Министерство образования и науки Российской Федерации

Федеральное государственное бюджетное образовательное
учреждение высшего образования
«Алтайский государственный технический университет
им. И.И. Ползунова»

Наука и практика организации производства и управления (Организация - 2016)

Материалы международной
научно-практической конференции
(г. Барнаул, 1-2 декабря 2016 г.)

Изд-во АлтГТУ
Барнаул ● 2016

УДК 001.8 + 658.5 + 378.1

Наука и практика организации производства и управления (Организация – 2016) : материалы международной научно-практической конференции / отв. ред. И. Н. Сычева; Алт. гос. техн. ун-т им. И.И. Ползунова. – Барнаул : Изд-во АлтГТУ, 2016. – 223 с.
ISBN 978-5-7568-1219-0

Сборник посвящён проблемам науки и практики организации производства и управления, а также проблемам образования в указанных сферах деятельности (производстве, сервисе, региональной экономике и управлении). Доклады представляют интерес для специалистов предприятий, организаций, региональных и муниципальных органов управления, преподавателей и научных сотрудников, докторантов, аспирантов и студентов вузов.

Редакционная коллегия:
к.т.н., доцент О. Г. Кузьмина,
ст. преподаватель Н. Н. Кузьмина

Ответственный редактор:
Сычева И.Н. – д.э.н., профессор, зав. кафедрой «Менеджмент»,
директор Института экономики и управления
АлтГТУ им. И.И. Ползунова

ISBN 978-5-7568-1219-0

© Алтайский государственный технический университет
им. И.И. Ползунова, 2016
© Авторы публикаций, 2016

СОДЕРЖАНИЕ

Белая Н.В.
Инвестиции в обучение персонала как один из наиболее эффективных способов развития человеческого капитала организации ...…..... 6
Белая Н.В.
О некоторых мерах по повышению эффективности использования трудовых ресурсов…….…… 9
Бердюгина Д.А.
Инструменты стратегического планирования……..... 13
Берлова Т.М.
Приватизация как способ управления государственным имуществом, зарубежный опыт…….……..... 21
Войчишина Н.И., Кузьмина О.Г.
О некоторые аспекты менеджмента воспитательной работы студентов колледжа филиала АлтГТУ в г. Белокурихе……..... 27
Войчишина Н.И., Кузьмина О.Г.
Вопросы повышения качества преподавания студентам заочной формы обучения…….…….…..... 31
Высоцкая О.А.
Инновационная активность предприятий региона в сфере маркетинга: опыт Алтайского края…….…. 36
Горлова Н.Н., Медведев Г.В.
Основные проблемы и направления развития горнодобывающей промышленности Алтайского края…….. 42
Дмитриева И. Д., Кузьмина О.Г.
Анализ продукции компании ООО «НПО «Алтайский Дар»……... 46
Дунь Ян Ян
Проблемы развития провинции Хэйлунцзян……..….. 51
Жанабаева А.С.
Основные причины и особенности реализации стратегии диверсификации на предприятии……..... 57
Зайченко Т.С., Тузовская С.А.
Совершенствование коммуникационного процесса организации временной занятости студентов…….…….. 62
Игнатенко Н.С., Патрахина В.В.
Особенности рынка труда Алтайского края……... 70

Исакова Ю.С., Глазкова Т.Н.
Проблемы организации взаимодействия финансовых институтов при оказании услуг клиентам на банкостраховом рынке……... 76
Козлова Е.С., Ганжа С.В.
Создание рынка земельной ипотеки в аграрно-ориентированном регионе……..... 80
Кузьмина Н.Н.
Определение факторов и показателей, влияющих на состояние внешнеэкономической деятельности приграничных регионов…… 85
Кузьмина Н.Н.
Особенности приграничного сотрудничества Алтайского края с Восточно-Казахстанской областью…….. 96
Кузьмина О.Г., Шевелева Г.И.
Организационный анализ системы управления качеством продукции 108
Левичева К.В., Кузьмина О.Г.
Повышение узнаваемости бренда «МАЗ» в Алтайском крае……... 111
Лю Цзыан
Инновация……... 114
Майстерлинг С., Козлова Ж.М.
Особенности принятия решений в сфере управления персоналом… 117
Масленникова Е.Ю., Берлова Т.М.
Разработка стратегии развития ОАО «Кондитерская фабрика»……... 122
Минина Ю.А., Кузьмина Н.Н.
Оценка инновационного потенциала предприятия ОАО «Модест»…. 129
Моор А.С.
Проблемы реструктуризации и модернизации промышленных предприятий Шинной промышленности России (на примере холдинга АО «Сибур»)……..... 137
Никитченко Н. Г.
Роль оценки уровня собственной конкурентной позиции фирмы на рынке……..…. 140
Оськина О.А.
Государственное регулирование производства и оборота спиртосодержащей продукции в Российской Федерации……..... 142
Оськина О.А.
Обзор методик разработки стратегии инновационного развития предприятии……...… 146
Свистула И.А.
Перспективы применения биотоплива в агропромышленном комплексе Алтайского края……..... 151

Сычева И.Н., Свистула И.А.
Кластерный подход к сглаживанию пространственной поляризации 154
Сычева И.Н., Пермякова Е.С., Кузьмина Н.Н.
Международная экономическая интеграция: мировой опыт и современные тенденции……..... 162
Сычева И.Н., Пермякова Е.С., Кузьмина Н.Н.
Методическое обоснование создания локальных осей развития приграничных территорий……..... 166
Сычева И.Н., Пермякова Е.С., Кузьмина Н.Н.
Евразийский экономический союз: тенденции, проблемы и перспективы развития……..... 171
Таирова З.Ш.
Особенности принятия управленческих решений в высших образовательных учреждениях……..... 175
Тузовская С.А., Васильева А.В
Исследование рынка образовательного кредитования……... 178
Тузовская С.А., Пустовалова Ю.А.
Анализ рынка санаторно-курортных услуг г. Белокурихи……... 183
Тузовская С.А, Колмыкова К. А.
Исследование рынка электронной торговли……... 187
Фомин И.С.
Государственная поддержка инноваций в Российской Федерации…. 196
Фомин И.С.
Анализ существующих методик оценки инновационного потенциала 200
Чжэн Явэнь
Развитие экономики западного Китая……... 205
Яроцкий А.П.
Методические вопросы проведения деловой игры по теме «Разработка плана проекта «Оборудование офиса»……..……... 218

Белая Н.В., к.э.н.
Алтайский государственный технический университет
им. И.И. Ползунова

ИНВЕСТИЦИИ В ОБУЧЕНИЕ ПЕРСОНАЛА КАК ОДИН ИЗ НАИБОЛЕЕ ЭФФЕКТИВНЫХ СПОСОБОВ РАЗВИТИЯ ЧЕЛОВЕЧЕСКОГО КАПИТАЛА ОРГАНИЗАЦИИ

В силу способности человеческого ресурса к развитию в течение всей жизни, наращиванию своего потенциала, инвестиции в человеческий капитал способны принести экономическую отдачу в большей степени, чем вложения в модернизацию основных фондов. Например, исследование, проведенное Национальным центром качества образования персонала США, показало, что 10%-ное увеличение затрат на обучение работников приводит к росту их производительности на 8,6%, в то время как 10%-ное увеличение инвестиций в оборудование вызывает рост производительности лишь на 3,4%.

Исходя из полученных путем контент-анализа данных, приоритетным направлением инвестиций в человеческий капитал в большинстве известных крупных компании является вложение средств в обучение. Крупномасштабную политику в области обучения и развития персонала проводят Nestle, General Electric, British Petroleum, Google и другие известные корпорации, причем этот процесс охватывает филиалы и обособленные структурные подразделения по всему миру.

Помимо повышения стоимости человеческого капитала организации, обучение играет важную роль в закреплении персонала и повышении трудовой мотивации. Для многих работников, в том числе и российских организаций, возможность профессионального развития на определенном этапе карьеры ценится выше, чем получаемая заработная плата. Нередко ведущих специалистов можно удержать только перспективой получения дополнительных знаний и навыков, поскольку это напрямую связано с продвижением по карьерной лестнице и удовлетворением потребностей в самореализации, признании, уважении. Доказательством этого факта служит опыт шведской корпорации Electrolux, в которой построение эффективной системы обучения позволило снизить уровень текучести кадров на 85-90%.

Однако инвестиции в обучение персонала являются не единственным средством сохранения и увеличения стоимости человеческого капитала компании. Поскольку структура человеческого капитала включает в себя несколько различных по природе элементов [1], то можно использовать и другие методы развития человеческого капитала компа-

нии. Поскольку одним из компонентов человеческого капитала является здоровье, от которого зависит продолжительность жизни и ее качество, то можно предложить следующие мероприятия:

- организация на территории компании тренажерных залов для сотрудников (как сделали, например, «Лаборатория Касперского», Google в своем московском офисе, компания «Яндекс») или заключение договоров о сотрудничестве с фитнес-клубами и спорткомплексами на обслуживание сотрудников. В зависимости от финансовых возможностей, компания может частично или полностью компенсировать расходы сотрудника на спортивный абонемент. Как вариант, подобные программы можно ввести в качестве стимула для наиболее важных и ценных сотрудников, для лиц, занятых в опасных и вредных условиях труда;

- разработать комплекс упражнений для выполнения производственной гимнастики, подкрепив это продуманным режимом труда и отдыха. Такие меры были популярны во времена СССР, но и сегодня являются обязательным элементом трудового процесса в китайских, японских, корейских фирмах. Некоторые компании нанимают тренеров, которые проводят занятия по фитнесу прямо в офисе, в специально оборудованной комнате. Например, такой способ поддержания здоровья используется в московском офисе редакции «КоммерсантЪ», во многих офисах Сбербанка;

- для поддержания здоровья сотрудников можно разработать сбалансированное меню (по аналогии с детскими садами и школами), если есть собственная столовая, или отбирать блюда для заказа, если организация пользуется услугами по организации питания. Особенно актуальным этот вопрос является для сотрудников, чья деятельность осуществляется, преимущественно, в малоподвижной сидячей позе;

- для улучшения морального климата и психологического здоровья многие компании и учреждения прибегают к услугам психолога, который может работать в штате (так делают многие образовательные учреждения) или находиться на аутсорсинге. Такой специалист помогает сотрудникам решать личные и производственные проблемы, оказывает помощь в психологической разгрузке, борьбе с профессиональным выгоранием и профессиональной деформацией.

Помимо здоровья, в структуру человеческого капитала входит и культурно-духовный компонент, развивать который можно путем организации или возмещения расходов на посещение выставок, театров и иных культурно-досуговых объектов. Подобные стимулы пользуются особой популярностью среди руководителей учреждений государственной и муниципальной власти, силовых структур.

Однако вернемся к вопросу обучения сотрудников. Многие руководители и специалисты служб персонала задаются вопросом оценки эффективности инвестиций в обучение. Один из подходов предложил в начале 1990-х годов Д. Филлипс – американский эксперт в области управления человеческими ресурсами [2]. Суть его методики сводится к установлению причинно-следственной связи между проведенным обучением и результатом деятельности. Основная идея Филлипса заключается в том, что оценить эффективность можно только при условии, что она заранее спланирована. В первую очередь нужно определиться, какие показатели или параметры деятельности организации и ее персонала вы хотите изменить. В зависимости от целей обучения будут выстраиваться и особенности каждого этапа оценки, которых Филлипс выделял три:

- планирование обучения в зависимости от поставленной цели;
- проведение обучения;
- контроль за результатами обучения.

Результаты от данных инвестиций в человеческий капитал организации зачастую видны уже в процессе самого обучения, поэтому не всегда есть потребность устанавливать контроль за эффективностью обучения. Но перед любой методикой всегда стоит главная задача: дать возможность определить эффективность в денежном выражении. Первоначально модель Филлипса была апробирована на руководителях низшего и среднего звена нескольких филиалов компании Nestle в России. Был организован тренинг по повышению эффективности проведения совещаний, в котором приняли участие 8 руководителей. После прохождения тренинга участники сообщили, что суммарно сократили время проведения совещаний на 42 ч. путем повышения информативности отдельно взятого совещания, что сократило временные затрат подчиненных на 304 ч. При этом на каждые вложенные в программу 100 руб. пришлось 117 руб. прибыли. Кроме того, руководители посчитали, что на 100 руб. затрат может приходиться и 150 руб. прибыли, если организовывать предварительную выборку кандидатов по критерию необходимости обучения и увеличить группу обучающихся до 12 чел.

Безусловно, это не единственный способ оценки эффективности инвестиций в обучение персонала или иные мероприятия по развитию человеческого капитала организации. Стоит лишь помнить, что персонал как «одушевленный» объект, способный к творчеству, обучению, наращиванию потенциала, является важнейшим стратегическим ресурсом компании, и любые расходы, связанные с персоналом, важно воспринимать не как издержки, а как инвестиции в человеческий капитал – основной источник прибыли фирмы.

Список использованных источников

1. Белая, Н.В.Человеческий капитал в экономике знаний и перспективы его совершенствования / Н.В. Белая // Агропродовольственная политика России. – 2014. – № 4.– С. 75-80.

2. Дмитрина, Г.В. Методы оценки эффективности деятельности службы персонала [Электронный ресурс] / Г.В. Дмитрина. – Электрон. текст. дан. – Омск, 2011. – Режим доступа: http://www.scienceforum.ru/ 2014/546/691. – Загл. с экрана.

Белая Н.В., к.э.н.
Алтайский государственный технический университет
им. И.И. Ползунова

О НЕКОТОРЫХ МЕРАХ ПО ПОВЫШЕНИЮ ЭФФЕКТИВНОСТИ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ТРУДОВЫХ РЕСУРСОВ

Основным индикатором эффективности использования трудовых ресурсов как на уровне отдельной организации, так и региональной экономики, является производительность труда, которая показывает границы участия работника в производстве продукции или услуг на данный момент. Эти границы могут быть расширены за счет создания соответствующих условий труда, модернизации техники и технологий, повышения уровня удовлетворенности трудом персонала, совершенствования норм и нормативов по труду. Таким образом, всегда есть в наличии резервы, позволяющие приблизить уровень производительности труда к производительной силе труда.

Социально-экономические факторы роста производительности труда и эффективности использования трудовых ресурсов по силе воздействия и значимости уступают материально-техническим, но, тем не менее, не могут оставаться без внимания. Рассмотрим в этой связи ряд мер по повышению эффективности использования трудовых ресурсов.

Во-первых, это совершенствование режимов труда и отдыха, оптимизация рабочего времени. Трудовой кодекс РФ придает мерам регулирования режимов труда и отдыха обязательный характер, оставляя при этом работодателям право и маневры организации рабочего дня так, как они считают нужным, если это не нарушает законодательство и не ухудшает положение работников. В целях оптимального использования рудовых ресурсов организации работодатель имеет возможность установить как единый режим труда для всех, так и подойти к этому вопросу индивидуально, например, предложив некоторым подразделениям

или отдельным сотрудникам гибкий график, суммированную рабочую неделю, скользящий график, нефиксированное время прихода на работу и ухода с нее и т.п. Стимулирование рабочим временем, как показывает практика, является действенным способом повышения психофизиологического комфорта работников и удовлетворенности трудом.

Во-вторых, регулярное проведение деловой оценки или аттестации персонала. Деловая оценка и аттестация персонала во многих организациях стали восприниматься как часть комплексной программы повышения эффективности использования трудовых ресурсов. Деловая оценка персонала преследует как административные, так и мотивационные цели. С одной стороны, она позволяет установить соответствие сотрудника занимаемой должности, оценить уровень его компетенций, дать объективную характеристику результатам его труда. С другой, она дает информацию о вариантах профессионально-квалификационного продвижения работника, включения его в кадровый резерв, возможностях раскрытия его потенциала через обучение или иные формы развития персонала. Таким образом, деловая оценка и аттестация раскрывают ресурсы повышения эффективности использования персонала организации.

В-третьих, развитие персонала через различные формы и методы обучения, социализацию и адаптацию. В идеале подготовка и переподготовка кадров должны осуществляться с учетом требований рынка труда и его прогнозного состояния, влияний научно-технического прогресса, структурных изменений в экономике. На практике же этот подход практически не реализуется. На наш взгляд, здесь необходимы административные стимулы со стороны государства, которые бы поднимали престижность востребованных экономикой профессий, ориентировали бы молодежь обучаться перспективным, а не модным профессиям, побуждали работодателей к участию в программах подготовки, переподготовки кадров и повышения квалификации во взаимодействии с образовательными и научными институтами.

В-четвертых, требуются меры рационального распределения экономически активного населения по территориям в зависимости от обеспеченности трудовыми ресурсами. Известные проблемы недостатка квалифицированных кадров в сельской местности, а также в регионах с тяжелыми природно-климатическими и экономическими условиями могут быть существенно преодолены за счет таких мер, как льготное ипотечное кредитование, предоставление временного благоустроенного жилья, выплата единовременных пособий на обустройство на новом месте жительства, компенсация расходов на проезд, перевоз имущества. Кроме того, все чаще звучат предложения о возрождении системы рас-

пределения выпускников образовательных организаций. Ряд подобных программ уже реализуется в отраслях здравоохранения, образования, сельского хозяйства. Считаем, что положительный опыт следует перенять и для решения задач распределения трудовых ресурсов в других отраслях экономики, а также отдельных территорий и регионов.

В-пятых, совершенствование системы социальной поддержки населения, системы социальных льгот и гарантий. Потребности в безопасности и физиологические потребности у многих работников являются доминирующими, следовательно, их удовлетворение благоприятным образом отражается на производительности и эффективности труда. Однако в силу различных организационно-экономических обстоятельств большинство мелких и средних компаний вынуждены экономить на таких мерах, как организация питания работников, предоставление путевок на санаторно-курортное лечение, диспансеризация работников, добровольное медицинское страхование, корпоративные пенсионные программы и т.д. Да и среди крупных фирм и корпораций не всегда можно найти обширные компенсационные пакеты и программы социального стимулирования. Самыми актуальными мерами, исходя из отзывов работников, могли бы стать: помощь в предоставлении мест в детских садах и школах, организация медицинского обслуживания и санаторно-курортного лечения, компенсация расходов на мобильную связь, оплата расходов на спорт и фитнес, организация питания (в фирмах, где нет собственных столовых).

Помимо названных мер по повышению эффективности использования трудовых ресурсов стоит сказать и о модернизации предприятий, обновлении материально-технической базы. Модернизация предприятий должна происходить на основе научно обоснованных предложений, научно разработанных проектов. В этих проектах должны быть учтены перспективы развития организации, обоснована потребность в новых технических и технологических ресурсах. Модернизация является одним из важнейших факторов перестраивания экономики на инновационный путь развития, наращивания инновационного потенциала, роста производительности труда.

Что касается повышения эффективности использования трудовых ресурсов на уровне региона, то здесь стоит обратиться к региональным программам социально-экономического развития. Так, в Алтайском крае реализуется Программа социально-экономического развития Алтайского края до 2017 года, в которой обозначен ряд задач по развитию эффективного рынка руда, обеспечивающего стабильный рост качества занятости и уровня жизни населения. К таким задачам относятся:

– обеспечение экономики края трудовыми ресурсами, необходимыми для его устойчивого социально-экономического развития;

– содействие сохранению имеющихся и созданию новых рабочих мест, отвечающим требованиям социальной ответственности бизнеса;

– улучшение инфраструктуры и эффективности регулирования процессов на рынке труда;

– реализация системы государственных гарантий в осуществлении права на труд и защиту от безработицы.

В этом же документе обозначены мероприятия, направленные на решение вышеуказанных задач. В частности, можно выделить:

– использование возможностей трудовой миграции для развития кадрового потенциала края;

– повышение мобильности рабочей силы на внешнем рынке труда;

– адаптация системы образования всех уровней к потребностям рынка труда;

– повышение информированности населения края о ситуации на рынке труда;

– совершенствование условий труда и повышение качества рабочих мест;

– совершенствование деятельности государственной службы занятости;

– установление партнерских отношений между государственной службой занятости, кадровыми службами организаций, кадровыми агентствами в целях содействия занятости населения;

– содействие интеграции на рынок труда и вовлечению в эффективную занятость безработных граждан, в том числе обладающих недостаточной конкурентоспособностью на рынке труда;

– обеспечение социальной поддержки безработных граждан с целью поддержания их дохода и предотвращения роста социальной напряженности.

Все вышеперечисленное, по мнению краевых властей, позволит повысить эффективность использования трудовых ресурсов Алтайского края, снизить уровень безработицы, повысить производительность рабочих мест и производительность труда, увеличить размер реальной заработной платы.

Бердюгина Д.А., магистрант
Алтайский государственный технический университет
им. И.И. Ползунова

ИНСТРУМЕНТЫ СТРАТЕГИЧЕСКОГО ПЛАНИРОВАНИЯ

Ключевые слова: стратегическое планирование, инструменты стратегического планирования, конкурентоспособность, развитие предприятия, анализ, матрицы, модели.

В условиях неопределенности мировой экономики на сегодняшний день особое значение отводится стратегическому планированию на предприятиях.

Эффективное стратегическое планирование задает правильный вектор развития предприятия, который способен обеспечить высокие результаты деятельности предприятия в области производства и реализации товаров и услуг, формирования цен, распределения ресурсов и запасов, использования рабочей силы, финансов, адаптируя деятельность предприятия к агрессивной внешней среде, подверженной постоянным, кардинальным и зачастую труднопредсказуемым изменениям.

Для разработки результативной стратегии менеджеры предприятия должны уметь правильно использовать инструменты стратегического планирования, четко соотнося их с особенностями и условиями функционирования предприятия.

Инструмент (лат. instrumentum – орудие) – предмет, устройство, механизм, машина или алгоритм, используемые для воздействия на объект: его изменения или измерения в целях достижения полезного эффекта [21].

Под инструментами стратегического планирования понимается совокупность концепций, подходов, методов и моделей, применяемых в процессе принятия и реализации управленческих решений, направленных на повышение конкурентоспособности предприятия и на эффективное его развитие в долгосрочной перспективе [8, с. 2].

Процесс стратегического планирования включает в себя несколько крупных этапов [1, 4]:

1) анализ внешней и внутренней среды и выявление стратегических проблем предприятия;
2) разработка миссии и постановка целей;
3) выбор и разработка стратегической концепции;
4) реализация стратегии;
5) контроль за реализацией стратегии.

Каждый этап планирования предполагает использование конкретных инструментов (рисунок 1).

Рассмотрим отдельные важные инструменты каждого этапа планирования.

Анализ внешней среды предполагает в первую очередь выявление будущих угроз из вне. Выделяю две группы факторов внешнего окружения: факторы макро- и микросреды.

К факторам макросреды относят политику, правовое регулирование, макроэкономику, социальные и культурные особенности. Для анализа данных факторов чаще всего используют PEST-анализ. Такой анализ предполагает деление внешней среды, в которой осуществляет свою деятельность предприятие, на 4 сферы:

- политические факторы (изменение в налоговом законодательстве, политический строй, антимонопольное законодательство и др.);
- экономические факторы (уровень инфляции, курс обмена валют, темпы экономического роста и др.);
- социально-демографические факторы (рождаемость, смертность, стиль жизни, отношение к труду и др.);
- технологические факторы (роботизация, компьютеризация, новые технологии и др.).

Все эти фактора внешней среды тесно взаимосвязаны, поэтому анализ их воздействия проводится с учетом того, что изменение одного из факторов может создать новые возможности для организации, а может нести новую угрозу.

Первым шагом по анализу факторов внешней среды является сбор информации о социальных, экономических, политических и технологических тенденциях в изменениях среды существования организаций. После собранная информация оценивается и обсуждается с управляющими, которые определяют те самые возможности и угрозы и разрабатывают показатели эффективности действий в таких условиях. Управляющие высшего звена определяют приоритет этих показателей и составляют список наиболее важных факторов успеха.

К факторам микросреды относятся поставщики, потребители, конкуренты и государственные и муниципальные органы. Для анализа этих факторов используют такие инструменты, как конкурентный анализ, модель пяти сил Портера, сравнительный отраслевой анализ и др.

Рисунок 1 – Инструменты стратегического планирования

Анализ внутренней среды предприятия позволяет получить необходимую информацию для принятия обоснованных управленческих решений и разработки стратегии. Основными инструментами анализа внутренней среды выступают следующие методы: анализ ресурсов, анализ исходного состояния предприятия, SNW-анализ.

Одним из наиболее эффективных инструментов является бенчмаркинг - это техника, придуманная в США, направленная на улучшения бизнеса или товара. В центре бенчмаркинга стоит сравнение одних и тех же функций, процессов, выполняемых различными предприятиями отрасли для выявления лучших. Цель такого анализа — обнаружение неэффективного выполнения функций и причин этих явлений в сравнении с лучшим и принятие необходимых мер для их устранения.

SNW-анализ – это аббревиатура трех английских слов (S - сильная позиция; N – нейтральная позиция; W – слабая позиция).

SNW – анализ предлагает изучение сильных и слабых сторон предприятия, а также нейтральной стороны предприятия, в качестве которой, как правило, берется среднерыночное состояние. Добавление нейтрального состояния исходит из того, что иногда для победы в конкурентной борьбе может оказаться так, что состояние, когда конкретное предприятие относительно всех своих конкурентов по всем ключевым позициям, кроме одной, находится в нейтральном состоянии, и только

по одному в сильном состоянии, будет достаточным. Пример SNW – анализа представлен в таблице 1.

Завершающим инструментом первого этапа планирования, как правило, является SWOT-анализ – анализ слабых и сильных сторон предприятия - факторов внутренней среды, которые будут способствовать или препятствовать эффективной работе фирмы, а также возможностей и угроз – факторов внешней среды, которые благоприятствуют или препятствуют развитию и эффективному функционированию организации.

Таблица 1 – Пример SNW-анализ

Наименование стратегической позиции	Качественная оценка позиций		
	Сильная	Нейтральная	Слабая
1. Стратегия организации	X		
2. Бизнес-стратегия		X	
3. Оргструктура			X
4. Финансы	X		
5. Конкурентоспособность	X		
6. Структура затрат		X	
7. Инновации			X
8. Информационная технология и др.		X	

Второй этап стратегического планирования предполагает разработку миссии и целей предприятия. На этом этапе активно применяется практика мозгового штурма, т.е. опрос участников по заранее приготовленным вопросам, ответы на которые и формируют миссию предприятия. При разработке целей миссия преобразуется в конкретные результаты, которые должно достигнуть предприятия в своей деятельности. Для структуризации и объединения целей используется такой инструмент, как дерево целей, который позволяет разработать логичную и простую схему управления предприятием.

