О.И., Рожков И.М., Марков С.В., Редькина Е.А. Разработка методики определения гудвилла – показателя сверхстоимости предприятия на примере предприятий черной металлургии РФ // Бюллетень «Черная металлургия». – 2006. – № 11. – С. 100–104.

РОЛЬ НАЛОГОВОГО ПЛАНИРОВАНИЯ ДЛЯ СУБЪЕКТОВ МАЛОГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА

Юнусова Танзиля Талгатовна,

к.э.н., доцент ЧОУ ВО

«Западно-Уральский институт экономики и права», г. Пермь

Зеленина Светлана Анатольевна

ст.преподаватель ЧОУ ВО

«Западно-Уральский институт экономики и права», г. Пермь

Аннотация

Статья посвящена вопросам налогового планирования для субъектов малого предпринимательства. Указана цель налогового планирования. Рассмотрены показатели, характеризующие эффективность налоговой политики. Рассмотрен налоговый план и прогнозирование хозяйственной деятельности субъекта малого предпринимательства.

Abstract

The article is devoted to tax planning for small businesses. The goal of tax planning. Considered indicators of the effectiveness of fiscal policy. The tax plan and forecasting economic activity of small businesses.

Ключевые слова

Налоговое планирование, субъект малого предпринимательства, прогнозирование хозяйственной деятельности.

Keywords

Tax planning, small business, forecasting economic activity.

Налоговое планирование для субъектов малого предпринимательства представляется неотъемлемой частью успешного ведения бизнеса.

В связи с тем, что налоги, являясь экономической базой содержания государственного аппарата, армии, непроизводственной сферы, главным инструментом перераспределения доходов и финансовых ресурсов, позволяют государству сосредоточить в своих руках денежные средства, необходимые для решения проблем социального, экономического, научно-технического развития страны, региона или отрасли, обеспечения средствами тех лиц, предприятий, программ, секторов и сфер экономики, которые испытывают потребность в ресурсах, но не в состоянии обеспечить ее из собственных источников, следует, что требовать уничтожения налогов значило бы требовать уничтожения самого общества.

В системе налогообложения немаловажную роль играет малый бизнес, так как развитие малого предпринимательства способствует постепенному созданию широкого слоя мелких собственников, чье благосостояние и достойный уровень жизни являются основой социально-экономических реформ, гарантом политической стабильности и демократического развития общества. Развитие малого бизнеса необходимо, потому что это дает жизнь

крупномасштабным предприятиям. На сегодняшний день складывается сложная для предприятий ситуация в плане налогообложения: зачастую полученный доход оказывается значительно меньше суммы, подлежащей уплате в бюджет и внебюджетные фонды. Для выживания в этой системе предприятия и предприниматели должны уметь спланировать деятельность таким образом, чтобы оставлять в своем распоряжении максимально возможную сумму заработанных денежных средств.

Налоговое планирование на малых предприятиях представляется актуальным, но еще недостаточно развитым и должно проводиться даже при наименьшем уровне налоговой нагрузки.

Вся система налогового планирования направлена на одну конечную цель – увеличение прибыли хозяйствующего субъекта. Поэтому для оценки рациональности налогового планирования необходимо использовать ряд показателей помимо налоговых, то есть характеризующих налоговую нагрузку, налоговые издержки, это показатели эффективности использования трудовых ресурсов бухгалтерской и технической служб, участвующих в процессе налогового планирования [8, с. 197]. Только при анализе всех показателей в совокупности можно будет охарактеризовать систему налогового планирования, с точки зрения, ее рациональности и эффективности.

Составление налогового плана следует начинать с прогнозирования хозяйственной деятельности, например, предприятия оптовой торговли ООО «Асбсолют» (г. Пермь).

Основным методом прогноза показателей деятельности может стать прогнозирование на основе выравнивания динамических рядов способом наименьших квадратов (таблица 1).

Таблица 1. Расчет прогнозируемой деятельности по уравнению прямой

| Год | Выручка, тыс. руб. (y) | t | t ² | $\bar{y}t$ | $\bar{y}t$ | y- $\bar{y}t$ |
|-------------------------------------|------------------------|----|------------------------|-----------------------|------------|---------------|
| Расчет прогнозируемой выручки | | | | | | |
| 2014 | 51645 | -1 | 1 | -51645 | 53417,7 | +1772,7 |
| 2015 | 65363 | 0 | 0 | 0 | 61817,7 | -3545,3 |
| 2016 | 68445 | 1 | 1 | 68445 | 70217,7 | +1772,7 |
| n = 3 | $\sum y = 185453$ | 0 | $\frac{\sum t^2}{2} =$ | $\sum y_t =$ 16800 | 185453 | 0 |
| Расчет прогнозируемой себестоимости | | | | | | |
| 2014 | 48039 | -1 | 1 | -48039 | 49942 | +1903 |
| 2015 | 60953 | 0 | 0 | 0 | 57147 | -3806 |
| 2016 | 62449 | 1 | 1 | 62449 | 64352 | +1903 |
| n = 3 | $\sum y = 171441$ | 0 | $\frac{\sum t^2}{2} =$ | $\sum y_t =$ 14410 | 171441 | 0 |

$$a_0 = \frac{\sum y}{n} = \frac{185453}{3} = 61817,7; \quad a_1 = \frac{\sum yt}{\sum t^2} = \frac{16800}{2} = 8400.$$

Полученное уравнение прямой, используемое для целей прогнозирования:

$$\bar{y}_t = 61817,7 + 8400t.$$

Ожидаемый наиболее вероятный прогноз выручки на 2017 г. составит:
 $61817,7 + 8400 * 1 = 70218$ тыс.руб.

Пример расчета прогнозируемой деятельности по уравнению прямой представлена в таблице 1, из которой следует, что выручка от реализации в 2017 г. должна составить 70218 тыс.руб., себестоимость 64352 тыс.руб.

Для снижения налогового риска предлагается на предприятии составлять бюджет налоговых платежей.

Бюджет налогов необходимо составлять, во-первых, для дальнейшего расчета финансовых показателей компании и определения влияния на них налогового бремени, во-вторых, для формирования платежного календаря и, в-третьих, для оптимизации налогов.

При планировании НДС необходимо помнить, что, как и остальные косвенные налоги, этот налог не влияет на планирование прибыли, так как не является «затратным», т.е. не увеличивает затраты предприятия, а отражается только при формировании бюджета движения денежных средств и прогнозного баланса.

В таблице 2 представлен бюджет НДС применительно для предприятия ООО «Асбсолют».

Таблица 2. Бюджет налога на добавленную стоимость

| Объекты налогообложения, операции, освобождаемые от налогообложения и не подлежащие налогообложению | Облагаемая база и вычеты, тыс.руб. | Ставка налога, % | Планируемая сумма налога, тыс.руб. |
|--|---|-------------------------|---|
| 1. Налог к уплате | | | |
| Реализация товаров, работ, услуг | 70218 | 18 | 12639 |
| Прочая реализация | - | - | - |
| Итого облагаемая база | 70218 | - | 12639 |
| 2. Налог к вычету | | | |
| Суммы НДС, предъявленные и уплаченные по товарам (работам, услугам) | 64352 | 18 | 11583 |
| НДС на возврат товаров в течение действия гарантийного срока | - | - | - |

| Объекты налогообложения, операции, освобождаемые от налогообложения и не подлежащие налогообложению | Облагаемая база и вычеты, тыс.руб. | Ставка налога, % | Планируемая сумма налога, тыс.руб. |
|--|---|-------------------------|---|
| НДС с суммы авансовых платежей | - | - | - |
| Итого вычетов | 64352 | | 11583 |
| Сумма НДС к уплате (стр. 1 – стр. 2) | | | 1056 |

В целях осуществления планирования необходимо четко разделить виды услуг, оказываемых предприятием, которые подпадают под различные режимы налогообложения по НДС, а также операции, освобождаемые от налогообложения, и НДС, принятый к возмещению.