Этап выбора и разработки стратегической концепции является ключевым, т.к. он определяет, какого направления развития будет придерживаться предприятие. Этот этап богат разного рода матрицами и моделями.

Перспективным инструментом является GAP-анализ или по-другому анализ разрывов (англ. gap - разрыв). GAP-анализ представляет собой анализ стратегического разрыва, позволяющий определить расхождение между предполагаемым и фактическим в деятельности предприятия.

Предполагаемое в деятельности предприятия определяется видением того, чего оно хочет достичь в своем развитии. Фактическое – это то, чего фактически может добиться предприятие, сохраняя свою нынешнюю политику без изменений. GAP-анализ позволяет реально оценить достижимость и эффективность поставленных целей и задач до того, как они будут согласованы, утверждены.

Методика проведения GAP-анализа:

1. Анализ разрывов начинается с определения существующего состояния организации на планируемый период, что позволяет оценить, какое положение могла бы занимать фирма и рассчитать все преимущества, которые она получит вследствие принятия тех или иных решений.

2. В процессе оценки существующего разрыва необходимо определить его преодолимость. Если разрыв слишком велик, то для его преодоления с помощью собственных ресурсов возможно пересмотреть предполагаемое положение или разбить его на несколько этапов, чтобы растянуть на более продолжительный период.

3. Определение критерия, по которому будет происходить рассмотрение, т.е. разделение всего разрыв на определенные промежутки по каждому из значимых функциональных, отраслевых, территориальных и других направлений деятельности, по которым в дальнейшем будет осуществляться планирование. В результате каждый раздел планирования будет представлять собой группу потребностей, влияющую на преодоление разрыва между настоящим и будущим.

4. Разработка планов по достижению. Источниками могут быть сотрудники различных служб, каналы сбыта, конкуренты, правительственные службы и т.д.

Инструментом, который сможет дать необходимый материал для принятия стратегических решений, является комплексный деловой анализ - PIMS.

Метод PIMS – метод анализа, который позволяет обобщить все факторы, влияющие на долгосрочную прибыль. Эти факторы разбиты на три группы: конкурентная позиция бизнеса, характеристика и привлекательность рынка и производственная структура предприятия.

Модель состоит из базы данных реально существующих предприятий. Можно сравнить данные, характеризующие деятельность предприятий, функционирующих в соответствующей отрасли, с данными эмпирического материала модели.

Модель PIMS выделяет также факторы, оказывающие наибольшее влияние на уровень прибыли: капиталоемкость, затем в порядке убывания – относительное качество товара, относительная доля рынка, произ-

водительность труда. Модель PIMS позволяет каждой фирме учиться на опыте других предприятий, выбирать наиболее удобные и результативные способы осуществления деятельности для получения высоких доходов.

В процессе стратегического планирования на практике активно применяется матрица Игоря Ансоффа (рисунок 2) [8, с. 6].

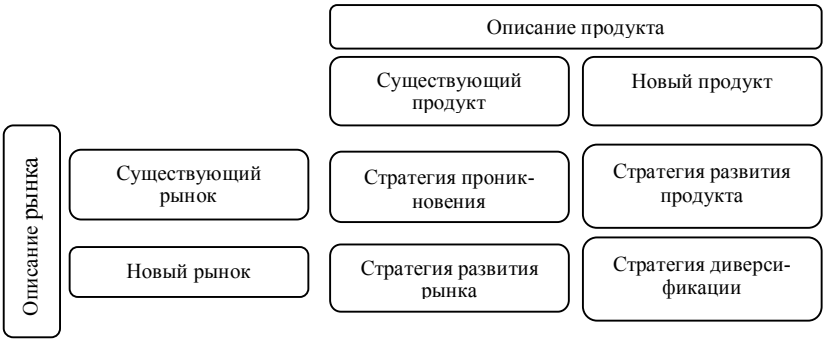


Рисунок 2 – Матрица И. Ансоффа

Игорь Ансофф в своей модели «товар-рынок» выделял 4 возможных стратегии роста бизнеса:

- стратегия проникновения на рынок означает, что рост будет происходить в направлении увеличения доли нынешнего товарного рынка;
- стратегия развития рынка означает, что компания будет расти за счет развития спроса на новых рынках;
- стратегия развития товара означает, что источником роста компании является рост спроса на новые продукты;
- стратегия диверсификации означает обновление товарного ряда и выход на новые рынки одновременно.

Матрица систематизирует имеющуюся информацию о рынке и о товаре компании, помогает правильно выбрать направление развития бизнеса с учетом имеющихся ресурсов и возможностей предприятия.

Одним из современных инструментов разработки стратегии дальнейшего функционирования предприятия является сценарное планирование, которое основано на формировании вариантов сценариев развития будущих событий. Его суть заключается в исследовании внешнего окружения предприятия на наличие определенных элементов и ключевых неопределенностей и комбинировании их для формулирования аль-

тернативных сценариев развития. Все альтернативные сценарии должны сочетать в себе весь набор определенных элементов и различные результаты ключевых неопределенностей. Построенная на базе таких сценариев стратегия перестает быть жестким планом и приобретает нужную гибкость для того, чтобы предприятие оставалось успешным в разных условиях функционирования и продолжало свое конкурентоспособное развитие. Основой сценарного планирования является разработка альтернативных сценариев развития будущего, исходя из оптимистических, пессимистических и наиболее вероятных предположений о развитии ситуации. По мере реализации основного плана, путем сравнения фактического развития предприятия с параметрами его развития по сценарию, для реализации поставленных целей выбирается наиболее соответствующий реальной ситуации план. Сценарное планирование применяется в рамках стратегического управления с точки зрения обеспечения развития предприятия в условиях изменчивой внешней среды [2, 9, 10].

На заключительных этапах реализации и контроля наиболее эффективным и практически используемым в современных условиях является сбалансированная система показателей. Система сбалансированных показателей позволяет выявить новые способы повышения эффективности деятельности и достижения целей бизнеса.

Основная цель концепции ССП заключается в необходимости сбалансированного развития организации в четырех направлениях: финансы, клиенты, внутренние бизнес-процессы, обучение и развитие персонала.

В рамках стратегического планирования разработан обширный инструментарий принятия эффективных управленческих решений, обеспечивающий долгосрочную конкурентоспособность предприятия, развитие и расширение его деятельности.

Применение описанных выше методов и моделей позволит наиболее полно раскрыть существующие потенциалы и угрозы для предприятия, скрытые как во внутреннем, так и во внешнем окружении. Предложенные инструмент нацелены на создание у менеджеров ясного представления о положении предприятия, а также на рассмотрение различных вариантов стратегии, основанных на полученных результатах анализа. Принимая обоснованные и систематизированные плановые решения на основе имеющейся полной и достоверной информации, руководство снижает риск принятия ошибочных решений.

Список использованных источников

1. Абросимов, А. Г. Этапы стратегического планирования / А. Г. Абросимов, Н. П. Карпова // Вестник СГЭУ. - 2011. - № 2. - С. 5-9.

2. Блинов, А. О. Планирование сценариев: прошлое, настоящее и будущее / А. О. Блинов, П. В. Магданов // Менеджмент в России и за рубежом. - 2013. - № 6. - С. 3-11.

3. Боловинцев, Ю. А. Теоретико-методологические подходы к стратегическому планированию деятельности организаций // Российское предпринимательство. - 2013. - № 23 (245). - с. 74-80.

4. Бородин, В. А. Стратегический менеджмент : учебное пособие / В. А. Бородин, В. А. Любицкая ; Алт. гос. техн. ун-т им. И. И. Ползунова. – Барнаул : Изд-во АлтГТУ, 2014. – 126 с.

5. Вавилов, С. Ю. Стратегическое планирование как программа долгосрочного развития и адаптации ключевых компетенций компании / С. Ю. Вавилов, А. Е. Хачатуров // Менеджмент в России и за рубежом. - 2013. - № 1. - С. 4-17.

6. Варламов, С. А. Проблемы системного подхода стратегического управления / С. А. Варламов // Вопросы экономики и права. – 2012. – №10. - С. 96-100.

7. Гайдук, В.И. методы и инструменты стратегического планирования / В.И. Гайдук // Научный журнал КубГАУ. – 2014. – № 103(09). – С. 1-18.

8. Демидова, Е. Сценарии развития бизнеса против неопределенности среды / Е. Демидова // Российское предпринимательство. - 2011. - № 3 (I). - С. 39-43.

9. Каплан, Р. С. Награда за блестящую реализацию стратегии : связь стратегии и операционной деятельности - гарантия конкурентного преимущества / Р. Каплан. – Москва : Олимп-Бизнес, 2014. - XXIII, – 341 с.

10. Плотников, А. В. Особенности создания ССП как стратегической системы управления бизнесом / А. В. Плотников // Менеджмент в России и за рубежом. - 2013. - № 3. - С. 106-112.

11. Попов, С.А. Концепция актуального стратегического менеджмента для современных российских компаний / С.А. Попов. – Москва : Юрайт, 2013. – 223 с.

12. Портных, В. В. Стратегия бизнеса / В. В. Портных. - М. : Дашков и К°, 2013. – 272 с.

13. Сергеева, Г. Стратегия развития фирмы / Г. Сергеева // Управление персоналом. - 2013. - № 6. - С. 29-36.

14. Инструмент [Электронный ресурс] // Большая Российская Энциклопедия – Электрон. дан. – Режим доступа: http://greatbook.ru. – Загл. с экрана.

Берлова Т.М., к.х.н., доцент
Алтайский государственный технический университет
им. И.И. Ползунова

ПРИВАТИЗАЦИЯ КАК СПОСОБ УПРАВЛЕНИЯ ГОСУДАРСТВЕННЫМ ИМУЩЕСТВОМ, ЗАРУБЕЖНЫЙ ОПЫТ

В последней четверти XX века приватизация государственной собственности становится глобальным процессом, получившим самое широкое распространение. В полной мере этот процесс захватил большинство стран мира. Приватизация была многовариантной как по формам проведения, так и по моделированию прав собственности. Она означала переход прав собственности от государства к частным лицам на условиях полной продажи государственных фирм частным лицам или продажи части активов и делегирования прав по распоряжению государственным имуществом.

Это был, безусловно, яркий и сложный процесс, требовавший глубоких знаний рыночной экономики и рыночных технологий, исторических традиций и особенностей развития экономики разных стран, политических и социальных процессов. Приватизация частной собственности нигде не была безоблачной. Были трудности и препятствия, сбои и нарушения установленных норм и правил. Тем не менее, в большинстве случаев, приватизация была успешной и принесла желаемые результаты.

Своевременный анализ мирового опыта облегчал задачу выбора и обоснования собственного национального пути приватизации. Поэтому многие страны, решавшие эти задачи позже, чем, например, Великобритания или Франция, продуктивно им пользовались. Сегодня в России приватизировано далеко не все. И этот процесс переживает новое рождение. На основании инициативы президента РФ Медведева Д.А., изложенной в его послании Федеральному собранию на 2011 год, в России активизирован процесс приватизации унитарных предприятий и иной государственной собственности. Было поручено властям регионов до 1 июля 2011 года принять решения по приватизации непрофильных активов. Согласно посланию должно быть принято решение о приватизации имущества, не являющегося необходимым для осуществления полномочий, определенных законодательством РФ, что обеспечит направление доходов от приватизации, прежде всего на реализацию мероприятий

по модернизации экономики. Ранее президент, выступая с посланием к Федеральному собранию, заявил, что органы власти не должны быть владельцами «заводов, газет, пароходов».

Этапу приватизации практически повсеместно предшествует процесс реструктуризации, осуществляющийся с целью существенного повышения конкурентоспособности и инвестиционной привлекательности избранного предприятия. Примером такого процесса является акционирование, в результате которого создаются условия максимальной выгоды как для государства, так и для последующей деятельности фирмы в конкретных рыночных ситуациях. В результате такой приватизации выигрывали все стороны: государство, получавшее солидные доходы от продажи государственной собственности; предприниматели, покупавшие фирму, способную эффективно работать в условиях рынка; работники предприятий, получившие рабочие места в устойчиво работающей фирме; наконец, общество в целом.

Все это свидетельствует об актуальности приватизации государственных предприятий в настоящее время. И о том, что приватизация государственной собственности, которая базировалась на объективных, экономически закономерных процессах, была практически целесообразна, способствовала экономическому развитию многих стран мира, стабилизации объективных общественных процессов. Она, безусловно, сыграла немалую позитивную роль в вопросах слома тоталитарных антирыночных систем экономики стран Восточной Европы и бывшего СССР.

Приватизация государственных предприятий представляет собой сложный и многогранный процесс постепенного и последовательного преобразования государственного сектора - в частный. Мировой опыт позволяет выделить три основных этапа его реализации.

Первый этап заключается в изменении юридического статуса путем реорганизации предприятий в акционерные общества; на Западе этот этап часто был связан с сохранением формы государственной собственности и отказом от дотаций на покрытие убытков фирм, а также переносом ответственности за результаты экономической и финансовой деятельности на само предприятие и его руководство; это, как правило, первый шаг на пути к полной приватизации.

Следующим этапом является реструктуризация крупных государственных предприятий; выделение из их состава дочерних предприятий и филиалов; построение холдинговых вертикальных моделей управления, где координация структурных подразделений осуществляется только на стратегическом уровне путем регулирования финансовых отношений и реализации системы взаимоучастия.

Наконец, последний этап собственно денационализация, то есть продажа предприятия в целом или большей части его акций в частные руки; юридически данный этап является завершающим, если в частную собственность переходит более половины акций предприятия.

В современном мире нет ни одной страны, где бы государство не занималось хозяйственной деятельностью. Однако, преобладание государственной формы собственности в экономике страны ведет к возникновению государственной монополии, которая пагубна для развития экономики, для потребителя, населения. Огосударствление всей общественной жизни означает, что государство занимает монопольное положение, а сама система общественной жизни выступает в качестве авторитарно-бюрократического государства.

Гипертрофированное огосударствление экономики приводит к окостенению предпринимательских структур, препятствует функционированию рыночных механизмов. Именно поэтому необходима приватизация.

Как свидетельствует опыт стран с развитой рыночной экономикой, основой участия государства в экономике являются экономические, в частности фискальные, меры. При этом государства стремятся уменьшить свое непосредственное участие в производственном процессе. В этой связи одним из основных способов управления государственной собственностью становится приватизация предприятий. Рассмотрим опыт различных стран в проведении приватизации.

Приватизация в Великобритании началась в 1979 году и продолжается до сих пор. Большую часть общей суммы в 97 миллиардов долларов, поступившей от приватизации в период с 1979 по 1995 год, правительство Великобритании получило от приватизации 48 крупнейших компаний, таких как «Бритиш Телеком», «Бритиш Гэз», «Бритиш Эйруэйз» и «Бритиш Петролеум». Среди других основных достижений британской программы приватизации можно назвать:

– значительно возросшую эффективность и прибыльность бывших государственных предприятий;

– значительный рост числа акционеров (от 4 % взрослого населения в 1979 году до более 25 % в середине 90-х годов);

– значительное сокращение государственных субсидий госпредприятиям.

Хотя бюджетный дефицит в стране по-прежнему большой, в 1995 году он составлял 6% от ВВП, общее влияние приватизации на состояние государственных финансов Великобритании было положительным. По данным "Евромани" в 1981 году затраты на государственные предприятия обходились британским налогоплательщикам в 50 миллионов

фунтов стерлингов в неделю, выплачиваемых в форме субсидий; те же самые компании сейчас вносят в казну страны 55 миллионов в неделю в форме налогов. Такой поворот событий не был бы возможен без приватизации.

Основными чертами британской приватизации являются ее постепенность, акцент на получении прибыли, тщательная подготовка законных и нормативных рамок для каждого отдельного случая продажи.

Великобритания стимулировала широкое владение акциями посредством особого внимания к их розничному распределению, установления скидок на предлагаемую цену, доступности акций через посредничество банков и широкомасштабных рекламных кампаний в средствах массовой информации, а также создания различных программ стимулирования покупки акций сотрудниками предприятий и структур, предлагающих акции.

Еще одной характерной чертой была эффективная система регулирования деятельности естественных монополий в послеприватизационный период, включая лицензирование и контроль за ценами, создание режима потолка цен, ограничивающего возможности приватизированных монополий в повышении цен. Регулирование с помощью установления потолка цен срабатывает гораздо лучше, чем традиционное регулирование на основе уровня возврата инвестиций, которое не способствует эффективности.

Французская программа приватизации, начатая в 1986 году правительством Ширака, была приостановлена в 1988 году и возобновлена в 1993 году правительствами Балладура и Жюппе частично из-за озабоченности по поводу бюджета. Франции предстоит сократить свой бюджетный дефицит с 5,3% до 3% от ВВП к 1998 году с тем, чтобы удовлетворять критериям Маастрихта в отношении членства в Европейском валютном союзе.

В ходе приватизации до сегодняшнего дня было получено примерно 43 миллиардов долларов, в ближайшие два-три года предстоит продать 25 государственных групп, при этом ожидается получить доход в 11 миллиардов долларов. Приватизационная кампания способствовала увеличению числа акционеров во Франции в 1994 году с 4,5 миллионов до 5,7 миллионов, то есть на 27%.

Отличительной чертой французской программы является сохранение правительством значительного контроля над приватизированными компаниями. Во Франции впервые были опробованы методы, которые позднее были использованы в других странах, в частности, во франкоговорящих странах Африки. Они включают методы:

– автоматическое распределение акций между сотрудниками приватизированных компаний;

– частное размещение крупных блоков акций у "стабильного ядра" институциональных инвесторов, которые не будут использовать эти акции в спекулятивных целях, способствуя, таким образом, их будущему твердому положению на фондовом рынке.

Французское правительство часто использовало "золотую акцию". Однако это использование предотвратило выгодную операцию по слиянию «Рено» с «Вольво» в 1994 году, когда акционеры «Вольво» отказались одобрить эту сделку, предоставляющую неограниченные полномочия французским властям.

Недавние проблемы с предложением акций в широкую продажу во Франции связаны с тем, что у инвесторов сложилось впечатление, что французское правительство и после приватизации будет продолжать свое постоянное вмешательство. Это одна из причин, по которой от продажи акций вместо планируемых 11 миллиардов долларов удалось получить только 4 миллиарда долларов. Еще одной проблемой общего характера является относительная слабость внутреннего рынка капитала в стране.

В Чехии продажа стратегическому инвестору автомобильной компании "Шкода" – это наиболее удачный пример приватизации одного из крупнейших предприятий в восточноевропейской стране.

Основанная в прошлом веке и национализированная в 1945 году компания "Шкода" выпускала вплоть до 1990 года практически 100% всех легковых автомобилей в Чехословакии – приблизительно 200 000 машин в год. В 1990 году предприятие "Шкода" одним из первых в Восточной Европе заключило соглашение с крупной транснациональной фирмой – германским производителем автомобилей фирмой "Фольксваген АГ" (ФВ). Это соглашение стало основой постепенного превращения "Шкоды" в собственность "ФВ".

До 1990 года автомобильная промышленность Чехословакии работала в неконкурентной среде и не могла идти в ногу с техническим прогрессом, характерным для мировой автомобильной промышленности. Отсутствие инноваций обусловило выпуск устаревших моделей и низкую производительность труда. В 1989 году "Шкода" начала поиск потенциальных западных партнеров или владельцев и провела переговоры с такими фирмами, как "Фольксваген", "Пежо-Ситроен", "Рено" и "Фиат", а также с другими производителями автомобилей. Официальные предложения поступили от восьми фирм.

В августе 1990 года правительство Чехословакии объявило о том, что оно рассматривает предложения двух фирм, готовых гарантировать

либо независимость "Шкоды", либо дальнейший выпуск автомобилей под маркой "Шкода" после 1995 года. Одно предложение поступило от "ФВ", второе было совместным предложением фирм "Рено" и "Вольво". Предложенные фирмой "ФВ" покупная цена "Шкоды" и десятилетний план инвестиций на общую сумму в 6,5 миллиардов долларов определили выбор "Фольксвагена" в качестве стратегического покупателя "Шкоды".

"ФВ" согласился заплатить 500 миллионов немецких марок (340 миллионов долларов США) за приобретение 31% капитала "Шкоды", что после дополнительного вливания по 350 миллионов немецких марок в 1993 и 1995 году увеличилось до 70%. Кроме того, "ФВ" согласился выплатить правительству Чехословакии в рамках трех траншей еще 200 миллионов немецких марок, тем самым оплатив часть принадлежавших ему акций. В дополнение к этому "ФВ" обязался повысить объем выпуска легковых автомобилей "Шкода" с 200000 до 450000 к 2000 году и осуществлять управление "Шкодой" как отдельной компанией, входящей в группу автомобильных производителей "Фольксваген": "ФВ", "Ауди", "СЕАТ" и "Шкоду".

Доля государства в размере 30% будет со временем продана в виде неголосующих акций либо через систему купонов, либо в рамках первоначального предложения акций (ИПО). Правительство обязалось управлять государственными акциями (сначала составлявшими контрольный пакет, но затем превратившимися в неконтрольный пакет) как инвестициями и воздерживаться от вмешательства в управление компанией. Для этой цели была создана холдинговая компания "Приско", подотчетная Национальному фонду имущества.

В 1993 году "ФВ", в рамках общей стратегии сокращения издержек и чрезмерных инвестиций в Германии и за рубежом, предпринял меры по сокращению своих инвестиционных планов в отношении "Шкоды". "ФВ" объявил о том, что предполагаемый объем инвестиций в "Шкоду" до конца текущего десятилетия будет сокращен в два раза, то есть с 8,2 миллиардов до 3,7 миллиардов немецких марок.

Запланированное расширение производства подлежит сокращению с 450000 до 300000 автомобилей. После продолжительных переговоров между правительством и фирмой "Фольксваген" правительство согласилось на это и разрешило фирме увеличить долю своего участия в "Шкоде" до 60% (в декабре 1994 года). Год спустя "ФВ" довел долю своего участия до 70%. Это позволило поднять автомобильную промышленность Чехии на мировой уровень и снять социальную напряженность в стране.

Подводя итог, отметим, что за счет приватизации, как одного из наиболее часто используемых методов управления государственной собственностью, правительства различных стран получают довольно крупные поступления в бюджет и одновременно снимают с себя бремя обслуживания и управления монстрами индустрии своих стран.

Список использованных источников

1. Макфаркар, Р.Л. Работа над ошибками приватизации. Мировой опыт / Р.Л. Макфаркар // Отечественные записки. – 2006. – №1. – С. 137-143.

2. Хрусталева, Н.А. Франция на исходе столетия: смена модели регулирования экономики / Н.А. Хрусталева // Мировая экономика и международные отношения. – 2009. – №6. – С. 61-70.

Войчишина Н.И., к.т.н., доцент филиала
Алтайского государственного университета, г. Белокуриха
Кузьмина О.Г., к.т.н., доцент
Алтайский государственный технический университет
им. И.И. Ползунова

НЕКОТОРЫЕ АСПЕКТЫ МЕНЕДЖМЕНТА ВОСПИТАТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ СТУДЕНТОВ КОЛЛЕДЖА ФИЛИАЛА АлтГУ В Г. БЕЛОКУРИХЕ

Анализируя уязвимые категории населения, ученые пришли к выводу о том, что в современном обществе подросток находится в большей опасности, чем его одногодки в предшествующие эпохи. Развитие современных технологий, сверхскоростных магистралей, строительство ядерных электростанций, техногенные катастрофы, ухудшение экологии, распространение наркомании и преступности подвергают жизнь молодого гражданина опасности буквально на каждом шагу. Однако не только общество служит источником опасностей для подростка, но и его собственное поведение, часто неуправляемое и импульсивное, выступает источником риска как для него, так и для окружающих людей.

По мнению исследователей, основные риски возникают по двум причинам: вследствие недостатков общественного устройства и связанные с личностными особенностями несовершеннолетних [4].

К первой группе факторов относятся экономический кризис, обнищание широких слоев населения, повсеместное ослабление семейных

устоев, утрата старшим и младшим поколениями моральных ценностей, алкоголизм, наркомания и целый ряд других.

Говоря о второй группе факторов, необходимо отметить, что подросткам свойственны такие качества как неполнота сформированности собственных нравственных установок, недостаток жизненного опыта, повышенная эмоциональность, впечатлительность, внушаемость и некоторые другие. Указанные возрастные особенности нельзя рассматривать как собственно криминогенные, они лишь усиливают средовые влияния. Определяющую роль в поведении несовершеннолетних играет формирующаяся система ценностей личности, собственная социальная практика, образцы поведения, усвоенные в семье и ближайшем окружении.

Сам подросток, как правило, отличается рядом черт характера, сложившихся под влиянием определенных микросоциальных условий. Имеют значение при этом и элементы психофизиологических трудностей взросления (плохое самочувствие, резкие колебания настроения, неустойчивость психики в период полового созревания и т. д.).

Таким образом, установлены две важные закономерности: современный подросток встречается с большим числом рисков, чем его предшественники и на подростка выпадает большая доля опасностей, чем на взрослых.

В период взросления подростки чаще, чем взрослые, оказываются в ситуациях риска. Эти ситуации помогают им определить, способны ли они решать проблемы, с которыми соприкасаются. Подростки могут ошибочно считать свое поведение, особенно если оно напоминает поведение взрослых людей, как лишенное какого бы то ни было риска. Иногда они полагают, что самым простым способом достижения статуса взрослых для них является раннее начало половой жизни, курение, употребление алкоголя и наркотиков. Ученые установили, что все это снижает способность человека принимать обоснованные решения. В результате поведение подростка становится еще более рискованным.