Для планирования транспортного налога потребуются такие документы, как мощность используемых транспортных средств и технические паспорта автомобилей.

На основании Закона Пермского края от 25.12.2015 № 589-ПК «О транспортном налоге на территории Пермского края и о внесении изменений в закон Пермской области «О налогообложении в Пермском крае» [4] произведем расчет транспортного налога (таблица 3).

Таблица 3. Расчет транспортного налога

| Наименование транспортных средств | Кол-во | Мощность двигателя, л.с. | Суммарная мощность, л.с. | Тарифная ставка, руб./л.с. | Сумма налога, руб. |
|--|---------------|---------------------------------|---------------------------------|-----------------------------------|---------------------------|
| Легковой автомобиль | 3 | 157 | 471 | 50 | 23550 |

Далее проведем налоговое планирование по НДФЛ основной целью которого являются разработка четкой кадровой политики предприятия и планирование налогообложения и рисков. Также целями планирования являются оптимизация налогообложения и прогнозирование.

В целом планирование проходит следующие этапы:

1. планирование численности работников;
2. планирование численности работников, доходы которых облагаются по ставке 13% годовых;
3. планирование численности работников, доходы которых облагаются по ставке 35%;
4. планирование сумм налогов (таблица 4).

Таблица 4. Планирование НДФЛ

| Кол., чел. | Кол., чел. 13% НДФЛ | Кол., чел. 35% НДФЛ | Фонд заработной платы, тыс.руб. | Сумма налогов по ставке 13% | Сумма налогов по ставке 35% | Общая планируемая сумма, тыс.руб. |
|------------|---------------------------|---------------------------|---------------------------------|-----------------------------|-----------------------------|-----------------------------------|
| 16 | 16 | - | 17851 | 2321 | - | 2321 |

Для планирования налога на прибыль составим таблицу 5.

Таблица 5. Бюджет налога на прибыль организации

| Показатель | Сумма |
|------------------------------------|---------|
| Выручка от реализации, тыс. руб. | 70218 |
| Расходы прямые, тыс. руб. | (64352) |
| Расходы косвенные, тыс. руб. | (3967) |
| Прочие расходы, тыс. руб. | (3194) |
| Прочие доходы, тыс. руб. | 3458 |
| Налогооблагаемая база, тыс. рублей | 5163 |
| Ставка налога, % | 20 |
| Сумма налога, тыс. руб. | 1033 |

Для созданной системы налогового планирования важной является оценка рационального взаимодействия ее элементов путем оценки эффективности этой системы.

Вся система налогового планирования направлена на одну конечную цель – увеличение прибыли хозяйствующего субъекта. Поэтому для оценки рациональности налогового планирования по транспортному налогу необходимо использовать ряд показателей. К этим показателям помимо налоговых, то есть характеризующих налоговую нагрузку, налоговые издержки, относятся показатели эффективности использования трудовых ресурсов бухгалтерской, юридической, технической служб, участвующих в процессе налогового планирования транспортного налога.

Только при анализе всех показателей в совокупности можно будет охарактеризовать систему налогового планирования транспортного налога с точки зрения ее рациональности и эффективности.

Рассчитаем показатели, характеризующие эффективность избранной налоговой политики (таблица 6).

Таблица 6. Показатели, характеризующие эффективность налоговой политики

| Показатель | 2016 г. | 2017 г. (прогноз) | Отклонение абсолютное, (+, -) |
|---|---------|-------------------|-------------------------------|
| 1. Прибыль до налогообложения, тыс.руб. | 854 | 5163 | +4309 |
| 2. Объем реализации, тыс.руб. | 68445 | 70218 | +1773 |
| 3. Общая сумма налогов, тыс.руб. | 9674 | 4433 | -5241 |
| Коэффициент эффективности налоговых платежей (стр. 1 : стр. 3), руб./руб. | 0,09 | 1,16 | +1,07 |
| Налогоемкость (стр. 3 : стр. 2), руб./руб. | 11,33 | 0,06 | -11,27 |

Данные таблицы 6 позволяют сделать вывод, что в прогнозном периоде прибыль до налогообложения должна увеличиться на 4309 тыс.руб., т.к. увеличится выручка от реализации на 1773 тыс.руб. Следовательно, выбранная налоговая политика достаточно эффективна. Коэффициент эффективности налогообложения увеличивается и составит, по прогнозам, в 2017 г. 1,16, что свидетельствует о снижении налогового бремени. Налогоемкость, характеризующая общую сумму налоговых платежей, приходящихся на единицу реализации по прогнозу уменьшается.

Таблица 7. Показатели рациональности использования трудовых ресурсов в налоговом планировании

| Показатель | 2016 г. | 2017 г. (прогноз) | Отклонение абсолютное, (+, -) |
|--|---------|-------------------|-------------------------------|
| 1. Численность работников бухгалтерии, чел. | 2 | 4 | +2 |
| 2. Численность работников налогового и юридического отдела, чел. | - | 1 | +1 |
| 3. Общая средняя численность работников, чел. | 16 | 19 | +3 |
| Доля работников налоговой и юридических лиц (стр. 2 : стр. 3) | - | 0,05 | +0,05 |
| Коэффициент затрат труда на налоговое планирование (стр. 2 : стр. 1) | - | 0,25 | +0,25 |

После внедрения предложенной системы налогового планирования увеличится коэффициент затрат труда на налоговое планирование на 0,25, что существенно увеличит эффективность налогового планирования.

Таким образом, налоговое планирование на анализируемом субъекте будет способствовать упорядочиванию и рационализации расчетов с бюджетом по налогам, сократят вероятность налогового правонарушения до минимума, что в конечном итоге будет способствовать финансовому благополучию.

На основании данного планирования проводится сравнительный анализ налоговых платежей с прошедшим 2016 г. и проектным на 2017 г. (таблица 8).

Таблица 8. Сравнение налоговых платежей за прошедший 2016 г. и в проекте за 2017 г., тыс. рублей

| Наименование налога | 2016 г. | | Проект 2017 г. | | Темп роста в абсолютном выражении +/- | Темп роста, % | Изменение структуры +/- |
|----------------------------------|---------|-----------------|----------------|-----------------|---------------------------------------|---------------|-------------------------|
| | сумма | удельный вес, % | сумма | удельный вес, % | | | |
| Налог на прибыль | 2165 | 22,4 | 1033 | 23,3 | -1132 | 47,7 | +0,9 |
| Транспортный налог | 65 | 0,7 | 23 | 0,5 | -42 | 35,4 | -0,2 |
| Налог на добавленную стоимость | 5243 | 54,2 | 1056 | 23,8 | -4187 | 20,1 | -30,4 |
| Налог на доходы с физических лиц | 2201 | 22,7 | 2321 | 52,4 | +120 | 105,4 | +29,7 |
| Итого | 9674 | 100,0 | 4433 | 100,0 | -5241 | 45,8 | - |

Исходя из таблицы 8 наибольший удельный вес в общей сумме налоговых платежей занимают НДС (23,8%) и НДФЛ (52,4%).

Представим расчет налоговой нагрузки по методике Департамента налоговой политики Министерства финансов Российской Федерации.