Подростки, поступающие учиться в колледж Белокурихинского филиала Алтайского госуниверситета, как правило, приняли (вместе с родителями) осознанное решение об уходе из средней школы в пользу среднего профессионального обучения. Обычно это непростой контингент подростков - те, кого принято относить к трудным. Большинство из них из неполных, опекаемых и малообеспеченных семей. Обычно несколько студентов группы состоят на учете в подразделении по делам несовершеннолетних. Изъяны в духовном становлении учащихся — результат многих слагаемых. Здесь и неблагоприятные семейные, социальные условия, и массовая культура с ее насилием и жестокостью, и,

наконец, пробелы школьного воспитания. Поэтому первостепенная задача преподавателей колледжа – не допустить дальнейшей асоциализации подростка.

Таким образом, воспитательная и образовательная работа педагогического коллектива колледжа направлена на **ресоциализацию**, т.е. процесс социального восстановления личности, усвоение ею позитивных с точки зрения общества социальных норм и ценностей, образцов поведения, разрушение усвоенных личностью в процессе асоциализации негативных, антиобщественных норм и ценностей.

С этой целью осуществляются мероприятия по коррекции поведения, его переориентации, а также реабилитации несовершеннолетних с целью уменьшения вероятности возникновения опасных ситуаций, причем все они направлены на отдельную личность, поведение которой имеет признаки проблематичности. Это материальная, психологическая и правовая помощь подростку. Успешно практикуются юридические консультации с помощью профессионалов-юристов – преподавателей юридического факультета Алтайского госуниверситета. В частности, студентам оказывают помощь в розыске родителей, в сборе документов для получения социальных льгот, в решении проблем личного характера. Факты обращений указывают на высокий уровень доверительности между студентом и преподавателем, персональный эмоциональный контакт, в большой мере за счет проявления толерантности в общении.

Кураторы студенческих групп всегда в курсе проблем подростка, предлагают пути выхода из неблагоприятной ситуации и всегда находят поддержку у руководства филиала.

Одним из направлений работы преподавателей колледжа является сохранение, поддержка и защита нормального уровня жизни и здоровья студентов. Основную информацию обучающиеся получают на занятиях по дисциплинам «Основы безопасности жизнедеятельности» на первом курсе и «Безопасности жизнедеятельности» на третьем курсе обучения.

В соответствии с Государственными образовательными стандартами для осуществляемой в колледже специальности, в тематику занятий включены вопросы по социальным рискам подростков, такие как вредные привычки и их профилактика, инфекции, передаваемые половым путем, повышенная агрессивность, девиантное поведение подростков и т.д.

Образ жизни подростка может считаться здоровым, если он не только позволяет ему сохранять и поддерживать здоровье, но и обеспечивает адаптацию к внешнесредовым факторам в трудный период взросления. Отклонения в состоянии здоровья (вплоть до болезни) часто имеют именно поведенческую основу [3]. Многие болезненные и рис-

кованные формы поведения складываются именно в подростковый период, поэтому кроме обязательного рассмотрения вопросов здоровья на учебных занятиях, ощутимый эффект приносит посещение подростками кружка «Здоровый образ жизни».

Регулярно проводится полное бесплатное медицинское обследование подростков в поликлинике г. Белокуриха, что позволяет выявить возможные заболевания на ранних стадиях, причем диспансеризация носит обязательный характер.

Одной из проблем современности является ранняя сексуализация подростков, что приводит к девиантному сексуальному поведению, инфекциям, передаваемым половым путем, ранней беременности [2]. Ранняя беременность и, как следствие, ранние роды чаще всего становятся трагедией в семье. Молодые пары, столкнувшиеся с проблемами семейной жизни, часто не могут найти компромисс, и как итог, дети растут и воспитываются в неполной семье. Ведь подростки еще сами нуждаются в опеке, они часто не готовы жить отдельной семьей и не способны ее содержать. 11% студентов колледжа имеют детей и получают все возможные виды помощи для продолжения учебы.

Постоянно проводится анкетирование студентов на занятиях по ОБЖ, в том числе с привлечением профессиональных психологов из Центра Эстетического Воспитания г. Белокуриха. После обследования проводится анализ с выявлением факторов социального риска для оказания своевременной помощи подростку.

Общепризнано, что незанятость молодых людей ведет к негативным проявлениям, как в сфере экономики, так и в социальной жизни общества. Как досуговая, так и трудовая занятость подростков в свободное от учебы время, снижает социальные риски подростков. Мотивами трудовой занятости подростков является материальное обеспечение собственных интересов или поддержка семьи, а также реализация собственного трудового и культурного потенциала [1]. Любая работа независимо от целей способствует приобретению профессиональных и коммуникативных навыков, пусть даже и в минимальном объеме.

Поэтому очень важно частичное или полное трудоустройство студентов. В период учебного года подрабатывают более четверти учащихся, а в летний период работают все студенты колледжа. Коллектив филиала оказывает помощь в трудоустройстве и студентам, и выпускникам колледжа. Показателем успешной индивидуальной работы с подростками является тот факт, что за годы работы колледжа не было отчислений учащихся по причинам наркомании и правонарушений, а более 60% выпускников колледжа 2014 г. продолжили обучение филиале АлтГУ г. Белокуриха для получения высшего образования.

Список использованных источников

1. Динамика ценностей населения реформируемой России. – М., 1996; Перова И. Указ. соч.; Средние классы в России: Экономические и социальные стратегии. – М., 2003.

2. Криминология: учебник /под ред. проф. Малкова В.Д. – М.: ЗАО Юстицинформ, 2004. – 527 с.

3. Мавров, И. И. Половые болезни. – М.: АСТ, 2002. – 752 с.

4. Медикус.ру: http://www.medicus.ru/sexopatology/patient/problemy-polovoj-zhizni-24064.phtml.

Войчишина Н.И., к.т.н., доцент филиала
Алтайского государственного университета, г. Белокуриха
Кузьмина О.Г., к.т.н., доцент
Алтайский государственный технический университет
им. И.И. Ползунова

ВОПРОСЫ ПОВЫШЕНИЯ КАЧЕСТВА ПРЕПОДАВАНИЯ СТУДЕНТАМ ЗАОЧНОЙ ФОРМЫ ОБУЧЕНИЯ

Образование является важнейшей сферой социальной жизни. Именно образование формирует интеллектуальное, культурное, духовное состояние общества. Содержание образования и его направленность отражают образовательные программы и стандарты. Качество образования напрямую формируют многочисленные фактор, важнейшими из которых являются следующие: носитель знаний, передача знаний, получатель знаний, восприимчивость методик передачи знаний, фундаментальность знаний, востребованность полученных знаний, получение новых знаний.

Научно-технический прогресс приводит к появлению новых средств и предметов труда, новых производственных и информационных технологий. Поэтому требуется *непрерывное образование* с целью получения новых знаний и их применения в профессиональной деятельности. В современных условиях реальной необходимостью является непрерывное образование, успешно осуществляемое через заочную и дистанционную форму обучения.

Проблема организации обеспечения и повышения качества заочного обучения становится особенно актуальной для университетов, статус которых значительно возрастает в связи с реформированием системы высшего профессионального образования. Опыт деятельности современных российских университетов показывает, что заочная форма обу-

чения студентов стала неотъемлемой составной частью университетского образования большинства классических и профильных университетов, особенно в широкой сети их филиалов.

Филиал АлтГУ в г.Белокуриха имеет уникальный опыт в развитии и становлении заочного образования. Много высококвалифицированных специалистов получили образование именно без отрыва от производственной деятельности, преимущества и актуальность такого образования сохраняется на высоком уровне и в настоящее время. Имидж филиала, как и головного вуза, очень высок, поскольку работодатель в настоящее время обращает внимание на программу обучения, профессорско-преподавательский состав, востребованность выпускников вуза на рынке труда и на использование современных образовательных технологий.

Студент, не прерывая своей основной деятельности, может повысить профессиональный уровень, приобрести дополнительную квалификацию, заложив тем самым основы карьерного роста. Положительным фактором служит отсутствие ограничений на одновременное обучение в нескольких вузах. Студент вправе сразу освоить более одной специальности: все зависит только от того, сколько времени, сил и денег он готов потратить.

Не стоит забывать, что заочное обучение дешевле очного и очно-заочного и гарантирует при этом получение полноценного высшего образования. Неоспоримым преимуществом заочной формы является и то, что при совмещении работы с учебой студент получает возможность соотносить теорию с практикой. Это позволяет ему стать более конкурентоспособным специалистом по сравнению с теми, кто обучается на очной форме обучения. У этой категории студентов есть определенная база, фундамент знаний, опыт обучения, а также опыт самостоятельной работы на производстве. Они приходят в вуз для того, чтобы приобрести новые знания в дополнение к уже имеющимся. Выпускники заочной формы обучения реже сталкиваются с проблемой поиска свободных вакансий: большинство из них либо, уже трудятся, либо имеют опыт работы по специальности, а значит, имеют лучшие перспективы на будущее.

Что касается качества заочного образования, то за многие годы накоплен большой опыт организации учебного процесса, проводимого по заочной форме: разработаны методики преподавания, отлажена система обеспечения необходимыми материалами, система контроля знаний. Традиционное заочное обучение в филиале постоянно предполагает прямой контакт студентов и преподавателей. Как правило, это происходит в период летней и зимней сессий. Во время сессии их деятельность

регламентируется очными указаниями преподавателя в виде установочных лекций. В межсессионный период обучение теоретически продолжается, хотя прямое общение с преподавателем прервано.

В межсессионный период учебная деятельность студента-заочника ограничена работой с учебниками, учебными пособиями, печатными учебно-методическими материалами вуза, а также интернет - ресурсами, подготовленными преподавателями филиала и выставленными в свободный доступ для студентов-заочников. Для грамотной работы со всеми перечисленными материалами студенту-заочнику выдаются в вузе учебно-методические пособия: ресурс времени занятий у студента-заочника существенно меньше, так как он основную часть времени работает. Более того, студент-заочник часто проживает в регионах, где отсутствуют крупные библиотеки с хорошим подбором учебной и справочной литературы.

В межсессионный период обучения практические результаты в выполнении самостоятельных работ напрямую зависят от способности студента-заочника к самоорганизации, самообразованию, к рациональному использованию времени (так называемый тайм-менеджмент).

Изменения, коснувшиеся в последнее время системы высшего профессионального образования, вносят свои коррективы в организацию образовательного процесса заочной формы обучения.

В традиционной системе высшего образования достаточно большой контингент лиц не может получить высшее образование без отрыва от производства, так как проживает в удалении от вузовских центров. Дистанционное обучение при соответствующих условиях может обеспечить доступность качественного высшего образования широким слоям населения, независимо от места проживания и условий работы, а также гибко реагировать на запросы рынка труда, полнее использовать педагогический, научный, кадровый потенциал вузов и экономить финансовые средства.

В этой связи Федеральная программа развития образования, принятая правительством Российской Федерации, в качестве приоритетных направлений указывает и на дальнейшее развитие дистанционного обучения, как одной из форм организации заочного обучения студентов университета, которое стало неотъемлемой составной частью университетского образования, как в классических, так и в профильных университетах.

Образовательный процесс становится высокотехнологичным, в нем используются достижения информационных и телекоммуникационных технологий.

В настоящее время существуют два подхода к методике преподавания студентам-заочникам.

В первом случае предполагается, что объем учебного материала должен быть дан в «сжатом» виде, учебно-методические пособия должны, быть ориентированы на экономию времени, содержать сокращенные конспекты лекций, учебные задания тренировочного и контрольного характера, краткие методические указания к выполнению самостоятельных работ. Реализация данного подхода на практике привела к снижению качества заочного образования.

Другие обосновывают необходимость полного раскрытия любой учебной дисциплины, единых учебников для всех форм обучения и предлагают широко использовать инновационные образовательные технологии для повышения качества заочного обучения, которое должно быть, построено на основе совокупности педагогических принципов. Гибкость, вариативность, связь с профессиональной деятельностью студентов, а также партнерство во взаимодействии «преподаватель — студент», вертикальная и горизонтальная междисциплинарная интеграция, компьютеризация, открытость, независимость и объективность оценок – вот перечень основных позиций работы преподавателя со студентами – заочниками.

Наша позиция заключается в том, что при существующем нормировании учебного времени студентов-заочников полностью отказаться от первого традиционного подхода невозможно, однако его следует сочетать со вторым подходом, усиливая инновационные технологии, новые формы и методы обучения как организационно-педагогические условия повышения качества заочного образования.

Необходимо отметить, что в этом направлении в филиале АлтГУ проводится серьезная и последовательная работа. В частности, при преподавании дисциплины «Безопасность жизнедеятельности» для бакалавров направлений «Юриспруденция» и «Менеджмент» осуществляется новый вид обеспечения учебного процесса - *информационно-технологический*. В результате объединяется разработка дидактических (учебно-методических) комплексов, отражающих содержательно-информационную часть процесса обучения, и процессуальную сторону учебного процесса, связанную с применением технологий обучения на практике.

Информационно-технологическое обеспечение включает набор традиционных и электронных дидактических материалов, проектирование педагогической системы в целом, прогнозирование результатов, реализацию информационных и технологических материалов как средств управления образовательным процессом. Студент может осу-

ществлять подготовку по дисциплинам «Логика» и «Безопасность жизнедеятельности» дистационно, используя электронные ресурсы, помещенные на сайте университета. Он может пройти тестирование по дисциплинам, изучить глоссарий и учебно-методический комплекс, а также готовиться к сдаче зачета, используя теоретический материал лекций, разработанных ведущим преподавателем.

Инновационной формой проведения практических занятий по дисциплинам «Безопасность жизнедеятельности» (для бакалавров) и «Основы безопасности жизнедеятельности» (для студентов колледжа) является сотрудничество с действующей метеостанцией в г. Белокуриха.

Наблюдения метеорологических опасных явлений (ливни, ураган, сильные снегопады, сильный град, гололед) и их прогнозирование являются основой обеспечения безопасности жизнедеятельности населения. Чем быстрее эта информация доставляется властям, тем больше шансов, что возможные негативные последствия удастся предотвратить.

Вся информация, получаемая с метеостанции, активно применяется в учебном процессе: студенты на практических занятиях в ходе решения задач используют реальные данные показателей мониторинга окружающей среды и проводят анализ окружающей обстановки. Эти расчеты позволяют минимизировать риски для населения города.

Поскольку безопасность жизнедеятельности (БЖД) — наука о *комфортном* и травмобезопасном взаимодействии человека со средой обитания, особый интерес для научного исследования в рамках учебного процесса представляет определение *эффективной температуры воздуха*, которая описывает суммарный эффект воздействия на тело температуры, влажности воздуха, а также скорости ветра. Эффективная температура представляет собой температуру неподвижного воздуха, насыщенного водяным паром, в котором человек испытывает субъективно такое же ощущение комфорта, как и в среде, для которой находится эффективная температура. Ее определение представляется особенно значимым для климата Белокурихи, который как раз и характеризуется повышенной комфортностью благодаря теплым фенам – потокам воздуха, дующим с гор по долине речки Белокуриха, что является существенным вкладом в климатотерапию.

Поэтому участие студентов в учебно-исследовательской работе (УИРС), проводимой в рамках практических занятий и выполняемая непосредственно при изучении дисциплин учебного плана, является одним из важнейших средств повышения качества подготовки студентов. Качество образования – востребованность полученных знаний в конкретных условиях и местах их применения для достижения конкретной цели и повышения качества жизни.

Высоцкая О.А., старший преподаватель
Алтайский государственный технический университет
им. И.И. Ползунова

ИННОВАЦИОННАЯ АКТИВНОСТЬ ПРЕДПРИЯТИЙ РЕГИОНА В СФЕРЕ МАРКЕТИНГА: ОПЫТ АЛТАЙСКОГО КРАЯ

В структуре инновационной стратегии маркетинговые инновации выступают в качестве элемента, который в наибольшей степени обеспечивает связь компании со своими потребителями, являясь транслятором ключевых выгод, которые предприятие готово предоставить своим клиентам. По сути маркетинговые инновации это, с одной стороны, новые формы подачи продукта, презентации его на рынке, а, с другой, — новые формы создания потребительской ценности и общения с потребителями,.

Согласно Руководству Осло, маркетинговые инновации включают реализацию новых методов маркетинга и подразумевают изменения в дизайне и упаковке продукта, его продвижении и размещении, методах установления цен на товары и услуги. Это Руководство стало основой для разработки отечественной статистики инноваций, и, в соответствии с Приказом Росстата от 19.01.2009 № 4 под маркетинговыми инновациями подразумевается «реализация новых или значительно улучшенных маркетинговых методов, охватывающих существенные изменения в дизайне и упаковке продуктов, использование новых методов продаж и презентации продуктов (услуг), их представления и продвижения на рынки сбыта, формирование новых ценовых стратегий». В этих определениях маркетинговые инновации представляют собой некие результаты без их связи с процессом управления маркетингом в парадигме инновационного развития компании. Между тем, согласно классификации Ж.Ж. Ламбена, существуют две сферы управления маркетинговой деятельностью компании — стратегический и операционный маркетинг. Следовательно, целесообразно и маркетинговые инновации классифицировать в соответствии с этими двумя сферами. Таким образом, маркетинговые инновации могут быть определены как новые решения в области стратегического и операционного маркетинга, способствующие созданию новой потребительской ценности и усилению конкурентных позиций фирмы, включающие как новшества в комплексе маркетинга, так и новые подходы к организации и проведению маркетинговых исследований, сегментированию рынка, позиционированию, разработке конкурентной стратегии и т.д.

Маркетинговые инновации во многом пересекаются с остальными типами инноваций, тем не менее, они имеют свои сущностные характеристики:

- их принципиальное отличие состоит в том, что маркетинговые инновации направлены на увеличение объема продаж и расширение рыночной доли компании на рынке, остальные инновации имеют целью снижение издержек и повышение эффективности работы компании,

- их внедрение зачастую требует изменения в других функциональных сферах компании и предопределяет активность в других предметных областях инноваций,

- их внедрение связано с меньшим уровнем риска для компании, в отличие от, например, продуктовых или процессных инноваций, которые требуют больших затрат и характеризуются более высоким уровнем риска в связи с непринятием новинки рынком. Маркетинговые инновации в отличие от технологических инноваций могут быть быстрее скопированы конкурентами, их жизненный цикл короче, поэтому предприятие, выбравшее данное направление инновационной стратегии, должно быть готовым к постоянному генерированию новых идей,

- эффективность маркетинговых инноваций во многом зависит от их качества, которое есть субъективно воспринимаемая потребителями величина, поэтому возрастает роль более углубленных маркетинговых исследований предпочтений целевой аудитории (в этом аспекте маркетинговые инновации сопоставимы с продуктовыми инновациями).

Активность региональных предприятий в сфере внедрения маркетинговых инноваций обусловлена многими факторами, как способствующих, так и препятствующих этой деятельности. Предпосылками для формирования маркетинговой инновационной активности предприятий региона является, бесспорно, политика благоприятствования в отношении инновационных компаний как со стороны региональных органов власти, так и на уровне страны в целом. По мнению экспертов, достижения Алтайского края в инновационной сфере в максимальной степени связаны с качеством реализуемой политики. В крае в числе первых субъектов РФ был внедрен в практику регионального управления кластерный подход. В настоящее время около 100 предприятий края объединены в кластеры в сфере биофармацевтики, аграрного машиностроения, энергомашиностроения и энергоэффективных технологий.

Наличие программ поддержки инноваций, гранты Губернатора Алтайского края, созданная инфраструктура поддержки инноваций способствовали усилению инновационной активности компаний, вследствие чего к 2014 году регион вышел на первое место в России по доле малых инновационных предприятий (по краю 12,3%, по РФ – 5,1%), на

третье место в Сибирском Федеральном округе по доле крупных и средних инновационных предприятий (по краю - 10,3%, по округу – 7,6%). В рейтинге инновационной активности регионов, который составлен Национальной ассоциацией инноваций и развития информационных технологий, в 2013 году регион занял 8-е место, улучшив свои позиции по сравнению с предшествующими периодами.

Тем не менее, есть и трудности в процессе реализации инновационной деятельности. Среди барьеров для внедрения инноваций вообще и маркетинговых инноваций, в частности, можно назвать (в порядке убывания значимости в процентах от общего числа предприятий, занимающихся инновационной деятельностью в 2012 году):

–недостаток собственных денежных средств (65%),

–недостаток финансовой поддержки со стороны государства (54,4%),

–высокая стоимость нововведений (53,3%),неразвитость нормативно-правовой базы (45%),

–низкий инновационный потенциал организации (37,9%),

–высокий экономический риск (37,7%),

–неразвитость инновационной инфраструктуры (35%),

–недостаток квалифицированного персонала (34,9%),

–недостаток информации о рынках сбыта (31,7%),

–низкий спрос на новинки (26,9%),

–недостаток информации о новых технологиях (23,5%),

–неразвитость кооперационных связей (18,5%).

Проблемными звеньями относительно внедрения маркетинговых инноваций предприятиями Алтайского края являются: крайне низкая активность организаций в этой сфере, недооценка стратегического подхода в деятельности компаний, в том числе и в сфере маркетинга, низкий уровень затрат на маркетинговые инновационные мероприятия, а также ограниченный набор новшеств в этой области и низкий уровень кооперирования для более эффективной деятельности.

По Европе средний показатель инновационной активности в сфере маркетинговых инноваций составляет 27 — 30%, тогда как в России он держится на уровне 2 %. Несмотря на то, что наша страна уже более 20 лет движется по рыночному пути развития экономики, по-прежнему роль маркетинга как основополагающей философии деятельности предприятия остается недооцененной. Более того, поскольку речь идет о приоритете стратегического мышления в процессе разработки инновационных стратегий, статистические данные свидетельствуют о том, что вопросы разработки стратегии деятельности также являются «слабым звеном» в деятельности региональных предприятий. Так, за период с

2007 по 2011 гг. доля инновационно активных компаний, внедривших новую корпоративную стратегию снизалась с 25% до 4,5%, а доля инновационных компаний, внедривших инновационную маркетинговую стратегию за этот же период снизилась с 27,9% до 12% . Затраты на маркетинговые инновации по инновационно активным предприятиям к 2012 году снизились и составили в абсолютных показателях 3,7 млн руб. по сравнению с 9 млн. руб. в 2011 году и 28 млн. в 2010 году, снизилось и количество организаций, применяющих маркетинговые инновации.

Тем не менее, в этот же период наблюдается рост объемов отгруженной продукции предприятиями, осуществлявшими маркетинговые инновации

Это можно объяснить отложенным эффектом от внедрения таких инноваций, связанным, например с тем, что предприятия успешно внедрили новые способы продаж (интернет-сайты), а также реализовали новые маркетинговые стратегии (имиджа бренда, индивидуализированных продаж и т.п.). Довольно нестабильна ситуация с выходом инновационных предприятий на зарубежные рынки, что отразилось в очень большой вариации показателя отгруженной продукции за пределы РФ.

Очень низка активность в сфере маркетинговых инноваций у предприятий сферы услуг. Из числа всех инновационно активных организаций за последние три года маркетинговые инновации внедрили 15% промышленных предприятий и 5% предприятий сферы услуг, причем последние использовали ограниченный набор маркетинговых инноваций, сконцентрировавшись на использовании новых ценовых стратегий, а также на разработке новых концепций продвижения, недооцененными остались инновации в области внедрения новых каналов сбыта (интернет, прямые продажи и т.п.). У промышленных предприятий наиболее предпочтительными маркетинговыми инновациями оказались изменение дизайна и упаковки, а также новые ценовые стратегии.

Что касается уровня кооперации при внедрении маркетинговых инноваций, то при реализации кластерной стратегии развития он должен быть на достаточно высоком уровне, ведь достижение конкурентных преимуществ от кооперации является важнейшим постулатом реализации кластерной политики. В среднем, за период с 2010 по 2012 гг. 39% предприятий осуществляли маркетинговые инновации совместно с другими компаниями. В принципе, это неплохой показатель, и предприятиям необходимо продолжать работу в этом направлении с целью оптимизации совокупных затрат на маркетинг.

В целом же более 30% предприятий региона, внедривших маркетинговые инновации, считают их результативность достаточно высокой

в области расширения рынков сбыта. Это позволяет предположить, что существует хороший потенциал развития предприятий по пути активизации маркетинговой инновационной деятельности.

На основе проведенного анализа ситуации на рынке маркетинговых инноваций как элементов инновационных стратегий предприятий предлагаются следующие мероприятия по преодолению и нивелированию существующих проблем, которые необходимо проводить при сотрудничестве и взаимодействии представителей бизнеса, власти, науки и образования:

- с целью преодоления проблемы нехватки денежных ресурсов активизировать деятельность по внедрению маркетинговых инноваций, особенно в сфере производства брендовых продуктов региона, на основе технологий государственной поддержки бизнеса, задействовать потенциал кооперационных связей предприятий, особенно предприятий в кластерах, с целью минимизации маркетинговых затрат,
- для ликвидации информационного вакуума вести регулярный мониторинг инновационной активности в ведущих кластерах Алтайского края, включая и мониторинг ситуации в сфере маркетинговых инноваций, осуществляемых кластерами, также максимально задействовать элементы существующей инфраструктуры поддержки инноваций в части предоставления официальной информации о состоянии рынка инноваций не только Алтайского края, но и привлекательных для экспорта продукции регионов, активизировать процесс формирования прозрачного информационного поля,
- с целью восполнения дефицита квалифицированных кадров руководству предприятий необходимо вести переговоры с вузами, работающими в сфере маркетинговых инноваций, с целью формирования заказа на подготовку специалистов,
- для преодоления проблем рисков проводить обучения в области маркетинговых инноваций, включая получение знаний по оценке маркетинговых инновационных рисков на базе созданной инфраструктуры поддержки инноваций (например, с участием КГБУ «Алтайский бизнес-инкубатор»), а также вузов края, на предприятиях усилить компоненту риск-менеджмента.

Подводя итог, можно сказать, что приоритетным направлением развития предприятий региона должны стать поиск и генерация идей в области маркетинговых инноваций. Создавая новые способы удовлетворения существующих на рынке потребностей предприятие на долгосрочную перспективу обеспечивает себе конкурентное преимущество, что, в конечном итоге, влечет за собой устойчивое развитие экономики региона.