Таблица 9. Расчет налоговой нагрузки по методике Департамента налоговой политики Министерства финансов Российской Федерации, тыс.руб.

| Наименование показателя | 2016 г. | Проект 2017 г. | Изменения +/- |
|--|---------|----------------|---------------|
| Выручка от реализации продукции | 68445 | 70218 | +1773 |
| Прочие доходы | 6458 | 6458 | - |
| Знаменатель при определении налоговой нагрузки | 74903 | 76676 | +8231 |
| Общая сумма налоговых платежей | 9674 | 4433 | -5241 |
| Налоговая нагрузка, % | 12,9 | 5,8 | -7,1 |

Таким образом, используя предложенные методики по оптимизации налогообложения организация сможет снизить налоговую нагрузку 7,1%. При этом абсолютное изменение налоговой нагрузки составит 5241 тыс.руб. Следует так же отметить, что для расчета налоговой нагрузки использовались только те данные, которые можно оценить, следовательно, окончательно оценить налоговую нагрузку можно только по окончании 2017 года.

Следовательно, налоговое планирование на предприятиях должно при любом уровне налоговой нагрузки и является необходимым для субъектов малого предпринимательства.

Список использованной литературы:

1. Налоговый кодекс Российской Федерации (часть первая) от 31.07.1998 № 146-ФЗ (в ред. от 18.07.2017) // СЗ РФ, № 31, 03.08.1998, ст. 3824.

2. Налоговый кодекс (часть вторая), от 05.08.2000 № 117-ФЗ (в ред. от 29.07.2017) // СЗ РФ, 07.08.2000, № 32, ст. 3340.

3. Федеральный закон от 24.07.2007 № 209-ФЗ (в ред. от 26.07.2017) «О развитии малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации» (в ред. от 03.07.2016 № 265-ФЗ) // СЗ РФ, 30.07.2007, № 31, ст. 4006.

4. Закон Пермского края от 25.12.2015 № 589-ПК «О транспортном налоге на территории Пермского края и о внесении изменений в закон Пермской области «О налогообложении в Пермском крае». //Бюллетень законов Пермского края, правовых актов губернатора Пермского края, Правительства Пермского края, исполнительных органов государственной власти Пермского края, № 1, часть 1, 13.01.2016.

5. Постановление Правительства РФ от 04.04.2016 № 265 «О предельных значениях дохода, полученного от осуществления предпринимательской деятельности, для каждой категории субъектов малого и среднего предпринимательства» // СЗ РФ, 11.04.2016, № 15, ст. 2097

6. Авашковский С.Н. Развитие малого предпринимательства в России. – М.: Дено, 2016.– 284 с.

7. Лапуста, М.Г., Старостин, Ю.Л., Малое предпринимательство / М.Г. Лапуста, Ю.Л. Старостин. – М.: ИНФРА – М, 2016. – 257 с.

8. Мельник Д.Ю. Налоговый менеджмент. – М.: Финансы и статистика, 2015. – 352 с.

ЭКОНОМИЧЕСКАЯ ТЕОРИЯ

О НОВОМ КАЧЕСТВЕ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА В КАЗАХСТАНЕ.

Шимшиков Жангельды Ерденович

Профессор

Кандидат экономических наук

Центр социально-экономических

исследований-филиал Республиканского

государственного казенного предприятия

«Институт экономики» Комитета науки

Министерства образования и науки

Республики Казахстан

г. Астана Директор

Аннотация

В статье рассмотрены общие социально-экономические и политические предпосылки становления частного предпринимательства в странах СНГ и в Республике Казахстан.

Называется истинная причина отказа от плановой экономики в пользу рыночной экономики. Раскрывается сущность рыночных преобразований в транзитной экономике Казахстана, как всеобщей, всеобъемлющей демонополизации всех сторон и сфер общественной жизни, возрождение, защита и развитие конкуренции. Выдвигается предложение о внесении изменений в Конституцию РК по формам собственности на средства производства, для создания соответствующих институциональных условий функционированию всех форм и видов предпринимательства.

Особое внимание уделено вопросам органического взаимодействия и закономерной обусловленности малого и среднего предпринимательства с крупным. В заключении статьи, автор, говоря о новом качестве малого и среднего бизнеса, делает вывод о том, что в условиях индустриально-инновационного развития экономики РК оно достижимо лишь на основе кооперации, интеграции, кластеризации малых и средних предприятий с крупными предприятиями и между собой.