Список использованных источников

1. Гумерова, Г.И. Управление инновационными преобразованиями: учеб. пособие / Г.И. Гумерова. - М.: Издательство «Дело» АНХ, 2010. – 140 с.

2. Жидких, А.А. Концепция регионального развития (на примере Алтайского края) / Вестник алтайской науки. – № 2-3 (20-21). – 2014. – с. 265-270.

3. Закон Алтайского края «Об утверждении стратегии социально-экономического развития Алтайского края до 2025 года» №86-ЗС от 21 ноября 2012 года Официальный сайт Главного управления экономики и инвестиций Алтайского края. Режим доступа:_http://www.econom22.ru/upload/iblock/f3c/Zakon86-zs_121121.pdf.

4. Индикаторы науки и инновационной деятельности в Алтайскомкрае, 2007-2011 [Текст] : стат. сб. / [Росстат, Территор. орган Федер. службыгос. статистики по Алт. краю ; редкол.: В. М. Мочалов (пред.) и др.]. - Барнаул : Территор. орган Федер. службы гос. статистики по Алт. краю, 2012. – 78 с.

5. Инновационная деятельность организаций Алтайского края, 2009 [Текст] : стат. бюл. / [Росстат, Территор. орган Федер. службы гос. статистики по Алт. краю]. - Барнаул : Территор. орган Федер. Службы гос. статистики по Алт. краю, 2010. – 99 с.

6. Инновационная деятельность организаций Алтайского края, 2010 [Текст] : стат. бюл. / [Росстат, Территор. орган Федер. Службы гос. статистики по Алт. краю]. - Барнаул : Территор. орган Федер. Службы гос. статистики по Алт. краю, 2011. – 87 с.

7. Инновационная деятельность организаций Алтайского края, 2011 [Текст] : стат. бюл. / [Росстат, Территор. орган Федер. Службы гос. статистики по Алт. краю]. - Барнаул : Территор. орган Федер. Службы гос. статистики по Алт. краю, 2012. – 87 с.

8. Инновационная деятельность организаций Алтайского края, 2012 [Текст] : стат. бюл. / [Росстат, Территор. орган Федер. службы гос. статистики по Алт. краю]. - Барнаул : Территор. орган Федер. службы гос. статистики по Алт. краю, 2013. – 84 с.

9. Ламбен Жан-Жак. Стратегический маркетинг. Европейская перспектива / пер. с французского. – СПб.: Наука, 1996. – 589 с.

10. Полянин Ю.А. Инновационная стратегия как основа среднесрочного развития предприятия /Транспортное дело России. – №5. – 2013. – с. 84-88.

Горлова Н.Н., к.т.н., доцент
Медведев Г.В., к.т.н., доцент
Алтайский государственный технический университет
им. И.И. Ползунова

ОСНОВНЫЕ ПРОБЛЕМЫ И НАПРАВЛЕНИЯ РАЗВИТИЯ ГОРНОДОБЫВАЮЩЕЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ АЛТАЙСКОГО КРАЯ

Алтайский край располагает огромными запасами разнообразных природных ресурсов. Минерально-сырьевой потенциал Алтайского края оценивается достаточно высоко. В недрах региона сосредоточены различные по величине запасов месторождения каменного и бурого углей, железа, марганца, хрома, ванадия, титана, полиметаллических и никель-кобальтовых руд, бокситов, вольфрама, молибдена, бериллия, скандия, ртути, золота, серебра, плавикового шпата, барита, магнезита, асбеста, агротехнического сырья (фосфоритов). В значительных объемах оценены запасы сульфата натрия, солей магния, брома, поваренной соли, природной соды, озерного гипса. Край обладает базой поделочного сырья широчайшего спектра. Здесь сосредоточено несколько десятков месторождений и проявлений облицовочного камня. Большой интерес в промышленном отношении может представлять ювелирно-поделочное и коллекционное сырье. Широко распространены месторождения минерального сырья для строительного комплекса. Это цементное сырье (известняки и суглинки) и разнообразные общераспространенные полезные ископаемые - кирпично-черепичное и керамзитовое сырье, песчано-гравийные смеси, строительные пески, строительные камни, известняки для производства строительной извести [1].

Индекс промышленного производства в отрасли добычи полезных ископаемых в апреле 2015 года приведен в таблице 1.

Таблица 1 – Индекс промышленного производства в отрасли добычи полезных ископаемых в апреле 2015 года

Регионы	Добыча в % к предыдущему месяцу	Добыча в % к соответствующему месяцу предыдущего года
Сибирский федеральный округ	98,4	113,1
-Забайкальский край	106,7	113,5
-Республика Алтай	106,6	111,5
-Новосибирская область	106,3	115,3

Продолжение таблицы 1

Регионы	Добыча в % к предыдущему месяцу	Добыча в % к соответствующему месяцу предыдущего года
-Республика Бурятия	101,6	105,5
-Иркутская область	100,7	139,6
-Алтайский край	***100,4***	***250,8***
-Томская область	99,0	96,9
-Кемеровская область	98,5	109,2
-Омская область	97,7	72,9
-Красноярский край	92,1	115,3
-Республика Тыва	76,7	77,0
-Республика Хакасия	76,2	82,6

Не смотря на существенный ресурсный потенциал региона, говорить об интенсивном развитии горнодобывающей промышленности Алтайского края не приходится. Среди факторов можно выделить следующие:

- недостаточная геологическая изученность;
- отсутствие необходимой инфраструктуры;
- высокие транспортные затраты (для некоторых месторождений);
- недостаточная глубина и комплексность извлечения сырья.

Следует также отметить, что, с одной стороны, возможности разработки отдельных месторождений полиметаллических, марганцевых руд ограничиваются пониженным в сравнении с мировыми аналогами содержанием полезного компонента в руде, а с другой стороны, на территории Алтайского края расположены месторождения с уникально высоким содержанием полезного компонента (титаномагнетитовые, медные, железные руды и др.).

Основными направлениями развития добычи и переработки полезных ископаемых на территории края являются организация системы геологоразведочных работ, обеспечивающих комплексное изучение прогнозного потенциала этой территории по различным видам минерального сырья, и подготовка с учетом конъюнктуры рынка наиболее перспективных и востребованных месторождений для промышленного освоения (железные руды, апатиты, полиметаллы, редкоземельные металлы, черные, цветные и редкие металлы, серебро, золото и др.).

Добыча и переработка полезных ископаемых является одним из стратегических направлений развития экономики Алтайского края [1].

В первую очередь будут разрабатываться месторождения полезных ископаемых с относительно эластичным спросом (уголь, бокситы,

олово и др.), содержание полезного компонента в которых и другие физико-химические характеристики приближены к мировым стандартам, а среди них месторождения, которые требуют наименьших затрат на инфраструктурное освоение и эксплуатацию.

В мировой экономике до 2025 года будут использоваться месторождения, расположенные на территориях с благоприятными природными условиями, характеризующихся высоким качеством ресурса. В связи с этим возрастет роль Алтайского края как мировой экспериментальной площадки по отработке новых технологий в горнодобывающей отрасли и геологоразведке в сложных горно-геологических и природно-климатических условиях.

На первых этапах геологоразведки предусматривается стимулирование применения современных физико-технических методов, в том числе сейсмических, электрофизических и геохимических, зондирования и (или) обследования больших территорий (акваторий) с использованием новейших достижений в области интеллектуального анализа экспериментальных данных. Стимулирование к использованию современных методов геологоразведки предполагается осуществлять с помощью соответствующих критериев и требований при формировании государственного заказа на геологоразведку.

Важным направлением государственной поддержки развития отрасли на территории Алтайского края, являются внедрение мер по активизации лицензирования участков недр месторождений (сокращение сроков согласования) и расширение внедрения конкурсных механизмов лицензирования, в том числе стимулирующих производство продукции высоких переделов с высокой добавленной стоимостью. Максимальный экономический эффект в отрасли даст комплексный подход к освоению новых месторождений. Принятие решения по технико-экономическим параметрам освоения месторождений необходимо осуществлять при участии специалистов по горнодобывающей промышленности, обогащению, производству металлов. Необходимо реализовать комплекс мер государственной поддержки геологоразведки, который обеспечит увеличение финансирования геологоразведочных работ на территории Алтайского края и укомплектование федеральных государственных учреждений в сфере геологоразведки современным оборудованием и высококлассными специалистами.

Задачами развития отрасли являются разработка и внедрение технологических решений комплексного извлечения сырья, развитие добычи и переработки полезных ископаемых с учетом потребностей хозяйственного комплекса Алтайского края, повышение гибкости российского спроса и предложения на полезные ископаемые путем разработки

малых высокорентабельных месторождений рудных полезных ископаемых с использованием мини-энергетики и вахтового способа организации труда.

Интенсивное развитие горнодобывающей промышленности и переработки полезных ископаемых сопряжено с внедрением инновационных технологий. В частности, последние несколько лет получили промышленную направленность технологии биовыщелачивания благородных металлов. Такая технология имеет перспективу развития и в других горнорудных областях деятельности. В частности, технологии подземного выщелачивания урана при определенных геологических условиях могут применяться к другим металлам. Перспективным направлением совершенствования технологического процесса является гидродобыча железной руды.

Существенный экономический эффект от внедрения новых технологий будет получен в переработке полезных ископаемых. При обогащении полезных ископаемых будут применяться достижения химической промышленности. Совершенствование флотореагентов приведет к их удешевлению и обеспечит их доступность для широкого круга производств. Определенные перспективы имеет разработка веществ с наносвойствами для первичных металлургических и химико-металлургических производств, что приведет к резкому увеличению извлекаемости и селективности.

Приоритетными задачами угледобывающей промышленности являются строительство современных обогатительных фабрик, позволяющих производить продукт с более высокой стоимостью, а также обновление основных производственных фондов угледобывающих компаний, износ которых превышает 80 процентов, что позволит снизить себестоимость угля и повысить коэффициент извлечения полезных ископаемых из разрабатываемых месторождений.

В целом добыча природных ресурсов по-прежнему будет являться одной из наиболее рентабельных отраслей российской экономики. Однако в Алтайском крае лимитирующими факторами ее развития являются низкий уровень развития транспортной инфраструктуры, недостаточные инвестиции в воспроизводство сырьевой базы и дефицит квалифицированных кадров. Все это существенно увеличивает капиталоемкость и сроки окупаемости инвестиционных проектов в добывающей промышленности Алтайского края по сравнению с другими регионами. Эти факторы потребуют увеличения государственной поддержки и привлечения частных инвестиций в эту отрасль.

Особое значение приобретает развитие глубокой переработки сырья на территории края. Для этого необходим комплекс мер по стиму-

лированию разработки и внедрения ресурсо- и энергосберегающих технологий, развитию соответствующих отраслей машиностроения, выставочно-ярмарочной и представительской деятельности, созданию научно-внедренческой инфраструктуры (инжиниринговых центров и центров компетенции), организации кооперации и сотрудничества предприятий-производителей с потребителями продукции и товаропроводящими сетями.

С целью стимулирования инновационных процессов в добывающей промышленности и производства конечного продукта с более высокой добавленной стоимостью необходимо предусмотреть предоставление субсидий из федерального бюджета в части компенсации потерь, понесенных в связи с использованием тарифов при осуществлении железнодорожных перевозок соответствующих полезных ископаемых на экспорт в направлении дальневосточных портов, а также в места их переработки на предприятиях Алтайского края.

Увеличение добычи и переработки природных ресурсов необходимо осуществлять с учетом затрат на их воспроизводство, обязательные меры по определению экологической емкости природных систем при подготовке каждого проекта строительства и потребности в инвестициях в основные средства природоохранного назначения.

Важнейшей перспективной отраслью для Алтайского края являются добыча топливных полезных ископаемых и формирование кластеров.

Список использованных источников

1. Постановление Администрации Алтайского края от 28 декабря 2007 г. N 622 «О комплексной программе социально-экономического развития Алтайского края».

Дмитриева И.Д., магистрант
Кузьмина О.Г., к.т.н., доцент
Алтайский государственный технический университет
им. И.И. Ползунова

АНАЛИЗ ПРОДУКЦИИ КОМПАНИИ ООО «НПО «АЛТАЙСКИЙ ДАР»

Характеристика номенклатуры производимой продукции, структура и объем производства, объем выручки от продажи продукции являются важнейшими показателями, характеризующими производственную и финансовую деятельность организации. Анализ данных характеристик позволяет выявить нерентабельные виды продукции, а также, наметить новые горизонты производства и расширения ассортимента.

Анализ продукции компании является актуальным вопросом для любого предприятия, так как от характеристики и качества производимой продукции напрямую зависит прибыльность и финансовая устойчивость фирмы.

Целью данной статьи является анализ продукции компании ООО «НПО «Алтайский Дар»

Объектом исследования выступает ООО «НПО «Алтайский Дар»

Предметом исследования является производимая продукция компании ООО «НПО «Алтайский Дар».

ООО «НПО «Алтайский Дар» разрабатывает и производит продукцию для здоровья и красоты из природного сырья Алтая.

Компания производит и продает алтайские безалкогольные бальзамы, моносиропы, Алтайский мед, медовые композиции, продукты пчеловодства с Алтая, чайные напитки, ягоду годжи, спиртовые экстракты из Алтайских трав, натуральную косметику на основе уникальных горных растений Алтая.

Алтайские бальзамы изготовлены из натуральных трав, кореньев, плодов ягод. Они придают Алтайскому бальзаму своеобразный вкус и аромат. Серия продуктов «Алтайский Дар» — это натуральные, эффективные и безопасные безалкогольные бальзамы высокого качества, изготовленные методом спиртовой экстракции из высококачественного растительного сырья, собранного в горах и предгорьях Горного Алтая[2].

Компания ООО «НПО «Алтайский Дар» имеет не слишком широкий ассортимент производимой продукции. Товары представлены следующими номенклатурными группами:

- Бальзамы.
- Сиропы.
- Мед.
- Ягоды.
- Косметика.
- Экстракты.

Самый широкий ассортимент наблюдается у косметической продукции, которая представлена средствами ухода за волосами (шампуни и бальзамы), большим разнообразием кремов (для тела, рук и ног), моющими средствами (гель, мыло), и некоторыми обособленными позициями (детское мыло и детский шампунь, эфирные масла, капсулы и пр.)

Бальзамы фирмы характеризуются конкретной направленностью воздействия, что обеспечивается уникальным составом того или иного бальзама.

Несмотря на то, что группа ягод и экстрактов не отличается разнообразием, роль данной номенклатурной позиции достаточно велика, так как ягода Годжи и экстракт из нее являются очень полезным и дорогостоящим продуктом.

Рассмотрим объем и структуру производства по основным группам товаров (таблица 1, рисунок 1).

Таблица 1 – Объем и структура производства основных групп товаров

Группа товаров	Объем производства, руб.	Доля в общем объеме
Бальзамы	382 999,87	36,12%
Косметика - средства для волос - крема - моющие средства	471 539,42 114 942,37 194 044,78 162 552,27	44,47% 10,84% 18,30% 15,33%
Мед	41 671,91	3,93%
Сиропы	31 068,37	2,93%
Ягода Годжи+экстракт ягоды Годжи	133 074,43	12,55%

Наибольшую долю (44,47%) в объеме производства занимают косметические средства. Это объяснимо большим количеством товаров, включаемых в данную группу товаров. Причем, среди косметических средства можно выделить крема различного действия, как товары с наибольшим объемом производства.

Вторым основным товаром, занимающим долю 36,12% в общем объеме, являются лечебные безалкогольные бальзамы. Так, на косметические средства и бальзамы приходится 80,59% общего объема производства. Поэтому, можно сделать вывод, что эти товары являются основными и наиболее существенными для анализа.

Мед и сиропы производятся и реализуются в очень небольших количествах, можно сказать, даже штучными партиями. Это может быть связано с наличием большого количества крупных конкурентов по производству данного товара, которые могут предложить более выгодную цену и условия поставки. ООО «НПО «Алтайский Дар» не ставит перед собой задачи в продвижении данной продукции, а удовлетворяет лишь отдельные запросы по данному направлению.

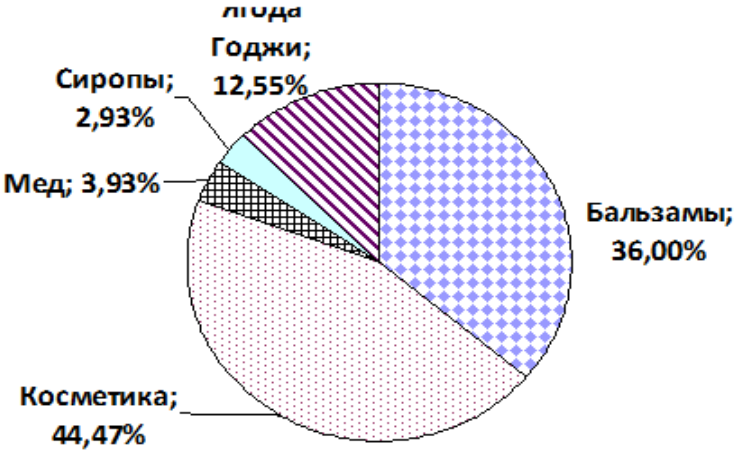


Рисунок 1 – Структура производства продукции
ООО «НПО «Алтайский Дар»

Ягода Годжи является очень ценным и пользующимся спросом ресурсом, в связи с чем, занимает внушительную долю производства – 12,55%.

Таблица 2 – Основные характеристики продукции предприятия

Продукция	Параметры, определяющие конкурентоспособность	Стадия жизненного цикла		Объемы продаж, руб.		
		Товара	Спроса	2012 г.	2013 г.	2014 г.
Бальзамы	- Использование натурального экологически чистого сырья; - Приемлемые цены; - Большой ассортимент косметических средств; - Высокое качество.	Рост	Ускорение роста	1 603 255	1801225	2925347
Косметика		Рост	Ускорение роста	2 148 621	3774332	3252427
Мед		Зрелость	Замедление роста	525 052	707542	707444
Сиропы		Зрелость	Замедление роста	386 221	574580	658621
Ягода Годжи		Рост	Ускорение роста	509 535	690985	1302587
Итого, руб.				5147632	7548664	6846426

Как видно из таблицы 3 объемов продаж, предприятие ООО «НПО «Алтайский Дар» не является крупным и лидирующим поставщиком натуральной косметики и фитопродукции. Но тенденции продаж в целом и по видам продукции отражают общую ситуацию на рынке. Так, наблюдается значительное снижение объемов продаж в 2014 году, в связи с кризисными явлениями в стране. Но, продажи такой продукции как бальзамы, косметика и ягоды Годжи, возрастают.

Спрос на натуральную косметику и её продажи растут быстрее, чем сам рынок в целом. Внедрение инноваций, смена потребительских приоритетов (большая склонность ко всему естественному и экологичному), вместе с растущей покупательной способностью людей и вызывают такой стремительный рост.

В связи с ухудшением экологической обстановки в городах, пропагандой здорового образа жизни, последние годы наблюдается популяризация натуральной продукции, и, в частности, лечебных и косметических средств на основе натурального природного сырья. Таким образом, на стадии роста находятся такие товары как бальзамы, натуральная косметика и, набирающая популярность, ягода Годжи.

Такие продукты как мед и сиропы по-прежнему пользуются спросом, но его величина изменяется несущественно, можно сказать, что эти продукты уже длительное время находятся на стадии зрелости, спрос стабилен, но резко уже не возрастает, и где-то, даже снижается.

Таким образом, ниша натуральной косметики и фитопродукции на сегодня является более чем актуальной, отрасль активно развивается и имеет хорошие перспективы. Но, компания имеет проблемы со сбытом, так как маркетинговая деятельность почти не проводится, торговая марка не является известной и «на слуху» у потребителя, в результате чего многие виды хороших и качественных товаров продается в единичном объеме.

Продукция компании имеет высокий уровень конкурентоспособности, но сбыт продукции затруднен. Основное внимание следует уделять продвижению наиболее популярной продукции: бальзамы и косметические средства, а также, искать новые рынки сбыта для продукции, которая в настоящий момент реализуется очень мало: мед и сиропы.

Список использованных источников

1. Грачев, А. В. Финансовая устойчивость предприятия: анализ, оценка и управление / А. В. Грачёв. – М.: Дело и Сервис, 2013. – 598 с.

2. Официальный сайт ООО «НПО «Алтайский Дар» [Электронный ресурс]. – Электрон.текст. дан. – Режим доступа: http://altbal.ru – Заглавие с экрана.

3. Фирсов, Ю. Финансовый анализ и инвестиционный анализ предприятия / Ю. Фирсов // РИСК: ресурсы, информация, снабжение, конкуренция. – 2012. – №1. – С. 35-40.

Дунь Ян Ян, магистр менеджмента
Харбин, КНР

ПРОБЛЕМЫ РАЗВИТИЯ ПРОВИНЦИИ ХЭЙЛУНЦЗЯН

Китай является крупнейшим в мире производителем абсолютного большинства видов промышленной продукции — кокса, чугуна, стали и стальных труб, алюминия, цинка, олова, никеля, телевизоров, радиоприемников и мобильных телефонов, стиральных и швейных машин, велосипедов и мотоциклов, часов и фотоаппаратов, удобрений, хлопчатобумажных и шелковых тканей, цемента, обуви, мяса, пшеницы, риса, сорго, картофеля, хлопка, яблок, табака, овощей, шелковичных коконов; имеет крупнейшие в мире поголовья птицы, свиней, овец, коз, лошадей и яков, а также лидирует по вылову рыбы. Кроме того, КНР является крупнейшим мировым автопроизводителем, ежегодно выпускающим автомобилей (более 18 млн. с 2010 г.) больше, чем бывшие лидеры США и Япония вместе взятые.

При высоких темпах экономического роста (14,2% в 1992 г., 7,8% в 1998 г.) она имеет экстенсивный характер. В 1995, опасаясь перегрева экономики, руководство приняло решение о сдерживании роста в пределах 8-9 %. Интенсификация производства приносит и побочные результаты: уровень скрытой безработицы в сельской местности примерно вдвое превышает официальные показатели (4,6%). Китай негласно поощряет эмиграцию. Уровень бедности 128 000 000 чел.

Чтобы способствовать структурным изменениям, Китай развивает собственную систему образования, обучение студентов за рубежом (особенно в США и Японии) поощряет импорт технологий, позволяющих развивать такие прогрессивные секторы экономики как производство программного обеспечения, новых материалов, телекоммуникационную индустрию, биотехнологии, здравоохранение. В КНР свыше 384 млн. пользователей .интернета, страна также лидирует в мире по числу пользователей мобильной телефонной связи. В районе Хайдянь, севернее Пекина, создана китайская «Силиконовая долина», а в ряде крупные городов – также современные национальные индустрально-технологические парки.

Провинция Хэйлунцзян, сокращенное название: Хэй. Столица: Харбин. Площадь провинции составляет более 460 000 кв. км. Население: 37.32 млн. человек. Расположена на северо-востоке Китая. Из 4300-километровой границы с Россией, 3038 км проходится на провинцию Хэйлунцзян.

Провинция Хэйлунцзян расположена в северо-восточной части Китая и в прошлом являлась частью территории, принадлежавшей к исторической области Маньчжурия. В наши дни провинция входит географический район страны, который называется Дунбэй.

В 1988 году была создана Харбинская зона высокотехнологичного развития, имеющая площадь 34 квадратных километра. В 1992 году такая зона площадью 208 квадратных километров появилась в Дацине.

В пограничных городах Хэйхэ и Суйфэньхэ организованы зоны пограничного экономического сотрудничества.

Хэйлунцзян является самой высокоширотной провинцией республики. Провинция находится в бассейне Амура и граничит по этой реке (а также по реке Уссури) с Россией, а точнее с Амурской областью, Забайкальским краем, ЕАО и Приморским краем. На юге Хэйлунцзян соседствует с провинцией Цзилинь, а на западе – с китайским Автономным районом Внутренняя Монголия. Провинция занимает площадь в четыреста пятьдесят четыре тысячи квадратных километров, что составляет почти пять процентов от общей территории Китая.

Провинция известна своими туристическими ресурсами далеко за пределами Китая. Наиболее привлекательными для туристов уже давно стали лед и снег Хэйлунцзяна. В этих землях оборудовано более ста крупных спортивных баз, на территории которых можно кататься более ста двадцати дней в году. Снежный покров достигает здесь от одного до трех метров, а его качество близко к идеальному на протяжении нескольких месяцев. Также на территории Хэйлунцзяна в течение последних десяти лет очень быстрыми темпами начал успешно развиваться экологический туризм. В первую очередь это связано с красивыми горными пейзажами, большим количеством живописных рек и озер, лугов, лесов и заповедных зон. Помимо величественных исторических памятников, к примеру, отлично сохранившегося дворца Хуэй Нин династии Цзинь или развалин дворца Лунцюань, Хэйлунцзян привлекает туристов со всего мира, и особенно с приграничных районов Российской федерации, богатое многообразие культурного наследия и народного фольклора местных национальных меньшинств.

Провинция Хэйлунцзян расположена в северо-восточной части Китая. Она богата запасами полезных ископаемых. По данным на 2001 год в

провинции обрабатывалось 9.17 млн. га земли. Здесь проходит один из крупнейших черноземных поясов в мире. Площадь лесных посадок составляет 19.2 млн. га, то есть 42.9% площади провинции. За 50 лет развития Хэйлунцзян стала важнейшей производственной базой электроэнергии, сырья и оборудования для тяжелой промышленности. Основные индустрии: машиностроение, нефтехимия, электроэнергетика, угледобыча, стройматериалы, легкая промышленность, пищевая и текстильная промышленность. Пограничное положение обуславливает развитие торговли и экономического, научного и технологического сотрудничеств с Россией.

Климатические условия позволяют развивать зимний туризм в Китае. Этот горный регион, где за год выпадает 100-300 см снега, идеально подходит для горнолыжных курортов. Лесные ресурсы являются также важнейшей статьей в программе развития туризма в провинции. За последнее время здесь было создано 17 национальных парков и 32 заповедника, Провинция обладает богатейшими водными ресурсами на севере страны. Основные реки - Амур, Сунгари, Уссури и Нэньцзян, а также озера - Цзинбо и Ханка. Реки Уссури и Амур, а также озеро Ханка находятся на границе с Россией. Хэйлунцзян находится между 43-й и 53-й параллелями северной широты: 4 месяца в году земля покрыта снегом. Здесь огромную площадь занимают заболоченные территории.

Харбин - это столица провинции Хэйлунцзян и крупнейший город на северо-востоке страны. Он сохранил черты двух культур - Востока и Запада. Город расположен на берегу реки Сунгари. Летом здесь жарко, а зимой Харбин превращается в ледяную сказочную страну. Именно отсюда берет начало история династии Цзинь (1115-1234). А после строительства Китайско-Восточной железной дороги в 1898 году город стал развиваться стремительными темпами. В начале 20-го века он стал важнейшим центром торговли на северо-востоке Азии. На площади в 53,775 кв. км проживает 9.27 млн. человек. В городе развиты следующие сферы индустрии: автомобилестроение, пищевая промышленность, медицина, механическое и электрическое оборудование. Он расположен в долине реки Сунгари (протяженность 1840 км), где находится 13.3 млн. га пашни. Это крупнейший поставщик зерна в Китае. Это также важнейший транспортный узел: здесь пресекаются 5 железнодорожных путей и 7 крупнейших автомагистралей. Ежегодно зимой проводится Ледовый фестиваль. В 1998 году Харбину был присужден титул одного из лучших туристических городов Китая. Здесь находится 24 вуза и более 400 исследовательских институтов.

В 30-е годы 20-го века Харбин стал важнейшим финансовым и торговым центром в северо-восточной Азии. В настоящее время в горо-

де представлены консульства 16 стран, также здесь проживает 200 000 эмигрантов со всего мира. Сильное влияние на архитектуру города оказал Запад, так что здесь можно встретить здания в готическом и византийском стилях.

Каждый год 5 января в Харбине проводится Ледовый фестиваль, который привлекает множество туристов со всего мира.

В Харбине находится Башня Дракона - это высочайшая металлическая башня в Азии. Она стала иконой развития инфраструктуры и обслуживания в Китае. Строительство 336-метровой башни началось в 1998 году, а в октябре 2002 года башня была открыта для публики. Здесь находится ТВ-центр и метеорологическая станция, а также всевозможные развлечения для туристов.

Горнолыжный курорт Ябули – крупнейший курорт в Азии. Длина дорожек составляет 70 км. В курортной зоне находятся гостиницы и виллы, центры по аренде и продаже лыжного оборудования, магазины сувениров и рестораны.

Развитие туризма является одним из приоритетов провинции Хэйлунцзян. И хотя горнолыжные курорты в Азии не имеют столь богатой истории как в Европе и Америке. Но сейчас популярность зимних видов спорта растет, что обуславливает создание курортов в Китае, Корее и Японии.

Горнолыжный курорт на горе Драконов-близнецов «Лунчжу» расположен в 50 минутах езды от Харбина. Он был введен в эксплуатацию в 1999 году. Его площадь 780 000 кв. м. Здесь находится 2 склона для начинающих и 8 для продвинутых лыжников. Также он оборудован 3 подъемниками. В строительство курорта было вложено 15,72 млн. долларов. В Хэйлунцязне находится 30 из 200 горнолыжных курортов Китая.

Кроме того, в Хэйлунцзяне планируется расширить крупнейший в мире заповедник уссурийского тигра. Его территория практически удвоится с 400 000 кв. м. до 1 млн. кв. м. На базе заповедника планируется увеличить число особей тигра к 2016 году до 1000. Проект оценивается в 3,61 млн. долларов. Он является частью 50-летнего плана защиты живой природы и природных ресурсов, принятого в 2000 году. Не для кого ни секрет, что уссурийский тигр находится на грани вымирания. Если в середине 20-го века в мире насчитывалось 100 000 - 200 000 особей, то в настоящее время не более 6 000 - 7 000. И искусственное размножение является основным способом увеличения числа тигров. В 1986 году, когда заповедник был создан, здесь находилось всего 8 тигров, а сейчас уже 270.

Вопрос о необходимости подъема старопромышленных регионов фактически был поставлен уже в 1999 г., когда была выдвинута Про-

грамма освоения западных регионов страны, но в полный голос эта задача прозвучала на XVI съезде партии в 2002 г. Поскольку формирование экономики Северо-Восточного Китая пришлось на 50-е годы прошлого века, в Китае этот регион относят к категории «старых промышленных районов», и решение съезда затронуло его в первую очередь.

Расчеты, произведенные недавно Мировым банком, показывают, что по производительности труда северо-восточные провинции в 1978 г. опережали восточные на 67%, с 1995 г. восточные регионы вырвались вперед и в 2001 г. по этому показателю опередили северо-восточные на 10%. Одной из главных причин отставания по темпам экономического роста является изначально высокая доля государственного сектора в экономике и медленное реформирование отношений собственности. В 1978 г. доля госсектора в промышленности составляла в Хэйлунцзяне — 83%. Доля госсектора в кап. вложениях была 98%. И сейчас этот район остается главным бастионом государственной собственности в стране. В годы реформы развитие провинции в числе прочих причин сдерживалось нехваткой инвестиций, недостаточно высокими темпами нового строительства. В приморских районах тенденция была прямо противоположной. В конце мая - начале июня 2003 г. премьер Вэнь Цзябао отметил пять основных направлений новой кампании по подъему старопромышленных баз: обеспечение более гармоничного регионального развития, стимулирование экономического развития страны, улучшением региональной структуры экономики, повышение конкурентоспособности китайском экономики, содействие укреплению социальной стабильности.

В августе 2003 г. китайское правительство взяло курс на стратегию возрождение экономики Северо-Восточного Китая, призванную превратить Северо-Восточный Китай - четвертый быстроразвивающийся регион страны вслед за районом в дельте рек Чжуцзян - Янцзы и районом Пекин-Тяньцзинь-Таншань.

Экономическому развитию Северо-Востока благоприятствует не только наличие определенной промышленной и сельскохозяйственной базы, но и хорошие природные условия. Важно и то, что этот район относился и относится к числу высоко урбанизированных регионов Китая. Однако в последние 20 лет темпы урбанизации в районе замедлилась. Среднегодовое повышение степени урбанизации на Северо-Востоке составило лишь 0,61%, в то время как в юго-восточном побережном районе – 1,5-2,5% .

Существует неплохая база для развития сферы обслуживания. По развитию сферы образования все три провинции Дунбэя, в числе которых и провинция Хэйлунцзян, и прежде отличались в лучшую сторону

и сейчас обгоняют другие регионы (уровень образования – 8,25-8,36 лет, в то время как в Гуандуне – 8,04 года, в Чжэцзяне – 7,02 года). В то же время сами китайские исследователи признают, что по рыночному менталитету, по предпринимательскому настрою дунбэйские провинции явно отстают от восточных.

Экономическое развитие северо-восточных провинций сопряжено со значительными изменениями общей стратегии. Очень сложно переломить уже сложившуюся тенденцию развития (инерцию выбранного пути). Требуется переход к новой стадии индустриализации, реструктуризации экономики, более высокой степени переработки исходного сырья. Возрождение старопромышленных баз требует решения следующих наиболее важных задач.

Реформа государственных предприятий и развитие смешанных форм собственности. К концу 2002 г. в трех провинциях Северо-Восточного Китая насчитывалось более 400 крупных и средних госпредприятий. Их общее количество составляет менее 10% общего числа государственных и государственно-холдинговых предприятий трех провинций, однако по объему активов (609,6 млрд. юаней) их доля значительно выше – 46%. Предстоит большая работа по реформированию госпредприятий. Устранение недостатков, присущих госсектору (нормализация хозяйствования, финансовое оздоровление госпредприятий, решение вопросов социального обеспечения, освобождение предприятий от несвойственных им функций социального обслуживания), развертывание их преимуществ и их акционирование – это главный путь возрождения Дунбэя. «Ключом» к разрешению проблемы государственного сектора считается создание крупных корпораций, слияние предприятий, повышение их конкурентоспособности. Намечено также активно развивать негосударственные секторы экономики.

Для подъема старых промышленных баз важную роль может сыграть усовершенствование системы социалистической рыночной экономики, становление рыночной инфраструктуры – создание банков, бирж, фондовых компаний, развитие сферы консультативно-информационных услуг.

Жанабаева А.С., магистр менеджмента
Республика Казахстан,
Восточно-Казахстанский государственный
технический университет им. Д. Серикбаева

ОСНОВНЫЕ ПРИЧИНЫ И ОСОБЕННОСТИ РЕАЛИЗАЦИИ СТРАТЕГИИ ДИВЕРСИФИКАЦИИ НА ПРЕДПРИЯТИИ

В условиях конкуренции любая компания стремится упрочить свое положение на рынке и пытается своевременно реагировать на изменение конъюнктуры. При помощи стратегии диверсификации специализированные фирмы превращаются в многоотраслевые комплексы-конгломераты, составные части которых не имеют между собой функциональных связей.

С экономической точки зрения, диверсификация – это развитие производства или прирост его объемов за счет выпуска дополнительной продукции на новые рынки и поиска более сильной позиции на них.

Во-первых, этот процесс касается перехода на новые технологии, рынки и отрасли, к которым ранее предприятие не имело никакого отношения, кроме того, сама продукция (услуги) предприятия должна быть также совершенно новой, требующей новых финансовых инвестиций. Во-вторых, диверсификация связана с разнообразием применения продуктов, выпускаемых компанией, и делает эффективность ее функционирования независимой от жизненного цикла отдельного продукта, решая при этом не столько задачи выживания компании, сколько обеспечения ее устойчивого поступательного роста. Причем если продукты компании имеют узкое применение, то она не является специализированной, если они находят разнообразное применение, то это диверсифицированная компания.

Рассмотрим теперь подробнее вопрос о причинах, побуждающих предприятие диверсифицировать свое производство. Необходимость диверсификации может быть выявлена в результате сравнения желаемого и возможного уровней производительности и того уровня, который был достигнут в результате деятельности предприятия. Для менее успешно работающих предприятий – компаний, которые не планируют (или не могут спланировать) свои действия в будущем, первым признаком такого разрыва показателей производительности являются сокращение портфеля заказов либо незанятые в производстве мощности.

Среди основных причин диверсификации, очевидно, можно назвать следующие:

- выживаемость – меры по противодействию неблагоприятному рыночному, производственному или материальному воздействию;
- стабильность – задействование производственного баланса в циклическом производстве;
- производственная утилизация ресурсов;
- адаптация к изменению потребностей покупателя;
- рост.

Движущими мотивами диверсификации производства выступают три рассмотренных фактора: цели высшего руководства предприятия, динамика деловой внешней среды и ресурсные возможности предприятия (фирмы). Данные факторы определяют три критерия диверсификации – критерий привлекательности, критерий «затраты на вхождение» и критерий дополнительных выгод.

Часто компании игнорируют критерий привлекательности из-за слишком высокого барьера входа. Пока наилучшее соответствие структуры не обеспечит конкурентного преимущества, диверсификация не приведет к высоким прибылям. Так, нефтяные компании пытались внедрить диверсификацию, связанную с покупкой химических предприятий, однако недостатки структуры в химической отрасли превзошли преимущества от вертикальной интеграции и удачных технологических решений.

Критерий «затраты на вхождение» означает, что затраты на вхождение в новую отрасль не должны быть такими высокими, чтобы «обескровить» предприятие, подорвать его ликвидность и поставить под сомнение устойчивость потенциала предприятия.

Критерий дополнительных выгод означает, что вхождение в новую сферу бизнеса обеспечивает увеличение стабильности функционирования предприятия, т. е. увеличивает его приспосабливаемость к изменениям внешней деловой окружающей среды. Это означает, что новый вид деятельности должен обеспечить определенный потенциал для поддержания конкурентного преимущества в текущих сферах бизнеса предприятия.

При рассмотрении проблемы диверсификации следует выделить два вида диверсификации:

- косвенная, при которой общие факторы ограничены финансами и управлением коммерческими предприятиями. Ситуация характерна для инвестиционных компаний и промышленных холдинговых групп;
- прямая, когда существуют дополнительные общие факторы, такие как технологическое ноу-хау, маркетинговые или экспертные услуги.

На основе такого деления можно выделить три процесса (мотива) диверсификации.

- замена – этот процесс используется для имеющейся комбинации продукт–рынок, которая утратила свою жизнеспособность в силу либо «морального» износа, либо жесткой конкуренции.

- дополнение – данный процесс целесообразно применять для существующей комбинации продукт–рынок, которая достигла стадии зрелости и насыщения, когда рост потенциала не оправдывает применения допустимых средств и ресурсов.

- страхование – этот процесс может использоваться для преодоления условий спада либо возможного перенасыщения рынка. Он осуществляется преимущественно путем распределения инвестиций и величины риска на все сферы производства.

На диверсифицированных предприятиях стратегии формируются на четырёх отдельных организационных уровнях. Первый уровень – корпоративный – присутствует в компаниях, действующих в нескольких сферах бизнеса. Здесь принимаются решения о закупках, продажах, ликвидациях, перепрофилировании тех или иных сфер бизнеса, рассчитываются стратегические соответствия между отдельными сферами бизнеса, разрабатываются планы диверсификации, осуществляется глобальное управление финансовыми ресурсами. Корпоративная стратегия создаётся руководителями высшего звена. Они несут главную ответственность за анализ сообщений и рекомендаций, поступающих от руководителей низших звеньев управления. Руководители ключевых производств также могут участвовать в разработке стратегии, если ее отдельные направления имеют отношение к возглавляемому ими производству.

Второй уровень – сферы бизнеса – уровень первых руководителей, не диверсифицированных организаций, или совершенно независимых, отвечающих за разработку и реализацию стратегии сферы бизнеса. На этом уровне разрабатывается и реализуется стратегия, базирующаяся на корпоративном стратегическом плане, основной целью которой является повышение конкурентоспособности организации и ее конкурентного потенциала.

Деловая стратегия (бизнес-стратегия) обозначает план управления отдельной сферой деятельности предприятия и включает ряд подходов и направлений, разрабатываемых руководством с целью достижения наилучших показателей работы в конкретной сфере деятельности. Для отдельного предприятия, занимающегося одним видом бизнеса, корпоративная и деловая стратегии совпадают; различие между этими стратегиями существует только на диверсифицированном предприятии. Направления деловой стратегии:

- реагирование на изменения, происходящие в данной отрасли, в экономике в целом, в политике и других значимых сферах;

- разработка конкурентоспособных мер и действий, рыночных подходов, которые могут дать прочное преимущество перед конкурентами;

- объединение стратегических инициатив функциональных отделов;

- решение конкретных стратегических проблем, актуальных в данный момент.

Третий – функциональный – уровень руководителей функциональных сфер: финансов, маркетинга, НИОКР, производства, управления персоналом и т.д. Функциональная стратегия – управленческий план действий отдельного подразделения или ключевого функционального направления внутри определённой сферы бизнеса. Функциональная стратегия, хотя и является более узкой по сравнению с деловой стратегией, конкретизирует отдельные детали в общем плане развития предприятия за счет определения подходов, необходимых действий и практических шагов по обеспечению управления отдельными подразделениями или функциями бизнеса.

Четвёртый – линейный – уровень руководителей подразделений организации или ее географически удаленных частей, например, представительств, филиалов. Операционная стратегия представляет собой план управления ключевыми организационными звеньями. Она предусматривает выполнение стратегически важных оперативных задач, таких, как: закупка сырья, транспортировка, проведение рекламных мероприятий. Ответственность за разработку операционных стратегий лежит на руководителях среднего и низового звена.

Рассмотрим области применения стратегии диверсификации.

Стратегии диверсификации являются одной из наиболее распространённых стратегий развития бизнеса. Эти стратегии реализуются в том случае, когда фирма дальше не может развиваться на данном рынке с данным продуктом в рамках данной отрасли. Сформулированы основные факторы, обуславливающие выбор стратегии диверсифицированного роста:

- рынки для осуществляемого бизнеса оказываются в состоянии насыщения либо же сокращения спроса на продукт вследствие того, что продукт находится на стадии умирания;

- текущий бизнес даёт превышающее потребности поступление денег, которые могут быть прибыльно вложены в другие сферы бизнеса;

- новый бизнес может вызвать синергический эффект, например, за счёт лучшего использования оборудования, комплектующих изделий, сырья и т.п.;
- антимонопольное регулирование не разрешает дальнейшего расширения бизнеса в рамках данной отрасли;
- могут быть сокращены потери от налогов;
- может быть облегчён выход на мировые рынки;

могут быть привлечены новые квалифицированные служащие либо же лучше использован потенциал имеющихся менеджеров.

Преимущества диверсифицированного предприятия заключаются так же в возможности объединения усилий для достижения единых целей. Успешный результат такого объединения обуславливается действием синергетического эффекта, т.е. когда целое представляет собой нечто большее, нежели сумму частей. Так некоторые крупные корпорации повышают прибыльность своих вновь приобретенных компаний путем совершенствования на них систем руководства и финансового контроля, а также путем реорганизации этих компаний на специализированные по видам деятельности подразделения. В этом случае положительный результат дает совместное использование ресурсов и опыта. Наибольшее значение синергетический эффект имеет место в случае если подразделения находятся в родственных отраслях. Как правило, начальные этапы деятельности компании связаны с ее концентрацией на одной отрасли. Обзор западной практики показывает, что многие из наиболее удачливых компаний достигли высокого уровня благосостояния, используя стратегию концентрации, т.е. не выходя за рамки моноотраслевой деятельности. В то же время следует отметить, что среди компаний, использующих эту стратегию, наблюдается наибольшее число банкротств. Это связано с тем, что такая стратегия несет большой уровень риска. Стратегия отраслевой концентрации может быть использована лишь на ранних стадиях жизненного цикла отрасли, т.к. при благоприятных обстоятельствах она может обеспечить наиболее высокие темпы производственного развития или прироста капитала. На последующих стадиях жизненного цикла компании по мере удовлетворения потребности в продукции основного контингента потребителей ей на смену должна прийти стратегия отраслевой диверсификации производственной деятельности.

Зайченко Т.С., магистр менеджмента
Тузовская С.А., к.х.н., доцент
Алтайский государственный технический университет
им. И.И. Ползунова

СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ КОММУНИКАЦИОННОГО ПРОЦЕССА ОРГАНИЗАЦИИ ВРЕМЕННОЙ ЗАНЯТОСТИ СТУДЕНТОВ

В соответствии с Концепцией долгосрочного социально-экономического развития Российской Федерации на период до 2020 года, утвержденной распоряжением Правительства Российской Федерации от 17 ноября 2008 г. №1662-р, одним из приоритетных направлений реализации государственной молодежной политики являются развитие моделей и форм вовлечения молодежи в трудовую и экономическую деятельность, направленную на решение вопросов самообеспечения молодежи. Эффективным механизмом в решении поставленной задачи является организация временной занятости обучающихся в образовательных учреждениях профессионального образования путем формирования студенческих отрядов.

В 2014 году студенческие отряды России отметили свой 55-летний юбилей. Свыше 13 миллионов юношей и девушек – представителей студенческой молодежи являлись бойцами студенческих отрядов за годы существования движения. Студенты трудились во всех сферах народного хозяйства, на территории всех областей, краев и республик Советского Союза и продолжают это делать и в настоящее время. За все это время были выработаны четкие правила организации и деятельности студенческих отрядов, нормативы, были законодательно закреплены льготы и преимущества для участников движения. Накопленный опыт дал основания для создания организации – объединяющей и концентрирующей усилия по организации деятельности студенческих отрядов.

Молодёжная общероссийская общественная организация «Российские Студенческие Отряды» сегодня – это крупнейшая молодежная добровольная самоуправляемая общественная организация, основанная на членстве из 72 субъектов Российской Федерации. Членом организации может быть только гражданин Российской Федерации, признающий программные документы и Устав, достигший 14-летнего возраста.

Движение студенческих отрядов Алтайского края начинает свой отсчет с 1964 года. Сегодня, функции управления деятельностью студенческими отрядами распределены между двумя организациями: краевым государственным бюджетным учреждением «Алтайский краевой

штаб студенческих отрядов» и Алтайским региональным отделением молодежной общероссийской общественной организации «Российские Студенческие Отряды», которая была создана путем преобразования из движения в 2010 году.

Структура управления деятельностью студенческих отрядов представлена на рисунке 1.

Рисунок 1 – Структура управления деятельностью студенческих отрядов

Благодаря данной структуре управления, взаимодействию органов государственной власти студенческие отряды Алтайского края являются эффективным инструментом молодежной политики Алтайского края и самым крупным молодежным движением, решающим задачи развития региональной экономики, социальной политики субъекта РФ. В 2016 году было сформировано 87 студенческих отрядов в 7 образовательных организациях Алтайского края.

На рисунке 2 представлена действующая модель коммуникации деятельности студенческих отрядов края.

Рисунок 2 – Модель коммуникаций субъектов деятельности студенческих отрядов

Студент или группа студентов имеют возможность вступить в организацию, заняться поиском объекта для трудоустройства через несколько взаимосвязанных структур:

а) штаб студенческих отрядов образовательной организации посредством определённых связей в образовательной организации находит потенциального работодателя;

б) напрямую через структуры образовательной организации (деканаты, отдел практик и трудоустройства)

в) напрямую через Алтайское региональное отделение МООО «Российские Студенческие Отряды».

Следовательно, единого центра для сбора и хранения полной информации как для организаций-работодателей относительно профилей специальностей студенческой молодежи, так и для студенческой молодежи относительно мест для трудоустройства в настоящий момент не существует.

Основными преимуществами в развитии и популяризации деятельности студенческих отрядов являются:

- льготы по налогообложению для работодателей согласно закона N 428-ФЗ "О внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации в части развития движения студенческих отрядов" в Приложении Г, в котором уточнены основания, необходимые для освобождения от уплаты работодателем страховых взносов в Пенсионный фонд Российской Федерации по выплатам за деятельность, осуществляемую в студенческом отряде. Установлено, что такая деятельность должна осуществляться в студенческом отряде, который включен в федеральный или региональный реестр молодежных и детских объединений, пользующихся государственной поддержкой;

- на весь период деятельности студенческого отряда на месте дислокации и работы в трудовом коллективе отряда вводится «сухой закон»;

- мобильность, ответственный подход к делу, выполнение вверенных объемов работ в короткие сроки;

- приобретение навыков выполнения различных видов работ (в соответствии с направлением деятельности) – получение практического опыта с использованием теоретической базы подготовки образовательной программы по специальности (направлению);

- развитие трудовой и общественной активности, самостоятельности, организационных и деловых качеств, повышение творческой инициативы. В рамках работы в студенческом отряде ускоряется процесс социализации молодых людей, происходит адаптация к современным условиям производственных отношений;

- получение заработной платы. В Алтайском крае заработная плата бойца студенческого отряда варьируется от 25 000 до 100 000 (за два летних месяца – июль и август). Средняя заработная плата бойца студенческого отряда проводников – 60 000 рублей. Среди студенческой молодежи такой уровень заработка считается высоким;

- при трудоустройстве бойцов студенческих отрядов устанавливаются долгосрочные партнерские отношения с организациями – работодателями, которые в последующем нацелены на реализацию совместных программ и мероприятий;

- 100% выполнение плана по определению студента для прохождения летней производственной практики. Что в ближайшем будущем послужит основанием для его трудоустройства после окончания образовательной организации;

- помимо решения производственных задач бойцы студенческих отрядов в свободное от работы время занимаются организаций социально-значимых мероприятий: субботников, посильной помощи ветеранам Великой отечественной войны, труженикам тыла, детям войны, инвалидам. Занимаясь подготовкой и проведением творческих вечеров, концертов, спортивных мероприятий они вовлекают в эту деятельность местное население, в особенности молодежь, подавая пример, на который необходимо равняться.

Основными слабыми сторонами студенческих отрядов являются:

- незнание потенциального работодателя о преимуществах найма бойцов студенческих отрядов. Сложившийся стереотип «гораздо удобнее, быстрее, без обязательств по трудовому договору нанять рабочую бригаду, нежели студентов, толком не знающих всей специфики работы, за которыми необходимо нести ответственность» не всегда легко перебороть информационной компанией, установками руководителей аппарата администрации Алтайского края. В данных рамках кризисной экономической ситуации, когда многие организации подвержены разорению, механизм продвижения услуг студенческих отрядов теряет актуальность;

- высокая текучесть бойцов студенческих отрядов в связи с переходом на двух уровневую систему образования (бакалавриат/магистратура);

- низкий процент создания, организации деятельности и продвижения специализированных и профильных студенческих отрядов на базе образовательных организаций Алтайского края;

- «Застойность» мышления в организации и продвижении услуг студенческих отрядов различных направлений. Несмотря на высокие достигнутые результаты студенческих отрядов Алтайского края на фоне

других регионов России по совокупности производственной и культурно-творческой деятельности, традиционное формирование студенческого отряда с заложением уже устоявшихся традиций, определением атрибутики, выполнении ряда мероприятий каждым кандидатом в бойцы является трудностью для рядового студента. Поэтому в движение попадают самые «творческие, выносливые, работоспособные, спортивные счастливчики».

Перечисленные слабые стороны препятствуют организации и продвижению услуг студенческих отрядов. При нынешнем разнообразии форм и методов формирования студенческих отрядов на базе образовательных организаций, назрела необходимость совершенствования организационных и стратегических механизмов деятельности, повышение уровня подготовки студенческих отрядов и качества выполняемых ими работ. Возникшая необходимость создания системы профессиональной ориентации студенческой молодежи, будет способствовать комфортному переходу молодежи от студенческой скамьи к своему первому рабочему месту, более уверенной адаптации молодых людей, а также решению вышеуказанных проблем. Привлечение молодежи Алтайского края к деятельности в студенческих отрядах на данный момент является одним из механизмов обеспечения ее занятости и повышения конкурентоспособности на современном рынке труда.

На многих предприятиях наблюдается острая нехватка квалифицированных рабочих кадров, а работа молодежи в студенческих отрядах позволяет приобрести дополнительные профессиональные навыки и специальности, в том числе и по востребованным рабочим профессиям с выгодой для организации – работодателя. Устраивая на работу бойца студенческого отряда руководитель организации не только пополняет кадровый резерв, но и оптимизирует налоговую базу.