Ключевые слова

Демонополизация, конкуренция, транзитная экономика, переходный период, частная инициатива, предпринимательство, малое, среднее и крупные предприятия, индустриально-инновационное развитие экономики, интеграция, кооперация, кластеризация.

Annotation

The article considers general socioeconomic and political prerequisites for the establishment of private entrepreneurship in the CIS countries and in the Republic of Kazakhstan.

The true reason for abandoning the planned economy in favor of a market economy has been mentioned. The paper reveals the essence of market transformations in the transit economy of Kazakhstan, as a universal, comprehensive demonopolization of all areas and fields of public life, revival, protection and competition development. It proposes to make amendments to the Constitution of the Republic of Kazakhstan regarding the forms of ownership of the means of production in order to create the appropriate institutional conditions for operation of all forms and types of entrepreneurship.

Particular attention is paid to the issues of coherent interaction and logical dependance of small and medium-sized businesses with large ones. In the concluding part of the article, the author mentions the new quality of small and medium businesses and stipulates that in the context of industrial-innovative development of Kazakhstan's economy, this could be achieved only by cooperation, integration, and clustering of small and medium-sized enterprises with large ones and with each other.

Key words

Demonopolization, competition, transit economy, transition period, private initiative, entrepreneurship, small, medium and large enterprises, industrial-innovative development of the economy, integration, cooperation, clustering.

Истинной причиной отказа СССР в конце 80-х годов прошлого столетия от социалистической, централизованно – плановой экономики, был «застой», в следствие угасания материальных и моральных стимулов экономического роста, повышения общественной производительности труда, когда всеобщая и абсолютная монополия КПСС во всех сферах общественной жизни сковала личную и коллективную инициативу, парализовала действие экономических законов и в первую очередь, закона распределения по труду. Поэтому сущность институциональных преобразований в транзитный, постсоветский период состояла в демонополизации всех сторон общественного обустройства уже в странах СНГ, что прежде всего, предусматривала установление демократического политического режима как основного условия развития конкуренции во всех сферах общественной жизни. Конкуренция и демократия предполагают друг друга. Плюрализм мнений и взглядов, свобода мыслей, гласность, многопартийность, верховенство закона, равенство всех перед правовыми законами открывает простор для развития конкуренции в политической, идеологической, культурной, образовательной и информационной сферах жизни, и самое главное, и в первую очередь в экономике.

Политические преобразования знаменуют создание институциональных основ перехода от административно-командной к рыночной экономике. Важнейшим условием демонополизации является переход предприятий от централизованно-плановой к рыночной мотивации поведения, развитию частной инициативы и предпринимательства. Отмена подчинения предприятий центрально-плановым органам, либерализацию цен и прочее, но главным образом, демонополизация, как демонтаж плановой экономики должна преобразовать социально-экономическую основу функционирования экономической системы отношения собственности.

Экономическая роль приватизации состояла в том, что в процессе нее формируется эффективный конкурентный собственник, то есть физическое или юридическое лицо, обладающее всей полнотой прав собственности на факторы производства, заинтересованное в его развитии и способное осуществлять для этого необходимые инвестиции. Эффективный конкурентный собственник становится независимым от государства участником рыночной конкуренции.

Демонополизация экономики должна была способствовать формированию конкурентной структуры общественного производства на рынке должно быть достаточная численность производителей разных видов товаров, обеспечивающей полноценную конкуренцию в ходе их производства и реализации.

Демонополизация также предполагает институциональные процессы возникновения и развития социально-экономических и финансовых субъектов рынка, банков, инвестиционных компаний, холдингов, финансово-промышленных групп, страховых компаний и создание полноценной рыночной инфраструктуры. Вне свободного информационного пространства развитой сферы рекламы, систем сертификации или инструментов защиты от возможных посягательств, недобросовестных конкурентов, невозможно рассчитывать на развитие конкурентных отношений.