Это будет достигнуто посредством разработки инновационной стратегии, отражающей взаимодействие четырех сторон: «Работодатель», «Студент», «Образовательная организация», «Региональное отделение МООО «Российские Студенческие Отряды»», заключенное в единой коммуникационной модели, результатом реализации которой станет развитие и продвижение студенческих профильных отрядов.

Рисунок 3 – Коммуникационная модель субъектов организации деятельности студенческих отрядов

Согласно вышеприведенной модели для образовательной организации развитие студенческих отрядов будет способствовать решению следующих проблем:

- поиска объектов для прохождения производственных профильных практик;
- повышение процента трудоустройства после окончания образовательной организации;
- применение теоретических знаний, полученных в образовательной организации, на практике производства;
- заключение долгосрочного партнерства с организациями – работодателями и другими взаимодействующими структурами;
- мотивация подрастающего поколения для вступления в образовательные организации Алтайского края.

Главным фактором, способствующим организации деятельности студенческих отрядов, а также продвижению их услуг станет создание информационного портала – банка информации на сайте Алтайского регионального отделения МООО «Российские Студенческие Отряды». Создание банка информации будет способствовать приведению в единую систему процесса организации деятельности, а также трудоустройства студенческой молодежи. Удобство сбора и хранения информации в одном месте будет положительно влиять на имиджевую составляющую образовательных организаций, студенческих отрядов и потенциальных работодателей в целом.

Модель продвижения услуг студенческих отрядов Алтайского края способствует более эффективному продвижению услуг посредством Интернет-рекламы, виртуального общения, что в настоящее время является максимально удобным средством как для студенческой молодежи, таки и для различных организаций. Дополнительно, в функционал банка информации планируется включение следующих позиций:

а) Каждый член МООО «Российские Студенческие Отряды» может в дополнении зарегистрироваться на сайте, иметь личный кабинет, где будет доступна информация о предстоящих мероприятиях студенческих отрядов и условиях участия в них. Кроме этого студент будет получать уведомления о сроках и условиях продления членского билета.

б) В соответствии с принадлежностью к образовательной организации у каждого зарегистрированного пользователя будет открыт доступ к плану мероприятий штаба студенческих отрядов образовательной организации, условиях участия в них, необходимые контактные данные.

Реализация коммуникационной модели будет способствовать развитию профильности студенческих отрядов. Для этого необходимо:

1) сформировать нормативно-правовую базу, направленную на создание и продвижение услуг студенческих отрядов;

2) Развить и укрепить инфраструктуру поддержки и продвижения услуг студенческих отрядов Алтайского края;

3) Совершенствовать взаимодействие между различными субъектами правоотношений в области продвижения услуг студенческих отрядов;

4) Создать систему мотивации, поддержки развития и поощрения потенциальных участников студенческих отрядов.

Профильные студенческие отряды ориентированы на:

- обеспечение притока кадров в отрасли экономики, испытывающие кадровый дефицит;
- поднятие престижа специальностей того или иного профиля деятельности;
- обеспечение профильной производственной практики для студентов;
- обеспечение условий для построения студентами успешной карьерной траектории;
- формирование базы кадров различного профиля на предприятиях;
- трудоустройство студенческой молодежи;
- профессиональную ориентацию.

Реализация коммуникационной модели позволяет увеличить:

- количество созданных студенческих профильных отрядов;

- количество заключенных соглашений о сотрудничестве в рамках партнерства между потенциальными работодателями и Алтайским региональным отделением МООО «Российские Студенческие Отряды»;

- количество студентов, получивших возможность трудоустроиться;

- количество новых членов МООО «Российские Студенческие Отряды»;

- количество и объемы выполненных работ трудоустроенной студенческой молодежью;

- количество участников мероприятий, проводимых Алтайским региональным отделением МООО «Российские Студенческие Отряды» и КГБУ «Алтайский краевой штаб студенческих отрядов»;

- количество трудоустроенных выпускников после работы в студенческом профильном отряде;

- количество профилей специальности, по которым будут трудоустроены представители студенческой молодежи;

- количество приглашений от работодателя с целью последующего трудоустройства после окончания образовательной организации;

- количество отзывов от руководителей организаций – работодателей по поводу эффективности выполнения работ представителями студенческой молодежи;

- количество профильных производственных практик, учтенных в счет деятельности в студенческом профильном отряде.

На качественном уровне реализация модели будет измеряться:

- объемом заработанных денежных средств участниками студенческих профильных отрядов;

- объемом выполненных работ, в том числе в рамках государственного и муниципального заказа;

-размером охвата дополнительным обучением членов студенческих отрядов.

А также решению стратегических проблем, сдерживающих социально-экономическое развитие региона (согласно Стратегии социально-экономического развития Алтайского края до 2025 года).

Игнатенко Н.С., магистр менеджмента
Патрахина В.В., к.т.н., доцент
Алтайский государственный технический университет
им. И.И. Ползунова

ОСОБЕННОСТИ РЫНКА ТРУДА АЛТАЙСКОГО КРАЯ

В настоящее время изучение российского рынка труда является одним из приоритетных направлений на разных государственных уровнях. Сам по себе рынок труда – это социально-экономическая система, включающая в себя совокупность общественных отношений, связанных с куплей и продажей рабочей силы; это также экономическое пространство - сфера трудоустройства, в которой взаимодействуют покупатели и продавцы рабочей силы; наконец, это механизм, обеспечивающий согласование цены и условий труда между работодателями и наемными работниками.

В связи с кризисными явлениями в российской экономике с 2014 года, обусловленными в первую очередь политическими факторами (Украинский кризис, присоединение Крыма 21 марта 2014 года и последующие санкции стран Запада, США и др.), рынок труда России претерпевает до настоящего момента болезненные трансформации и явления. Рынки труда субъектов федерации не являются исключениями.

Как было известно и ранее, на данный момент Алтайский край является аграрным регионом со слабо развитой промышленностью отраслью. В последние годы были разработаны стратегии по формированию нового туристического образа края с целью привлечения как инвестиций, так и новых специалистов. Необходимо не только привлечь высококвалифицированных специалистов в наш регион, но также воспитать и удержать наш кадровый актив.

Как видно на рисунке 1, в последние годы политика по привлечению экономически активного населения в Алтайский край неэффективна. С 2010 года на отчетный 2014 года численность экономически активного населения сократилась почти на сто тысяч человек. Таким образом, сокращается численность как реально трудоустроенных специалистов, так и тех, кто находится в активном поиске работы. Конечно, это связанно и с естественными процессами старения населения, но также большую роль играют миграционные процессы населения и «утечка мозгов».

Рисунок 1 – Численность экономически активного населения в Алтайском крае, в среднем за год (тыс.чел) [6]

Для получения более полной картины сравним уровень экономической активности населения Российской Федерации, Сибирского федерального округа и Алтайского края за период с 2004-2014 год (рисунок 2).

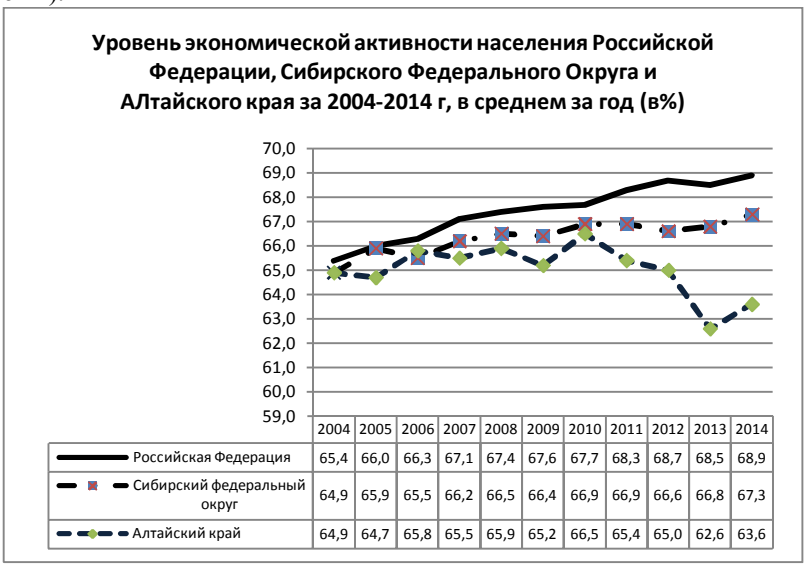


Рисунок 2 – Уровень экономической активности населения Российской Федерации, СФО и Алтайского края за 2004-2014 г., в среднем за год (в %) [6]

Анализируя представленные данные, мы видим общую тенденцию к росту уровня экономической активности на федеральном уровне и уровне СФО с естественными незначительными колебаниями. Значительно отличаются данные по Алтайскому краю: за последние пять лет уровень экономической активности снизился со значения 65,2% до 63,6%, что как раз и отражает изменение численности экономически активного населения в долях к общей численности населения.

По состоянию на 1 ноября 2015 года по данным Главного управления Алтайского края по труду и социальной защите численность официально зарегистрированных безработных составила 17,9 тыс. человек. Согласно официальным данным уровень зарегистрированной безработицы - 1,6% к численности экономически активного населения. В базе данных службы занятости региона на конец октября было зарегистрировано 18,9 тыс. вакансий. На 11 незанятых человек приходится 10 свободных рабочих мест. Однако, в Росстате отмечают, что общая численность безработных, классифицируемых в соответствии с критериями МОТ (не имеют работы или доходного занятия, ищут работу и готовы приступить к ней в обследуемую неделю), в 4,2 раза превысила численность безработных, зарегистрированных в государственных учреждениях службы занятости населения [3]. Таким образом, официальная статистика относительно рынка труда в области уровня занятости достаточно далека от истинных значений.

С января по октябрь 2015 года от работодателей поступили сведения о наличии 137,5 тыс. свободных рабочих мест. Основная доля приходится на сельское хозяйство (19,2 тыс. вакансий), обрабатывающие производства (17,2 тыс. свободных рабочих мест), оптовую и розничную торговлю (14,4 тыс. вакансий), образование (20,8 тыс. вакансий, из них более 11 тыс. - для временного трудоустройства несовершеннолетних).

За 10 месяцев при содействии службы занятости нашли работу 65 тыс. человек. Из них к общественным и временным работам приступили 24,8 тыс. человек, получили финансовую помощь на организацию собственного дела 522 человека. На обучение по направлению центров занятости населения профессиям, востребованным на рынке труда, отправили 5,1 тыс. жителей региона. Среди них 310 женщин, находящихся в отпуске по уходу за ребенком, 42 пенсионера, которые стремятся возобновить трудовую деятельность [2].

В Алтайском крае достаточно высокий профессиональный и образовательный потенциал, однако специалисты стремятся покинуть край и отправляются в поисках заработка в соседние регионы, страны. Это происходит по нескольким причинам. В первую очередь, это очень низ-

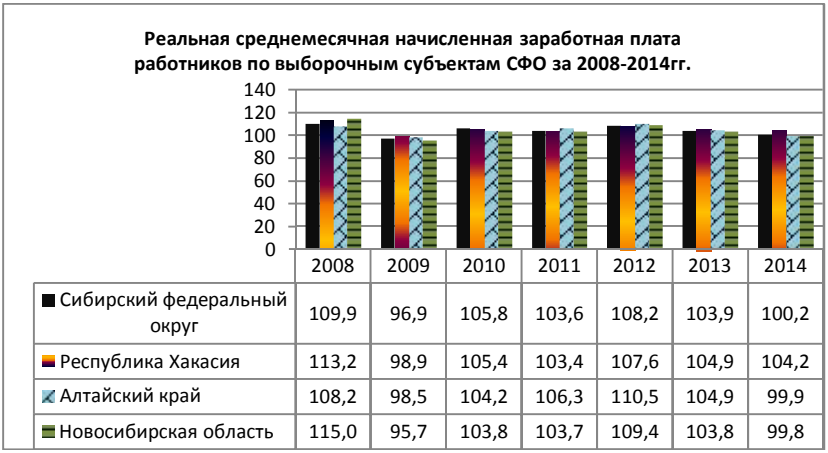
кий уровень номинальной (таблица 1) и реальной заработной платы (как в сравнении со средними федеральными значениями, так и регионального уровня).

Таблица 1 – Уровень номинальной заработной платы в субъектах Сибирского федерального округа, рублей [4]

	2013	2014	2015
Сибирский федеральный округ	26509	28348	28877
Алтайский край	18011	19456	19434
Республика Алтай	20578	22294	22284
Омская область	24874	26307	26878
…	…	…	…
Новосибирская область	25589	27333	27411
Томская область	30442	32506	33394
Красноярский край	31675	34073	34846

Среди субъектов Сибирского федерального округа Алтайский край имеет самый низкий уровень номинальной заработной платы. На 2015 год по данным Федеральной службы по труду и занятости (Ростуд), номинальная заработная плата в Алтайском крае составляет порядка 19434 рублей. В Красноярском крае на данную отчетную дату уровень номинальной заработной платы составляет 34846 рублей. По СФО уровень заработной платы: 28877 рублей, по всей Российской Федерации среднемесячная номинальная начисленная заработная плата по полному кругу организации составляет на данный момент 35395 рублей. Реальная заработная плата является покупательской способностью номинальной платы (рисунок 3).

В официальный статистических базах данных предоставляется информация о приросте в % реальной заработной платы. В последние годы наблюдался рост показателей во многих регионах, но уже в 2014 году в Алтайском крае уровень реальной заработной платы оказался ниже показателей 2013 года. По данным Алтайкрайстата на август 2015 года уровень реальной заработной платы составил 19184 рубля, что ниже этого же показателя в августе 2014 года (90,5%).



	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014
Сибирский федеральный округ	109,9	96,9	105,8	103,6	108,2	103,9	100,2
Республика Хакасия	113,2	98,9	105,4	103,4	107,6	104,9	104,2
Алтайский край	108,2	98,5	104,2	106,3	110,5	104,9	99,9
Новосибирская область	115,0	95,7	103,8	103,7	109,4	103,8	99,8

Рисунок 3 – Реальная среднемесячная начисленная заработная плата работников по выборочным субъектам СФО за 2008-2014 гг. (в % к предыдущему году) [4]

По словам заместителя председателя Алтайского краевого Законодательного Собрания (АКЗС) Андрея Осипова, «среднемесячная начисленная заработная плата одного работника в Алтайском крае пока объективно остается более низкой, чем в других регионах. Это объясняется тем, что значительная часть населения края занята в сельском хозяйстве, и в других невысокооплачиваемых секторах экономики (например, текстильное и швейное производство), где далеко не все предприятия могут выплачивать высокую заработную плату» [3].

На основе данных об уровнях реальной и номинальной заработной платы можно сделать вывод, что положение большей части трудоспособного населения достаточно напряженное. Многие предприятия принимают на работу сотрудников без официального трудоустройства, выплачивая заработную плату «в конвертах», либо выплачивая официально только установленный минимум в 5965 рублей по краю. Сотрудники в данном случае остаются не защищенными со стороны законодательства.

Проблемы выплаты достойной заработной платы, условия и предложения труда, кризисные экономические явления и многие другие факторы способствуют формированию современного рынка труда Алтайского края. Активную роль регулирования рынка играют как сами соискатели, работники, так и Государственные центры занятости, Государственная инспекция труда в Алтайском крае, биржи труда, отделы

кадров на предприятиях, рекрутинговые и кадровые агентства. В ходе реализации государственных и местных стратегий в помощи трудоустройству и снижения безработицы с настоящего уровня в 7% проводятся такие мероприятия, как ярмарка вакансий, повышение профессиональной квалификации сотрудников, переобучение соискателей, формирование временной занятости и опережающее профессиональное обучение, выделение грантов на реализацию социальных проектов и другое.

Таким образом, можно выделить основные проблемы рынка труда Алтайского края, которые необходимо решать в первую очередь:

1. Низкий уровень реальной заработной платы и, в соответствии с этим, низкий уровень покупательной способности населения;
2. Рост безработицы в связи с кризисными явлениями экономики страны;
3. Снижение уровня экономической активности населения Алтайского края за счет миграции населения.

В связи с этим, всем субъектам необходимо скорректировать имеющуюся политику в отношении рынка труда, совместно с государственными органами управления предложить способы активизации малого и среднего бизнеса с целью создания новых рабочих мест, отслеживание миграционных процессов на внутрироссийском и международном уровне.

Список использованных источников

1. В Алтайском крае ситуация на рынке труда стабильная. Официальная сайт Алтайского края [Электронный ресурс]: офиц. сайт. – Электрон.текст. дан. – Режим доступа: http://altairegion22.ru/region_news/v-altaiskom-krae-situatsiya-na-rynke-truda-stabilnaya_463541.html /. – Загл. с экрана.
2. ИА «Амител». 17% жителей Алтайского края находятся за чертой бедности [Электронный ресурс]: офиц. сайт. – Электрон.текст. дан. – Режим доступа: http://www.amic.ru/news/309795/ /. – Загл. с экрана.
3. Официальная безработица в Алтайском крае в четыре раза ниже реальной [Электронный ресурс]: офиц. сайт. – Электрон.текст. дан. – Режим доступа: http://job.altapress.ru/story/161761/. – Загл. с экрана.
4. Трудовые ресурсы. Росстат. [Электронный ресурс]: офиц. сайт. – Электрон.текст. дан. – Режим доступа http://www.gks.ru/wps/wcm/connect/rosstat_main/rosstat/ru/statistics/wages/labour_force/. – Загл. с экрана.
5. Федеральная служба государственной статистики. Алтайкрайстат/ [Электронный ресурс]: офиц. сайт. – Электрон.текст. дан. – Режим

доступа:http://akstat.gks.ru/wps/wcm/connect/rosstat_ts/akstat/ru/. – Загл. с экрана.

6. Федеральная служба по труду и занятости Роструд [Электронный ресурс]: офиц. сайт. – Электрон.текст. дан. – Режим доступа:http://www.rostrud.ru/. – Загл. с экрана.

Исакова Ю.С., магистрант
Глазкова Т.Н., к.э.н., доцент
Алтайский государственный технический университет
им. И.И. Ползунова

ПРОБЛЕМЫ ОРГАНИЗАЦИИ ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ ФИНАНСОВЫХ ИНСТИТУТОВ ПРИ ОКАЗАНИИ УСЛУГ КЛИЕНТАМ НА БАНКОСТРАХОВОМ РЫНКЕ

Современная конъюнктура рынка заставляет кредитные организации направлять усилия на поиск новых источников пополнения ресурсной базы и получения доходов. Крупные банки для упрочнения своего финансового положения имеют возможность заняться отраслевой диверсификацией, заключающейся в проникновении в смежные области функционирования, оказывая посредничество в получении страховых, финансовых, консалтинговых и прочих услуг.

Конвергенция банковского и страхового бизнеса становится все более популярным направлением развития финансового сектора России (рисунок 1). Об этом свидетельствуют данные, согласно которым объем рынка банкострахования по итогам 2014 г. составил 214 млрд. руб., что на 11 % больше показателя 2013 г. и на 30 % больше значения 2012 г. [1].

Модель банкостраховых объединений появилась за рубежом в начале 20 в. и особое распространение получила в странах Европы: Франции, Испании, Португалии, Италии. Считается, что первым успешным альянсом двух видов бизнеса является банк Lloyds, созданный в 1967 г. в Великобритании на основе партнерства [2].

Длительное отсутствие в России рыночных отношений в период стремительного развития сотрудничества банков и страховщиков за рубежом привело к тому, что отечественный финансовый сектор находится на начальной стадии трансформации. В дальнейшем, по мнению экспертов, рынок банкострахования будет развиваться в основном за счет потребительского кредитования и продажи некредитных страховых продуктов [1].

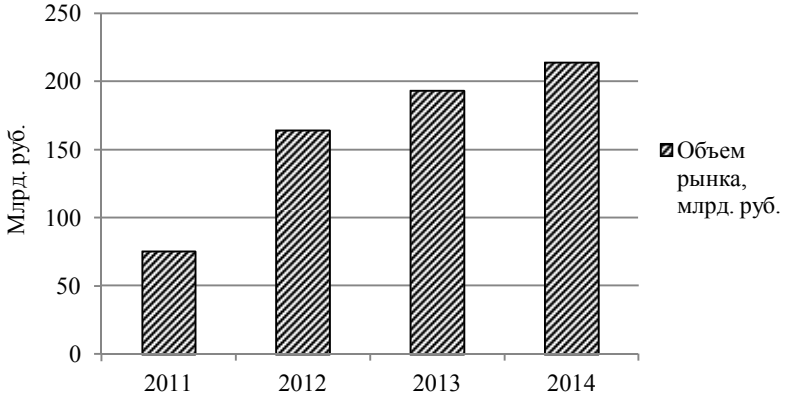


Рисунок 1 – Динамика банкострахового рынка России, 2011-2014 гг.

Особенностью российского банкострахования является тот факт, что ни в одном из названных федеральных законов нет прямого запрета того, что два финансовых института могут развиваться совместно, однако банкам и страховщикам запрещено быть одним юридическим лицом. Так, согласно ст. 5 ФЗ «О банках и банковской деятельности» кредитным организациям запрещается заниматься производственной, торговой и страховой деятельностью [3]. К законодательно разрешенным банковским операциям относятся:

- привлечение денежных средств физических и юридических лиц во вклады и их размещение от своего имени и за свой счет;
- осуществление переводов денежных средств и проведение инкассации;
- купля-продажа иностранной валюты;
- выдача гарантий и поручительств;
- доверительное управление денежными средствами и иным имуществом;
- право заниматься лизингом, факторингом и форфейтингом, оказывать консультационные и информационные услуги.

В ФЗ «Об организации страхового дела в Российской Федерации» установлено, что страховщиками являются «страховые организации, и общества взаимного страхования, созданные в соответствии с законодательством Российской Федерации для осуществления деятельности по страхованию, перестрахованию, взаимному страхованию и получившие лицензии на осуществление соответствующего вида страховой деятельности» [4]. Согласно законодательству, страховщики обязаны: проводить оценку страхового риска, получать страховые премии, формиро-

вать страховые резервы, инвестировать активы, определять размер убытков или ущерба, производить страховые выплаты и осуществлять иные связанные с исполнением обязательств по договору страхования действия. Отсутствие в законодательной базе четких ограничений и предписаний относительно того, как рассматриваемые финансовые институты могут выстраивать отношения с клиентами, приводит к тому, что зачастую их действия являются не совсем легитимными, что станет вызывать у потребителей недовольство и неприятие услуг.

Таким образом, следует отметить проблемы, сопутствующие новому виду финансовой деятельности. Во-первых, необходимо обратить внимание на привязку страховых услуг к возможности получения кредита. Например, при ипотечном кредитовании, банк в целях минимизации собственных рисков предлагает клиенту помимо обязательного страхования предмета ипотеки еще и дополнительный пакет добровольных видов услуг. Однако, в случае отказа потенциального заемщика от дополнительной финансовой нагрузки, банк, как правило, тоже отказывается с ним работать. Таким образом, отмечается искусственно создаваемая необходимость приобретения одной услуги в случае покупки другой. Это не только вызывает неприязнь к страхованию со стороны населения, но и, в сущности, является нарушением ФЗ «О защите прав потребителей» в части ст. 16 п. 2, так как «запрещается обусловливать приобретение одних товаров (работ, услуг) обязательным приобретением иных товаров (работ, услуг)» [5].

Помимо этого, не менее острой является проблема картелей между кредитными организациями и страховщиками: клиент согласен на покупку страхового полиса, но должен совершить сделку только с предлагаемым ему страховщиком. Данное явление вновь дискредитирует страховую услугу и обязывает Федеральную антимонопольную службу России принять меры по устранению негласных сговоров, элиминирующих конкуренцию на рынке. По результатам исследования ФАС, довольно распространена схема, когда банки не ограничивают круг своих партнеров одним страховщиком, но при этом страховые компании по скрытой договоренности с кредитными организациями устанавливают завышенные тарифы на свои услуги, перечисляя часть доходов посреднику-банку [6]. По словам экспертов, рекламируемая низкая ставка по кредитам впоследствии компенсируется доходом от продажи страхового полиса, и реальная стоимость банковской услуги скрывается от потенциального заемщика. Данное явление вновь считается нарушением ФЗ «О защите прав потребителей» по ст. 12 – неполное предоставление информации клиенту [5]. В российской действительности величина банковской комиссии может варьировать в широком диапазоне, величина которого напрямую зависит от финансовых возможностей страхо-

вой компании и ее стремления удержать рыночные позиции, вступая в активную конкурентную борьбу за новый канал сбыта. Логично предположить, что источниками сверхдоходов банков являются их заемщики, отягощенные добровольно-вмененными услугами и их ценой.

Все вышеперечисленные проблемы приводят к тому, что и без того недостаточно популярные в России страховые услуги теряют свои позиции в глазах потенциальных клиентов: по данным Национального агентства финансовых исследований, более половины опрошенных респондентов за 2012-2015 гг. не доверяет страховым компаниям и скорее не желают пользоваться их услугами [7]. Проблемы, порождаемые отсутствием должного законодательного регулирования, уменьшают лояльность граждан к приобретению страховых продуктов и, следовательно, ставят под угрозу дальнейшее эффективное развитие сектора банкострахования.

Банкам и страховщикам следует прилагать усилия не только на создание качественно новых пакетов услуг, но и обращать внимание на разъяснение в тактичной форме их доступности и значимости для клиента, от понимания которым сути услуги зависит возможность ее реализации. ФАС России в настоящее время обеспокоен вопросами установления предельной величины страховой комиссии в зависимости от вида сопутствующей банковской услуги. Кроме того, выдвигаются предложения по внесению изменений в законодательство относительно прямого разграничения между обязательными и добровольными видами страхованиям с конкретным указанием комплекса мер, направленных на пресечение принуждения к приобретению полиса и приводящих к определенному наказанию в случае установления нарушений. В нормативно-правовую базу необходимо добавить четкие критерии отбора банками страховых организаций для целей сотрудничества, которые, например, должны основываться на оценке показателей их финансовой отчетности и качестве исполнения обязательств перед страхователями. Таким образом, нужна прозрачная рейтинговая система, позволяющая легитимно ограничить круг страховщиков-партнеров без ущемления законных прав потребителей. Наконец, важно отметить, что необходимо сделать дополнительные виды предлагаемых банком страховых услуг более привлекательными для клиента, что является непростой задачей, решение которой кроется в уровне страховой культуры населения. Заемщик должен понимать, что добровольно застраховав свою жизнь, он при наступлении страхового случая (например, потере трудоспособности) сможет погасить кредит посредством страховых выплат. Добровольное страхование существует в большей степени в интересах заемщика, который должен осознавать его необходимость. Однако проблема приобретения сопряженных финансовых услуг основывается не только на

уровне общей грамотности населения, но и проблеме материального достатка, являющейся первостепенной.

Список использованных источников

1. Банкострахование // Эксперт РА [Электронный ресурс]. – Электр. текст. дан. – М., 2014. – Режим доступа: http://www.informania.ru/project/bankstrah/2014/resume/. – Загл. с экрана.

2. Пашкова, Е.Н. Зарубежный и российский опыт развития банковского страхования [Текст] / Е.Н. Пашкова // Экономика и управление – анализ тенденций и перспектив развития. – 2013. – № 8. – С. 196-202.

3. О банках и банковской деятельности [Текст] : федеральный закон от 2 декабря 1992 г. [с послед. изм. и доп. от 1 декабря 2014 г. № 403-ФЗ] // Российская газета. – 2014. – № 275.

4. Об организации страхового дела в РФ [Текст] : федеральный закон от 27 ноября 1992 г. [с послед. изм. и доп. от 4 ноября 2014 г. № 344-ФЗ] // Российская газета. – 2014. – № 254.

5. О защите прав потребителей [Текст] : федеральный закон от 7 февраля 1992 г. [с изм. и доп. от 5 мая 2014 г. № 112-ФЗ] // Российская газета. – 2014. – № 101.

6. Антимонопольное регулирование на финансовых рынках // Федеральная антимонопольная служба [Электронный ресурс]. – Электр. текст. дан. – М., 2014. – Режим доступа: http://www.fas.gov.ru/spheres/spheres_26.html. – Загл. с экрана.

7. Рейтинги и индексы // НАФИ [Электронный ресурс]. – Электр. текст. дан. – М., 2014. – Режим доступа: http://nacfin.ru/. – Загл. с экрана.

Козлова Е.С. магистрант
Ганжа С.В., к.э.н., доцент
Алтайский государственный технический университет
им. И.И. Ползунова

СОЗДАНИЕ РЫНКА ЗЕМЕЛЬНОЙ ИПОТЕКИ В АГРАРНО ОРИЕНТИРОВАННОМ РЕГИОНЕ

Ни для кого не секрет, что Алтайский край является крупнейшим аграрным регионом России, динамичное развитие территории которого во многом обусловлено его природным, экономическим и интеллектуальным потенциалом. Анализ степени участия каждого субъекта РФ в обеспечении политики продовольственной безопасности, позволяет выделить аграрно ориентированные территории, которые характеризуются значительным вкладом сельского хозяйства в формирование валового регионального продукта, а также наличием земельных и трудовых ре-

сурсов и высокодиверсифицированного агропромышленного производства.

К числу таких территорий можно смело отнести Алтайский край, который вносит ощутимый вклад в продовольственную корзину государства (таблица 1). Несмотря на то, что наш регион пока занимает только 6 строчку рейтинга (по уровню животноводства), при производстве сельскохозяйственной продукции в крае уже задействовано порядка 70 % территории с удельным весом в валовом региональном продукте более 16 % [3].

Таблица 1 – Рейтинг субъектов по удельному весу отраслей животноводства, растениеводства и сельского хозяйства в валовой продукции Российской Федерации (в текущих ценах) в 2014 году [3]

Место рейтинге	Субъект РФ	Удельный вес регионов в стоимости валовой продукции Российской Федерации, %		
		животноводства	растениеводства	сельского хозяйства
1	Белгородская область	6,3	3,1	4,8
2	Республика Татарстан	4,6	4,5	4,6
3	Краснодарский край	4,4	10,2	7,1
4	Республика Башкортостан	3,7	2,4	3,1
5	Ростовская область	3,6	5,5	4,5
6	Алтайский край	2,9	2,5	2,8
7	Воронежская область	2,7	3,5	3,1
8	Саратовская область	2,6	2,6	2,6
9	Московская область	2,2	2,6	2,4
10	Ставропольский край	2,2	4,4	3,2

Особая ценность аграрных регионов заключается в том, что они содействуют политике импортозамещения, что особенно актуально в современных условиях, когда Указом Президента РФ от 6 августа 2014 г. вводился полный запрет или ограничение на ввоз на территорию нашей страны отдельных видов сельскохозяйственной продукции [3]. Поэтому основная задача государства в области поддержки отечественных аграриев состоит в разработке такого комплекса мероприятий, который бы способствовал увеличению предложения продовольственных товаров на всех местных рынках. Но ситуация по обеспечению населения продовольственными товарами может остаться на прежнем уровне до тех пор, пока аграрии не станут полноценными участниками рынка земель сельскохозяйственного назначения.

Существуя в условиях финансовой нестабильности в силу высокого морального и физического износа основных фондов, а также в связи с сезонным характером производимой продукции, не все производители сельскохозяйственной продукции могут позволить себе прямые инвестиции за счет собственных средств. Поэтому основным фактором притока денежных средств в сельское хозяйство становится банковский капитал. Но если в советской экономике сельхозтоваропроизводители кредитовались практически на бесплатной основе, то с переходом российской экономики на рыночные рельсы положение дел в этой отрасли серьезно изменилось.

На сегодняшний день воспользоваться кредитными ресурсами банка в долгосрочной перспективе могут не все производители сельскохозяйственной продукции, и это напрямую связано с отсутствием залогового имущества, которое служило бы гарантом возврата заемных средств, а также с отсутствием в России механизмов внебюджетного долгосрочного инвестиционного кредитования. Поэтому, основная идея автора данной статьи состояла в обосновании необходимости создания в России системы земельно-ипотечного кредитования под залог земельных участков сельскохозяйственного назначения.

Актуальность выбранной темы исследования определяется тем, что система земельно-ипотечного кредитования является одним из самых проверенных в мировой практике способов рефинансирования реальной экономики, а земля, по сравнению с другими видами залогового имущества, является наиболее надежным средством обеспечения возвратности кредита. Преимущества земельных участков заключаются в способности создавать прибавочную стоимость через тенденции повышения стоимости самого земельного участка, в постоянстве их местоположения. Кроме того, каждый конкретный земельный участок, будучи обремененный ипотекой, остается во владении и пользовании залогодателя [2].

Однако имеющийся высокий потенциал ипотечного кредитования, который мог бы быть использован для финансирования агропромышленного комплекса, все еще остается незадействованным, и вызвано это, в первую очередь, отсутствием на рынке недвижимости земельных участков на праве собственности. По состоянию на конец июня 2014 г. только 7 % земельных участков были отнесены в собственность россиян, что соответствовало площади в 118 миллионов гектаров. Из них, юридическим лицам принадлежал только 1 % земельных участков или 15 миллионов гектаров. В то время как на долю государства и муниципальных органов власти приходилось 92 % земельных наделов, что равнозначно площади в 1,6 миллиард гектар [2].

Столь высокий процент земельной собственности, сложившийся в пользу государственных учреждений, отчасти, объясняется тем обстоятельством, что система предоставления гражданам земельных участков на правах пожизненного наследуемого владения осталась в советском прошлом. С принятием в новой России Земельного кодекса, граждане утратили возможность столь легкого заполучения земельных наделов на основании этих вещных прав. Но данное нововведение не распространялось на само государство.

Решение данной проблемы возможно путем принудительного изъятия тех земельных участков, которые «мертвым грузом» лежат в собственности госучреждений. Первые результаты в решении этой проблемы уже есть: правительство разработало критерии отнесения земельных участков к категории «неиспользуемых» и изменило порядок их безоговорочного изъятия. Если раньше право бессрочного пользования землей могло быть прекращено только на основании решения суда, то после внесения изменений в ст. 54 Земельного Кодекса РФ, земли, находящиеся в собственности государственного или муниципального учреждений, могут быть конфискованы в административном порядке по решению соответствующего государственно-муниципального органа [1].

Другая, не менее значимая проблема, затормаживающая развитие рынка земельно-ипотечного кредитования, кроется в недостаточной проработанности существующей на данный момент схемы работы системы с точки зрения организационных, финансовых и правовых аспектов.

Анализ Концепции системы земельно-ипотечного кредитования, содержащей четкую последовательность этапов, необходимых для возведения института ипотеки под залог земель сельскохозяйственного назначения, позволяет судить о том, что наша страна пошла по пути создания двухуровневой открытой модели, корни которой берут свое начало и развитие в США. В то время как в США работа двухуровневой модели была обеспечена сразу тремя основными операторами (Fannie Mae, Freddie Mac и Jinnie May), то в РФ единственным оператором системы был выбран банк со 100 % участием государства – ОАО «Россельхозбанк». Алтайскому региональному филиалу ОАО «Россельхозбанк» удалось реализовать банковскую пилотную модель выдачи ипотечного кредита СПК «Искра» Топчихинского района под залог земельных участков сельскохозяйственного назначения. Но данная модель не получила дальнейшего распространения в практике банка и других кредитных учреждений по причине выявившихся пробелов нормативно-правового характера, связанных, в частности, с отсутствием права собственности на землю у залогодателя в момент выдачи кредита [2].

Для ускорения процесса разработки и, самое главное, реализации двухуровневой открытой американской модели в современных российских условиях автором данной статьи предлагается создать на уровне федерального центра специализированного оператора земельно-ипотечной системы, сохраняя за ОАО «Россельхозбанк» функции ключевого оператора на региональном уровне.

Безусловно, это не все проблемы, которые сегодня препятствуют полноценному развитию рынка земельно-ипотечного кредитования в России. К числу других сдерживающих факторов относится: проблема доведения информации от структур, занимающихся регистрацией и учетом объектов недвижимого имущества, финансово-кредитным учреждениям; отсутствие механизмов страхования ответственности и страхования земель от ухудшения или потери их плодородия вследствие форс-мажорных обстоятельств или техногенных причин, а также комплекс других нерешенных в данной области задач [2]. Но следует понимать, что прекрасно представленные схемы и проекты по внедрению системы земельно-ипотечного кредитования в российские реалии могут так и остаться на бумаге, если за всем этим не будет стоять четко проработанной законодательной базы.

Таким образом, текущее состояние рынка ипотечного кредитования под залог земельных участков сельскохозяйственного назначения в России можно охарактеризовать как состояние развития. Но необходимо сделать все возможное для того, чтобы в стране заработал механизм долгосрочного внебюджетного инвестиционного кредитования с присвоением ипотечной системе статуса «саморегулируемой» и «самофинансируемой» системы.

Список использованных источников

1. «Земельный кодекс Российской Федерации» от 25.10.2001 N 136-ФЗ (ред. от 05.10.2015) (с изм. и доп., вступ. в силу с 19.10.2015) // Правовая система КонсультантПлюс [электронный ресурс]. – Электрон. дан. – Режим доступа: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_33773/. – Загл. с экрана.

2. Ганжа, С. В. Механизм ипотечного кредитования под залог земель сельскохозяйственного назначения: классический подход и региональный опыт современной России / С.В. Ганжа, Е.И. Роговский, Н.С. Ганжа // Известия АГУ. – 2012. – № 2-1. – с. 261-269.

3. Коршунов, Л. В. Роль аграрно ориентированных территорий в формировании продовольственной безопасности РФ // Экономика региона. – 2014. – № 4. – с. 215-226.

4. Концепция системы земельно-ипотечного кредитования // Официальный сайт Министерства сельского хозяйства РФ [электронный

ресурс]. – Электрон. дан. – Режим доступа: http://www.mcx.ru/. – Загл. с экрана.

Кузьмина Н.Н., старший преподаватель
Алтайский государственный технический университет
им. И.И. Ползунова

ОПРЕДЕЛЕНИЕ ФАКТОРОВ И ПОКАЗАТЕЛЕЙ, ВЛИЯЮЩИХ НА СОСТОЯНИЕ ВНЕШНЕЭКОНОМИЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРИГРАНИЧНЫХ РЕГИОНОВ

(Статья подготовлена и опубликована при поддержке
Российского гуманитарного научного фонда)

Приграничный регион – это потенциальный регион, с присущей ему географией, историей, экологией, этническими группами, экономическими возможностями и т.д., по разделенной суверенитетом правительств, правящих по обе стороны границы. Таким образом приграничные сообщества, если таковые возникают, должны развиваться, если не как политические ценности, то по крайней мере с точки зрения функционирования.

Ярким примером динамичности интеграционных процессов в области межрегионального приграничного сотрудничества являются взаимоотношения России с Казахстаном.

Для России и Казахстана, государств с огромной территорией, значительной региональной дифференциацией природно-климатических и социально-экономических условий никакие экономические преобразования невозможны без учета территориальных (региональных) особенностей. Разработка перспективных направлений развития приграничных регионов требует оценки ряда критериев, отражающих их экономическое состояние в настоящее время, а также диагностики факторов, влияющих на их конкурентоспособность и имеющийся потенциал.

Приграничный регион «Алтайский край – Восточно-Казахстанская область (ВКО)»в настоящее время, по мнению экспертов, находятся на индустриальной стадии своего развития. Так, в ВКО ведущей отраслью для развития всего региона являются предприятия цветной металлургии, которые создают так называемый мультипликативный эффект и определяют весь ход развития области в целом. В развитии Алтайского края определяющую роль играют такие отрасли промышленности, как машиностроение и металлообработка, а также сельское хозяйство. Систематизация факторов, влияющих на деятельность регионов, отражена в таблице 1.

Таблица 1 – Классификация факторов, влияющих на развитие регионов

Факторы	Содержание
Базовые	
Экономические	уровень и динамика валового регионального продукта, инфляции, промышленного производства, развития реального сектора экономики, инвестиционной активности, розничных продаж и др.
Социально-демографические	уровень экономической активности населения, прирост (убыль) населения, миграция, грамотность взрослого населения, доля ВРП на душу населения, уровень безработицы, уровень оплаты труда по категориям работников
Природно-ресурсные	географическое положение, наличие полезных ископаемых, климат, размеры и качество земельных и водных ресурсов, наличие собственных энергоисточников, транспортных артерий
Современные рыночные	
Государственная региональная политика	степень обоснованности комплекса законодательных, административных и экономических мероприятий, способствующих наиболее рациональному размещению производительных сил в регионе и выравниванию уровня жизни населения
Степень свободы регионального менеджмента	возможность распоряжаться своими ресурсами в рамках единого хозяйственного механизма, поясняется, что жесткая система управления менее эффективна, она ограничивает свободу низших органов управления, нарушает закон обратной связи, ведет к нарушению степени саморегуляции
Развитие народохозяйственного комплекса	уровень развития и структура народохозяйственного комплекса и его составляющих: промышленности, сельского хозяйства, инфраструктурных отраслей, в основе которых лежит рациональное использование имеющихся условий и ресурсов
Экономический рост	достижение экономического роста в регионе, прежде всего, с опорой на собственные силы, собственный экономический потенциал, незадействованные и могущие быть задействованными его рычаги и стимулы
Уровень комплексности экономики	насколько высок и гармонически развит уровень комплексности экономики, способный решать социальные, экономические и другие проблемы. Инструментом может стать разработка стратегии комплексного социально-экономического развития региона
Зарубежные	
Жесткие	количественно измеряемые факторы: ориентированные на производственные ресурсы (земля, рабочая сила, капитал); ориентированные на производство и сбыт продукции (близость партнеров по кооперации, инфраструктура, структура населения и потребления); установленные государством (налоги, система хозяйствования, субсидии и программы поддержки)
Мягкие	количественно трудноизмеряемые категории: уровень развития социальной среды населенного пункта, дружественности его экономики

Рассматривая экономические перспективы развития приграничных регионов необходимо учитывать следующую классификацию групп факторов и характеризующих их показателей:

- ✓ природные ресурсы региона;
- ✓ человеческий капитал;
- ✓ инвестиционный потенциал;
- ✓ степень открытости экономики.

Таблица 2 – Факторы развития приграничного региона «Алтайский край-ВКО»

Факторы		Алтайский край	ВКО
Природные ресурсы	***Географическое положение***	- отсутствие прямого выхода у регионов на морские пути сообщения, удаленность от основных мировых товарных рынков; - используя свое удобное географическое расположение в центре евроазиатского материка, могут стать интеграторами внутрирегиональных экономических связей европейской и азиатской экономических систем	
	Климат	резко континентальный	
	Земельные и водные ресурсы	общая площадь земель - 16799,6 тыс. га, в том числе земли, сельскохоз. назначения – 12244,4 тыс. га	общая площадь земель - 28346,8 тыс. га, в том числе земли сельскохоз. назначения - 9944,1 тыс. га
	Полезные ископаемые	полиметаллы, поваренную соль, соду, уголь, никель, кобальт, железную руду и драгоценные металлы, минеральные воды и др.	многокомпонентные полиметаллические руды, свинец, цинк, медь, олово, тантал, титан, магний, никель и кобальт, каменный уголь и др.
	Наличие энергоисточников	практически нет собственных первичных энергоресурсов	полностью самообеспечена
Человеческий капитал	***Численность населения***	2384,8 тыс. человек, (снижение на 0,2%)	1395,3 тыс. человек, (рост на 0,1%)
	Уровень безработицы	1,9% (снижение на 0,2%)	4,9% (снижение с 5,8%)
	Распределение трудовых ресурсов по отраслям экономики	промышленность и строительство – 24,7%, сельское, лесное и рыбное хозяйство – 20,7%, услуги – 54,6%	промышленность и строительство – 31,3%, сельское, лесное и рыбное хозяйство – 14,2%, услуги – 54,5%
	Среднемесячная номинальная заработная плата	19899 рублей (рост на 12,9 %)	111274 тенге (20955,6 руб.) (рост на 4, 1%)
	Кадровый потенциал	высокий	
	Выпуск специалистов учебными заведениями	около 20 тыс. специалистов со средним и высшим образованием ежегодно	около 18 тыс. специалистов со средним и высшим образованием ежегодно
Инвестиционный рейтинг	***Инвестиции в основной капитал***	91855 млн.рублей (снижение на 10%)	410800 млн. тенге (77363,5 млн.руб) (рост 18,9%)
	Уровень инвестиционного риска	пониженный потенциал - умеренный риск	высокий потенциал - высокий риск
	Источники инвестиций	собственные средства предприятий 46%, заемные средства 9,4%, бюджетные 22,6%, прочие привлеченные 22%	собственные средства предприятий 55%, заемные средства 19%, иностранные инвестиции 10%
	Структура инвестиций	промышленный сектор обрабатывающих производств - 12,3%, сельское и лесное хозяйство - 17,4%, сфера услуг - 17,2%, транспорт и связь 14,7%.	промышленность – 64% (обрабатывающая – 69,5%), сельское и лесное хозяйство - 1,9%, строительство - 1,4%, сфера торговли - 2,5, транспорт и связь – 7,2%
	Показатель инвестиционной достаточности	1,1	0,4

Продолжение таблицы 2

Факторы		Алтайский край	ВКО
Степень открытости экономики	***Экспортная квота***	0,07	0,21
	Импортная квота	0,02	0,18
	Внешнеторговая квота	0,09	0,39
	Количество предприятий с участием иностранного капитала	322	77
	Доля предприятий с участием иностранного капитала	3%	1%

* показатели представлены за 2015 год, динамика – за период с 2014 по 2015 гг., тенге переведены в рубли по текущему курсу валют

Анализируя влияние факторов первой группы, - природные ресурсы, важно отметить, что и Алтайский край и Восточно-Казахстанская область входят в крупный трансграничный район Большого Алтая, где расположены границы четырех крупнейших государств - России (Алтайский край и Республика Алтай), Казахстана (Восточный Казахстан), Китая и ряд аймаков Западной Монголии. Большой Алтай уникален в природном отношении, он определяет климатические процессы в Сибири и Центральной Азии, на его территории сосредоточены запасы полезных ископаемых, включая полный спектр цветных металлов и редкоземельных элементов. Особую ценность представляют богатые черноземы (особенно на территории Алтайского края), горный воздух, чистейшие водные источники и уникальные лесные массивы. Без сомнения, в настоящее время ресурсы чистой воды, почвы и биосферы являются одним из главных богатств любой станы, стоимость которых постоянно растет. С точки зрения геополитики данный регион является политическим центром Евразии, функционирование в составе которого позволит любому региону эффективно развивать свои стратегические интересы и активно интегрироваться в систему мирового хозяйства в выгодном для себя ключе.

Оценка второй группы факторов, характеризующих человеческий капитал приграничного региона, позволяет сделать следующие выводы. Численность населения и Алтайского края и Восточно-Казахстанской области за анализируемый период имеет тенденцию к снижению, во многом это связано с тем, что в течение этого времени складывалось отрицательное сальдо миграции населения. Но, несмотря на снижение общей численности населения области, стабилизация в базовых отраслях экономики позволила приостановить темпы падения численности

трудовых ресурсов, увеличить долю занятого населения в общей численности, снизить уровень безработицы.

Структура трудовых ресурсов по отраслям экономики рассматриваемых регионов такова, что в Восточно-Казахстанской области количество занятых в сфере промышленности и строительства более чем в два раза превышает количество занятых в сельском и лесном хозяйствах, в то время как в Алтайском крае их численность почти одинакова. Что свидетельствует о значительной доле аграрной составляющей в экономике края, тогда как в ВКО преобладает промышленный сектор.

Кадровый потенциал обоих регионов оценивается как высокий. По подготовке специалистов Восточно-Казахстанская область занимает одно из лидирующих мест в республике, в Алтайском крае сеть учебных заведений всех уровней образования является одной из крупнейших в Сибири.

Анализируя третью группу факторов, можно исходить из предположения, что любой регион необходимо рассматривать как часть единого государства, поэтому его развитие во многом предопределяется типом устройства страны, к которой он относится. В странах с федеративным устройством, как Российская Федерация, регионы имеют собственную законодательную и исполнительную базы, то есть обладают достаточно активными инструментами воздействия на экономические процессы в регионе. В унитарных государствах, к которым относится Казахстан, регионы ограничены в своих возможностях существенно влиять на региональную экономику, в том числе, условия для инвестора определяются на общегосударственном уровне и потенциально одинаковы во всех регионах.

У инвестиционного климата Казахстана есть свои особенности, значительно отличающиеся от российских. В России существует закономерность: чем выше потенциал региона, тем, как правило, ниже риск. В Казахстане же увеличение инвестиционного потенциала сопровождается ростом рисков. Так, согласно исследованиям рейтингового агентства «Эксперт Ра», в России коэффициент корреляции рангов потенциала и риска регионов составляет 0,41, в Казахстане же он прямо противоположен и составляет -0,39, другими словами в российских регионах между инвестиционным потенциалом и инвестиционными рисками существует прямая зависимость, в регионах Казахстана - обратная. Разный характер формирования инвестиционного климата можно объяснить значительными различиями в экономической структуре регионов России и Казахстана. В России для большинства регионов, имеющих высокий инвестиционный потенциал, характерен заметный уровень развития «верхних» этажей экономики - обрабатывающей промышленности, сферы обслуживания, научно-технического комплекса. Для Казахстана бо-

лее характерным является сосредоточение инвестиционного потенциала в регионах с добывающей и тяжелой промышленностью. А такая структура экономики, как правило, сопровождается повышенным экологическим, социальным, криминальным и другими видами риска.

Восточно-Казахстанская область занимает второе место в рейтинге инвестиционной привлекательности, как ресурсно-обеспеченный и наиболее промышленно развитый крупный регион страны. С учетом же инвестиционного риска, область вошла в первую группу рассмотренной выше классификации инвестиционного климата - высокий инвестиционный потенциал и высокий риск. Одним из самых весомых индикаторов высокого инвестиционного риска в регионе является неблагоприятное состояние окружающей среды. Так, по данным Министерства охраны окружающей среды и природных ресурсов Казахстана, среди промышленно развитых регионов республики на долю ВКО приходится 10,4% всех выбросов загрязняющих веществ в атмосферу.

Согласно информации агентства «Эксперт-Ра», общий уровень инвестиционного потенциала Алтайского края характеризуется как достаточно высокий. Регион, по экспертным оценкам, на протяжении последних 10 лет входит в список первых 30 субъектов России. Инвестиционный рейтинг регионов — 3В1, что означает пониженный потенциал - умеренный риск. По инвестиционному риску край поднялся с 62-го места в 2006 г. на 32-е место в 2015 г., переместившись тем самым из зоны высокого риска в зону умеренного риска, что является положительным признаком для потенциальных инвесторов при вложении средств в реализацию инвестиционных проектов. Позиция региона по инвестиционному потенциалу в 2015 году улучшилась, прежде всего, за счет существенного повышения инновационной составляющей, принимаемой агентством при расчете рейтинга.

Рассматривая структуру инвестиций региона Алтайского края по видам экономической деятельности, ситуация в Алтайском крае представляется сложнее, чем в ВКО. Это связано с очень малой долей инвестиций в промышленный сектор обрабатывающих производств, в то время как в сфере услуг она составляет больший удельный вес (таблица 2).

В современных условиях, нижним уровнем (критерием) инвестиций может служить показатель инвестиционной достаточности: размер реальных инвестиций должен составлять не менее половины регионального амортизационного фонда. В связи с ограниченностью статистической информации, размер регионального амортизационного фонда ВКО и Алтайского края получен расчетным путем. Условно приняв его равным степени износа основных средств в процентах от их балансовой стоимости. Методика расчета показателя представлена в таблице 3.

Таблица 3 – Инвестиционная достаточность ВКО и Алтайского края за период 2006 - 2015 гг.