Следующий институциональный фактор, необходимый для формирования конкурентных отношений является законодательная правовая защита государством конкуренции и проведение антимонопольной политики. Политику государства по развитию конкуренции и ограничению монополистической деятельности целесообразно основывать на демонополизационных принципах, рациональности и повышения эффективности деятельности хозяйствующих субъектов.

А между тем сегодня одним из тормозов развитию частного предпринимательства в Казахстане является высокая доля государственных и квазигосударственных предприятий. Однако, говоря об этой «доле» следует подчеркнуть, что снижение доли участия государства в предпринимательской деятельности должно быть не повсеместным, а строго дифференцированным и адресным. Дело в том, что в пореформенный период у нас сложилась порочная негативная тенденция ухода («бегство») государства от так назы-

ваемых «стратегических объектов» [3, с.37] что чревато: во-первых, уменьшением доли доходов граждан как собственников на эти стратегические объекты (напр., на недра и саму землю) от функционирования этих объектов, во-вторых, потерей экономической безопасности страны.

Государственные предприятия и юридические лица с участием государства, не получившие положительного заключения на свою дальнейшую деятельность, должны быть приватизированы или преобразованы в государственные учреждения. В целом соглашаясь с возможностью преобразования указанных объектов в государственные учреждения, тем не менее следует очень осторожно и предельно внимательно подходить к идее их приватизации. Дело в том, что есть и будут иметь место факты (тем более ссылаясь на соответствующие статьи указанного закона) искусственного банкротства государственных предприятий и объектов государственной собственности и их «благополучной» приватизации в пользу отдельных, приближенных к Власти лиц. Поэтому необходим особый механизм «включения» государственных предприятий в систему конкурентных отношений, что способствует формированию общей конкурентной среды для экономики Казахстана в целом.

Данная проблема еще более актуализируется тем, что в Законе о конкуренции прописаны случаи, когда государство может участвовать в предпринимательской деятельности – в целях решения социально-экономических задач, определяемых потребностями общества и государства. Другими словами, речь идет о государственном предпринимательстве, роль и значение которого нашим государством далеко не осознаны в силу неостребованности со стороны Правительства РК теоретических научных изысканий ряда ученых-исследователей Казахстана теории и типологии предпринимательства. По нашему мнению, предпринимательство состоит из пяти типов по формуле «собственность–предприятие–предпринимательство» а именно: «государственная собственность – государственное предприятие–государственное предпринимательство», «частная собственность – частное предприятие – частное предпринимательство», «индивидуальная собственность – индивидуальное предприятие – индивидуальное предпринимательство», «коллективная собственность – коллективное предприятия – коллективное предпринимательство», «смешанная собственность – смешанное предприятие – смешанное предпринимательство» [1, с.12].

Отсюда, мы предлагаем создать соответствующие институционально-правовые условия функционирования всех вышеуказанных типов предпринимательской деятельности. Для чего, нужно вносить изменения и дополнения в законодательные акты, начиная с Конституции РК, Гражданский кодекс и других законах соответствующее положение о пяти типах предпринимательской деятельности, которые в их единстве и образуют Национальную систему предпринимательства, упорядочивая и усиливая реальную конкурентную среду для всех типов и видов предпринимательской деятельности.

Мировой опыт транзитных стран свидетельствует о том, что создание малого и среднего бизнеса в результате проведения рыночных преобразований происходит за счет «перелива» средств производства из государственного сектора в частный сектор в результате приватизации и разгосударствления. Этот процесс активно продолжается до тех пор, пока не достигает определенного порога, который завершается тогда, когда доля численности работников малых и средних предприятий составит 40% трудоспособного населения [3, с.4]. У нас в стране этот порог скоро будет достигнут. С достижением этого порога количественный рост малого и среднего бизнеса завершается и дальнейшее его развитие возможно лишь в новом качестве.

Для понимания нового качества развития предпринимательства необходимо отказаться от следующих укоренившихся в общественном сознании стереотипов на природу малого предпринимательства:

Рассмотрение субъекта малого предпринимательства предприятия как уменьшенную копию крупного предприятия. Здесь существует масса глубоких по сути различий между ними: по достижению целей, по строению системы управления, по составу и структуре исполнителей (работников), по характеру финансирования, маневренности и периодом становления, по характеру планирования и принятия превентивных мер, по себестоимости выпускаемой продукции, по экономической эффективности, рентабельности и т.д.

Ставка на малое предприятия как на атомарную, автономную единицу, как на обособленный хозяйствующий субъект. Между тем, такой подход является консервативным ретроградством, ибо тянет экономику назад в прошлые века. Такое положение складывается у нас в отраслях животноводства, когда советским механизированно-автоматизированным крупным животноводческим комплексам, работавшим по индустриальным технологиям, пришли на смену мелкие фермы ручного рутинного труда, с технологией средневековая.

Принятие малого предприятия, самодостаточным рентабельным хозяйствующим субъектом, обеспечивающим экономическую эффективность, тогда как, из-за отсутствия синергетического эффекта и низкой отдачи от масштаба производства, малое предприятие в десятки, а иногда и в сотни раз менее экономически эффективно чем крупное предприятие, получающее синергетический эффект от возможности массового выпуска продукции.

Лишь отказавшись от вышеприведенных стереотипов, мы можем прийти к пониманию о невозможности обеспечения сбалансированного и экономически эффективного роста национальной экономики при «параллельном», обособленном, практически не взаимодействующем и не определяющем друг друга развитии крупного, среднего и малого бизнеса в условиях инновационной конкуренции. Лишь органическое взаимодействие и оптимальная взаимосвязь между крупным и малым бизнесом могут со-

здать синергетический, экономический и социальный эффект и гармоничное развитие национального хозяйственного комплекса. Все сказанное подтверждается мировым опытом.

К примеру: на кластере автопрома «Тойота» в Японии взаимодействуют и взаимодополняют друг друга 122 прямых поставщиков и 36 тысяч косвенных подрядных малых и средних предприятий [4, с.197]

В развитых странах экономика базируется на крупных хозяйственных структурах, которые многочисленными кооперационными, интеграционными, кластерными и другими связями органически сплетаются с малыми и средними предприятиями. Первые придают экономике стабильность и управляемость, возможность широкомасштабной реализации научно-технических идей и инноваций, вторые, обеспечивая конкурентную среду, индивидуализацию, придают производству маневренность, гибкость, быструю адаптацию к рискам.

Резюмируя можно сказать, что «второе дыхание» или новое качество МСБ в условиях индустриально-инновационного развития экономики страны получит только через кооперацию, интеграцию, кластеризацию с крупным бизнесом, вокруг него и между собой. Только как составная часть, как структурный элемент или звено в кластерной, технологической цепочке создаваемой крупным предприятием – таково место МСБ в будущем развитии экономики страны в условиях инновационной конкуренции.

Список литературы

1. Алиев У.Ж. Феномен предпринимательства: методология исследования (постановка проблемы) // Феномен предпринимательства в переходных обществах: состояние, проблемы, перспективы. Сборник научных работ по материалам республиканской научно-практической конференции 1- 2 ноября, 1996г. Алматы, издательство Университет «Туран», 1996г. [7-15].
2. Золотников Л. Без развития малых и средних предприятий не будет эффективной экономики. Малый и средний бизнес в Беларуси // Аналитический бюллетень МФК. – 2006 - №22. [с.3-7].
3. Есиркепов Т.А., Мергалиева Л.И., Стратегические объекты экономики Казахстана: состояние, проблемы, перспективы. Монография. Алматы. Экономика. 2010. - [с.84].
4. Сополинский В.М. Психологические основы экономики. ЮНИТИ, – М.:1999. – [с.208].