Показатели	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
Восточно-Казахстанская область										
Балансовая стоимость основных фондов на конец года, млн. тенге	531575	620379	786698	879668	1063191	1275829	1530995	1837194	2204633	2645559 (прогноз)
Степень износа, %	39,0	36,4	37,0	38,8	38,9	40,0	39,7	40,1	40,7	41 ,0 (прогноз)
Амортизационный фонд (расчетное значение), млн. тенге	207314	225818,0	291078,4	341311	413581,4	495021,8	594026,1	712831,3	855397,6	1026477,2 (прогноз)
Инвестиции в основной капитал, млн. тенге	116054	126537	161376	139228	176834	295313	266000	301104	345500	411930
Показатель инвестиционной достаточности	0,66	0,56	0,55	0,41	0,43	0,6	0,45	0,42	0,4	0,4
Алтайский край										
Балансовая стоимость основных фондов на конец года, млн. руб.	92615	100426	114571	126308	133095	138419	168628	180481	195460	211681 (прогноз)
Степень износа, %	41,0	39,6	40,2	41,0	48,9	50,4	49,0	49,1	49,5	49,0 (прогноз)
Амортизационный фонд (расчетное значение), млн. руб.	37972,2	39768,7	46974,1	51786,3	55766,8	56761,8	69137,6	73997,4	80138,6	86789,2 (прогноз)

Продолжение таблицы 3

Показатели	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
Инвестиции в основной капитал, млн. рублей	29284,8	42643,2	55965,3	43641,4	55800,0	70307,6	83853,2	94586,2	102169	91855,0
Показатель инвестиционной достаточности	0,78	1,07	1,2	0,8	1,0	1,23	1,21	1,28	1,27	1,1 (прогноз)

Анализ статистической информации, приводит к неоднозначному выводу. С одной стороны, можно говорить о более благоприятной обстановке и позитивной тенденции инвестиционной активности в Алтайском крае, опираясь на относительно высокий показатель инвестиционной достаточности региона по сравнению с ВКО (где последние два года не удовлетворялся даже нижний критерий объема инвестиций). С другой стороны, в Восточно-Казахстанской области более эффективно распределены инвестиционные потоки с точки зрения структуры инвестиций по видам деятельности, так как большая доля средств направляется в сферу обрабатывающих производств, а не сферу услуг, что, несомненно, является более благоприятным для развития реального сектора региональной экономики.

Рассматривая четвертую группу факторов, отражающих степень открытости экономики региона, для начала необходимо определить, что следует понимать под понятием «открытость экономики». Открытая экономика предполагает целостность экономики, единый экономический комплекс, интегрированный в мировое хозяйство, ликвидацию государственной монополии внешней торговли при сохранении государственного контроля по отдельным позициям, эффективное использование всех имеющихся ресурсов и конкурентных преимуществ, активное использование различных форм совместного предпринимательства, организацию зон свободного предпринимательства. Поступательное развитие в соответствии с принципами открытой экономики, то есть согласно законам и стандартам мирового рынка в свете формирования Единого экономического пространства, крайне важно для приграничных регионов России и Казахстана.

К количественным индикаторам открытости экономики региона относят удельный вес экспорта и импорта в валовом региональном про-

дукте, это дает представление о масштабах связей отдельных регионов и национальных экономик в целом с мировым рынком. Динамика рассматриваемых показателей представлена в таблицах 4-5.

Таблица 4 – Степень открытости экономики ВКО

Показатели	Год										
	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
ВРП, млн. тенге	467 510,0	615 123,2	800 527,5	890 040,7	983 663,6	1244100,0	1620940,0	1819547,8	2072410,8	2288551,2	2311366,2
Средневзвешенный курс доллара США	132,88	126,09	122,55	120,3	147,5	147,5	147,8	150,5	153,4	180,9	302,9
ВРП, млн. долл. США	3518,3	4878,4	6532,3	7398,5	6668,9	8 443,2	11 055,4	12 146,4	13 560,6	12 739,0	10 424,2
Экспорт, млн. долл. США	905,471	1549,479	1953,571	1666,083	1521,383	1 928,2	2 470,6	2 936,6	2 376,8	2 245,3	2 175,4
Импорт, млн. долл. США	703,611	986,453	1431,215	1437,461	1178,404	1 192,9	1 902,0	2 680,4	2 915,0	2 876,9	1 851,1
Внешнеторговый оборот, млн. долл. США	1609,082	2535,932	3384,786	3103,544	2699,787	3 121,1	4 372,6	5 617,0	5 291,8	5 122,2	4 026,5
Экспортная квота	0,26	0,32	0,30	0,23	0,23	0,23	0,22	0,24	0,18	0,18	0,21
Импортная квота	0,20	0,20	0,22	0,19	0,18	0,14	0,17	0,22	0,21	0,23	0,18
Внешнеторговая квота	0,46	0,52	0,52	0,42	0,42	0,37	0,40	0,46	0,39	0,40	0,39

Таблица 5 – Степень открытости экономики Алтайского края

.	Год										
	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
ВРП, млн. руб.	114840,5	135686,4	173810,5	223563,4	268841,6	302900,7	332117,8	368995,2	410824,6	447900,0	410824,6
Средневзвешенный курс доллара США	28,2	32,2	29,9	24,4	29,4	30,4	29,4	31,1	31,8	38,4	60,95
ВРП, млн. долл. США	4072,358	4213,863	5813,06	9162,434	9144,272	9963,84	11296,52	11864,80	12919,01	11664,06	6740,35
Экспорт, млн. долл. США	663,1	741,8	590,6	944,7	1314,7	512,3	485,8	465,7	516,4	460,8	428,8
Импорт, млн. долл. США	231,5	199,2	297,9	316,4	617,9	394,6	362,3	424,0	304,7	232,6	145,5
Внешнеторговый оборот, млн. долл. США	894,6	941,0	888,5	1261,1	1932,6	906,9	848,1	889,7	821,1	693,4	574,3
Экспортная квота	0,16	0,16	0,18	0,10	0,10	0,05	0,04	0,04	0,04	0,04	0,07
Импортная квота	0,06	0,05	0,05	0,04	0,07	0,04	0,03	0,04	0,02	0,02	0,02
Внешнеторговая квота	0,22	0,22	0,15	0,14	0,21	0,09	0,08	0,07	0,06	0,06	0,09

На основании расчета рассмотренных показателей можно сделать вывод о высокой степени открытости экономики ВКО. В Алтайском крае значение показателей значительно ниже и доминирующую роль играет экспортная квота. В то же время, некоторые экономисты выделяют следующую закономерность: чем больше в структуре экономики вес базовых отраслей, тем меньше участие страны в международном разделении труда, тем меньше открытость экономики. Иногда у отдельных стран-экспортеров сырья экспортная квота значительно выше среднего уровня. В этих случаях экспортная квота говорит скорее не о степени открытости конкретной страны и вовлеченности ее в мировое хозяйство, а о сырьевой направленности экспорта. Именно такой вывод, к сожалению, в настоящее время отражает состояние экономики Восточ-

но-Казахстанской области. Так как базовыми экспортированными видами продукции в области являются цветные и редкоземельные металлы, урановая, танталовая и бериллиевая продукция, в то время как в товарной структуре импортных поступлений ежегодно увеличивается доля продукции производственно-технического назначения (машины и оборудование, в том числе электротехническое, транспорт), химической промышленности, товаров народного потребления, можно констатировать о крайне малой доли казахстанского содержания в экспортируемой и готовой продукции на рынке области. В Алтайском крае, помимо значительной доли экспорта топливно-энергетических ресурсов, существенную часть занимают группы товаров химической, пищевой промышленности, машин, оборудования, транспортных средств (около 30%), это позволяет сделать вывод о том, что российское содержание в экспортируемой продукции, несомненно, выше.

Вместе с тем, по-нашему мнению, существует значительный потенциал роста открытости экономик и оптимизации структуры экспорта и импорта обоих приграничных регионов при условии комплексного использования имеющихся на их территориях природных, производственных, трудовых ресурсов и проведения целенаправленной государственной политики по совершенствованию регионального планирования приграничных территорий.

В отношении количества вновь создаваемых совместных и иностранных предприятий и в объемах производимой ими продукции наблюдается хоть и положительная, но недостаточно высокая динамика для приграничных регионов. По-нашему мнению, это связано, прежде всего, с недостаточной проработанностью региональной политики, не учитывающей специфику развития приграничных регионов и, как следствие, недостаточная грамотность бизнес кругов относительно информированности о потребностях, особенностях и емкости рынков соседних территорий, дополнительных возможностей и выгод межрегионального сотрудничества, перспектив открытия транснациональных корпораций и филиалов.

Помимо диагностики основных факторов и критериев, отражающих состояние и частично влияющих на развитие приграничных регионов, в рамках данного исследования, считаем необходимым определить, какие из них в большей или меньшей степени влияют на развитие внешнеэкономических отношений региона.

Список использованных источников

1. Красноярова, Б. А. Пространственно-динамические процессы взаимодействия алтайских регионов // Вестник АРГО. – 2014. – № 3. – с.147-152.

2. Социально-экономическая ситуация в Алтайском крае в 2015 г. // http://www.econom22.ru/economy/se-monitoring/monitoring122015.php.

3. ПРОГРАММА развития территории Восточно-Казахстанской области на 2011-2015 годы.

4. ПРОГРАММА развития территории Восточно-Казахстанской области на 2016-2020 годы.

5. Экономический потенциал ВКО в контексте перспектив размещения производственных сил и расселения населения в перспективе до 2030 года.

6. Социально-экономическое развитие Алтайского края // http://www.econom22.ru/economy/se-monitoring/.

7. Итоги социально-экономического развития Восточно-Казахстанской области // http://www.akimvko.gov.kz/ru/ekonomika/ soczialno-ekonomicheskoe-razvitie.html.

8. Краевая программа "Улучшение инвестиционного климата в Алтайском крае" на 2011 - 2016 годы.

9. Алтайский край в 2015 году снизил инвестиционные риски и повысил инвестпотенциал // http://www.doc22.ru/information/expert/6727--2015.

10. Концепция долгосрочного социально-экономического развития Российской Федерации на период до 2020 г. от 17.11.2008 г. № 1662-р.

11. Прогноз долгосрочного социально-экономического развития Российской Федерации на период до 2030 г.

12. ГОСУДАРСТВЕННАЯ ПРОГРАММА индустриально-инновационного развития Республики Казахстан на 2015 – 2019 годы.

Кузьмина Н.Н., старший преподаватель
Алтайский государственный технический университет
им. И.И. Ползунова

ОСОБЕННОСТИ ПРИГРАНИЧНОГО СОТРУДНИЧЕСТВА АЛТАЙСКОГО КРАЯ С ВОСТОЧНО-КАЗАХСТАНСКОЙ ОБЛАСТЬЮ

(Статья подготовлена и опубликована при поддержке Российского гуманитарного научного фонда)

Алтай – трансграничная межнациональная территория, расположенная на пересечении природных и государственных границ Казахстана, Китая, Монголии и России. С позиций социально-экономического развития все регионы Алтая относятся к периферийным с низким уровнем и качеством жизни. Экономика алтайских регионов отличается аг-

рарной направленностью за исключением Восточно-Казахстанской области (ВКО), где высока доля горнодобывающей и металлургической промышленности.

В целом же интеграционные процессы на региональном уровне возможны только под влиянием ряда условий и предпосылок в комплексе со стремлением государственных и региональных органов власти к сближению и сотрудничеству. Ярким примером динамичности интеграционных процессов в области межрегионального приграничного сотрудничества являются взаимоотношения России с Казахстаном. Особенности российско-казахстанских связей, предпосылок их межгосударственного сотрудничества в сфере экономики, общественно-культурной, научной, военной и иных сферах характеризуются их глубиной и многосторонностью.

Приграничное сотрудничество Алтайского края с Восточно-Казахстанской областью проходит в рамках межгосударственной программы «Наш общий дом – Алтай». Шесть сопредельных областей Большого Алтая, в том числе Алтайский край и Восточно-Казахстанская область, решили строить новую модель межгосударственного приграничного сотрудничества с целью создания оптимальных условий для развития всех территорий Алтайского региона. Развитие сотрудничества сопредельных территорий России, Казахстана, Китая и Монголии должно быть реализовано в сфере экономики, торговли, науки и техники, добычи и переработки природных ресурсов, транспортного сообщения, охраны окружающей среды, туризма, образования, культуры.

Вышеизложенное позволяет рассматривать Восточно-Казахстанскую область в качестве предпосылки формирования интеграционных механизмов Алтайского края как перспективное направление развития его экономики и рассматривать ресурсный потенциал области как фактор, способствующий реализации этих механизмов. Экономика трансграничного региона, включающего Алтайский край и Восточно-Казахстанскую область – это многоотраслевой комплекс. Алтайский трансграничный регион является одним из промышленно развитых регионов России и Казахстана. Основой производственного потенциала является промышленность и аграрное производство.

Макроэкономические показатели ВРП и ВРП на душу населения в регионе имеют тенденцию к росту на протяжении довольно длительного периода. За 2005-2015 гг. ВРП Алтайского края увеличился в 3,5 раза, заняв в 2015 году 34-е место в России, тогда как в 2005 году Алтайский край по объему валового регионального продукта занимал 36 место. ВРП на душу населения за аналогичный период вырос в 3,8 раза. Осно-

вой роста стали динамичное развитие строительства, транспорта и связи, торговли, рост денежных доходов населения (таблица 1).

Таблица 1 – Экономический рост в Алтайском крае

Показатель	Год										
	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
Валовой региональный продукт, млн. рублей	114840	135686	173810	223563	268841	302900	332117	368995	410824	447900	410824
Темп роста ВРП (в основных ценах), %	107	101,6	110,2	109,5	103,3	103,2	103,9	101,6	104,9	101,0	104,9
Валовой региональный продукт на душу населения, тыс. рублей	44,8	53,35	68,88	89,54	107,9	125,3	137,9	153,8	171,8	187,8	172,3
Доля региона в валовом региональном продукте по стране, %	0,68	0,63	0,65	0,67	0,65	0,80	0,73	0,74	0,76	0,76	0,76

Значительная часть добавленной стоимости Алтайского края формируется базовыми секторами экономики - промышленностью и сельским хозяйством. Доля сельского хозяйства в ВРП края на 10,7% выше, чем в среднем по России и на 8,2% выше, чем в среднем по Сибирскому федеральному округу. Аграрный комплекс края является отраслью, базирующейся на собственном ресурсном обеспечении (кроме топливно-энергетических ресурсов). Сфера торговой деятельности, стала, как и в целом по России, одним из локомотивов роста, причем удельный вес торговли в отраслевой структуре валового регионального продукта постоянно растет (таблица 2), в то время как доля промышленности и сельского хозяйства имеет тенденцию к снижению.

Таблица 2 – Отраслевая структура валовой добавленной стоимости Алтайского края, в процентах к итогу

Отрасль народного хозяйства	Годы										
	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
Всего	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Сельское хозяйство	23,2	16,8	16,3	15,7	15,2	18,4	16,1	13,8	15,6	13,8	14,9

Продолжение таблицы 2

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
Промышленность	22,5	25,3	23,4	22,1	21,6	25,2	25,3	24,7	23,5	23,5	23,5
Строительство	4,0	4,7	4,8	4,2	4,2	5,0	4,8	4,9	4,6	4,3	3,9
Торговля	19,2	21,7	20,9	23,7	24,1	19,3	17,4	16,9	17,0	17,0	15,4
Транспорт и связь	7,1	7,5	8,6	8,9	8,8	5,8	7,8	8,0	6,6	7,4	7,0
Прочие услуги	10,6	11,4	14,4	14,6	15,2	26,3	28,6	31,7	32,7	34,0	35,3

Социально-экономическое развитие Алтайского края в 2014-2015 годах находилось в общероссийском тренде и происходило в условиях внешнеполитической напряженности, изменения конъюнктуры на мировом нефтяном рынке, ослабления национальной валюты и повышенного инфляционного фона, что повлекло замедление темпов роста в реальном секторе экономики в 2015 году. Вместе с тем положительную динамику ее основных параметров в крае удалось сохранить.

По итогам 2015 года [2] индекс промышленного производства в Алтайском крае сохранен на уровне 2014 года. Объем отгруженной предприятиями продукции увеличился на 14,6%, составив 289 млрд. рублей, в том числе в добывающем секторе – на 39,2% (до 4,4 млрд. рублей), в обрабатывающем секторе – на 14,7% (до 240,3 млрд. рублей). Объем валовой продукции сельского хозяйства, произведенный всеми сельхозтоваропроизводителями Алтайского края, составил 140,4 млрд. рублей или 107,5% к 2014 г. В Алтайском крае с начала года сохраняется тенденция более сдержанного темпа роста потребительских цен по сравнению со среднероссийским показателем (112,4% против 112,9% соответственно). Индекс потребительских цен на продовольственные товары составил 112,4%, что существенно ниже среднероссийского значения (114%). По состоянию на конец 2015 года Алтайский край входит в пятерку регионов Сибирского федерального округа с минимальными ценами на 21 из 24 социально значимых продуктов питания и занимает 2 место по наименьшей стоимости минимального набора продуктов питания. Несмотря на рост показателя ВРП в расчете на душу населения в период с 2005 г. по 2014 г., его уровень остается ниже среднего по Российской Федерации, что является фактором, сдерживающим социально-экономическое развитие региона.

Валовой региональный продукт Восточно-Казахстанской области за период с 2005 по 2015 гг. увеличился в 4,9 раза (таблица 3). Вместе с тем вклад области в объем ВВП страны существенно сократился, так, если в 1990 году она занимала наибольший удельный вес в экономиче-

ском потенциале страны, то в 2015 году – лишь 5,7% ВВП республики, занимая шестое место после Атырауской, Карагандинской, Южно-Казахстанской областей и городов Астана и Алматы. Это связано со структурными преобразованиями экономики, индустриальным развитием страны, в результате чего наиболее динамичное развитие получили области, специализирующиеся на нефтегазодобывающем секторе экономики, а также с интенсивным развитием сферы услуг, охватывающей телекоммуникационную, кредитно-финансовую, страховую и другие отрасли этой сферы.

Таблица 3 – Экономический рост в Восточно-Казахстанской области

Показатель	Год										
	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
Валовой региональный продукт ВКО, млн. тенге	467 510,0	615 123,2	800 527,5	890 040,7	983 663,6	1244100,0	1620940,0	1819547,8	2072410,8	2288551,2	2311366,2
Темп роста ВРП (в основных ценах), %	116,7	131,6	130,1	111,2	110,5	126,5	107,2	107,6	112,6	107,3	102,8
Валовой региональный продукт на душу населения, тыс. тенге	325,4	430,8	563,4	627,9	693,6	889,8	1161	1299	1480	1636	1656
Доля региона в валовом региональном продукте по стране, %	6,2	6,0	6,2	5,5	5,8	5,7	5,7	5,8	5,7	5,8	5,7

В ВКО наибольший удельный вес в отраслевой структуре ВРП занимает промышленность. Общую тенденцию к росту за рассматриваемый период имеют только сельское хозяйство, торговля и сфера услуг (таблица 4).

Таблица 4 – Отраслевая структура валовой добавленной стоимости ВКО, в процентах к итогу

Отрасль народного хозяйства	Год										
	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
Всего	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Сельское хозяйство	9,43	7,97	7,3	7,32	10,29	8,1	8,2	9,3	10,0	8,7	7,7
Промышленность	29,83	32,32	30,98	28,56	29,31	27,9	30,8	28,5	30,2	29,9	28,3
Строительство	5,26	7,17	6,45	5,46	4,24	5,6	5,9	4,6	4,7	5,1	6,5
Транспорт и связь	12,25	11,66	10,21	10,02	8,47	9,3	10,6	7,6	8,8	7,4	6,7
Торговля	12,06	9,76	10,88	13,8	12,85	14,4	18,4	14,6	18,0	14,7	50,8
Прочие услуги	31,81	31,11	34,18	34,84	34,85	34,7	26,1	35,4	28,3	34,2	

По данным Комитета статистики Восточно-Казахстанской области [4] удельный вес ВРП Восточно-Казахстанской области в общем объеме ВВП Республики Казахстан увеличился 2015 году составил 5,7%. В экономике области доля производства товаров достигла 42,6%, доля услуг – 57,4%. Основными факторами роста экономики стали высокий потребительский спрос и наметившееся оживление инвестиционной активности в области. Доля промышленности в структуре экономики региона значительна: 28,3% в ВРП в 2015 году и 11% от общего числа занятого населения в регионе, что выше среднереспубликанского уровня. Доля сельского хозяйства в ВРП области составляет в 2015 году 7,7%. За 2012-2014 годы в ВКО наблюдалось сокращение спроса на экспортную продукцию и темпов роста во внешней торговле. Внешнеторговый оборот области уменьшился с 4,9 млрд. долларов США в 2012 году до 3,3 млрд. долларов США в 2014 году или на 32,7%. Экспорт товаров уменьшился соответственно с 3,8 млрд. долларов США до 1,96 млрд. долларов США или почти в 2 раза. Импорт снизился в 1,7 раза (с 2,3 млрд. долларов США до 1,3 млрд. долларов США).Удельный вес в объеме экспорта по республике сократился с 4,8% в 2012 году до 2,7% в 2014 году. В структуре экспорта в среднем за рассматриваемый период доля товаров промышленности составляла 66,8% (руды, концентраты, редкоземельные, цветные и драгоценные металлы, кислоты, средства взрывания и другие), сельского хозяйства – 3,4% (пшеница, мука, крупа, рыбная продукция, подсолнечное масло и другие), строительства – 0,1% (цемент, асбестоцементные изделия, кирпич и другие) и прочих товаров – 29,7%. Замедлению темпов экономического роста в 2015 году с 12,6 до 2,8% по сравнению с 2013 годом способствовало сокращение объемов производства продукции сельского хозяйства на 1,6%, снижение темпов роста в промышленности до 0,2% за счет сокращения объемов производства в обрабатывающей промышленности и производстве и распределении электроэнергии, газа и воды, а также замедление темпов роста в сфере транспорта и связи с 7,6 до 6,7%. Темпы роста торговли увеличились с 40,0 до 50,8%. Падение темпов в производстве промышленной продукции обусловлено в основном за счет снижения цен на продукцию предприятий производителей. К 2016 году экономическая ситуация в регионе стабилизировалась и по большинству показателей произошел рост, хоть и не такими темпами, как в докризисный период.

Отраслевая структура экономик приграничных регионов Алтайского края и Восточно-Казахстанской области была рассмотрена в комплексе как экономика интегрированного трансграничного алтайского региона (таблица 5). Как показал анализ, наибольший удельный вес в отраслевой структуре ВРП трансграничного региона занимает промыш-

ленность. В обрабатывающей промышленности с российской стороны наибольшую долю занимают: производство пищевых продуктов (36,1%), производство кокса (18,3%), производство транспортных средств и оборудования (11,5%), химическое производство (6,5%); с казахстанской стороны доля металлургической промышленности и обработки металлов составляет наибольший удельный вес - 53%, переработка сельскохозяйственных продуктов – 10%, производство машин и оборудования – 24%, производство строительных материалов – 6%, химическая промышленность - 3% и прочие отрасли -4%.

Таблица 5 – Объем производства отраслей промышленности алтайского региона, млн. рублей

Отрасль	Регион	Год									
		2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
Горнодобывающая	АК	968,5	2238	3095	3383	4224	4439	4919	6941,2	3160,9	4400,0
	ВКО	15322	16714	17183	18403	22616	21571	14816	18168	19686	19379
Машиностроение металлообработка	АК	4611	4243	6269	4643	4251	5029	5708	5879	6191	7665
	ВКО	5609	10054	10726	8599	12673	18377	25743	35891	41167	28817
Металлургия	АК	6325	5306	8769	4966	7348	8252	8400	8367	7974	6530
	ВКО	37813	40818	31026	37183	52345	66403	92128	92128	92898	96892
Химическая	АК	5186	6079	8466	7632	10090	13076	14658	18778	21200	21306
	ВКО	492,9	779,1	900,0	1206	2288	2364	3370	4412	4576	4745
Пищевая	АК	30541	35088	46077	52341	55797	58029	61859	63962	66585	70047
	ВКО	6470	8038	10766	9875	11681	12802	12752	15122	17853	16167
Производство электроэнергии, газа и воды	АК	23693	19258	23895	26748	30805	28803	30675	28650	29911	32124
	ВКО	5530	6869	8944	8927	10407	14105	13917	13994	15342	17333
Сельское хозяйство	АК	46439	57051	69242	76425	77085	78396	88000	109120	108000	116100
	ВКО	16007	19623	21951	32968	30626	40027	44670	54180	55367	55920

* тенге переведены в рубли по текущему курсу валют

Горнодобывающая отрасль промышленности трансграничного региона имеет устойчивую тенденцию к росту. Разнообразная и богатая минерально-сырьевая база позволяет обеспечить как внутренние потребности, так и реализовать растущие экспортные возможности региона, главным богатством которого являются многокомпонентные полиметаллические руды (Алтайский край) и цветные металлы (ВКО). Балансовые запасы цветных металлов и полиметаллов сосредоточены более чем в 40 месторождениях, разработку месторождений ведут горно-обогатительные комбинаты, наиболее крупные из них ТОО «Казцинк», ТОО «Ульбинский металлургический завод», ПО «Востокцветмет», объединение «Востокказмедь». В Восточном Казахстане объем производства отрасли за период с 2006 по 2015 гг. вырос на 26 %, в Алтайском крае за аналогичный период - в 4,5 раза.

Обрабатывающая промышленность трансграничного региона представлена рядом достаточно развитых отраслей.

Машиностроение и металлообработка является стратегически важной отраслью региона. Машиностроительный комплекс с казахстанской стороны представлен рядом крупных и средних предприятий по производству горношахтного оборудования, оборудования для обогатительных фабрик и металлургических заводов, оборудования для нефтегазодобычи, промышленных конденсаторов, автотягачей, двигателей для бытовой техники, газовых приборов, кабельной продукции и ряда других изделий. Крупными предприятиями отрасли являются АО «АЗИЯ АВТО», АО «Востокмашзавод», ТОО «СемАз», ОАО «Усть-Каменогорский арматурный завод», ОАО «Конденсаторный завод», ТОО «Машзавод». С российской стороны из выпускаемой машиностроительными предприятиями продукции конкурентоспособными на внутреннем и на внешнем рынках являются: вагоны железнодорожные ОАО «Алтайвагон», дизели и топливная аппаратура ОАО «Алтайский моторный завод» и ЗАО «АЗПИ», котлы и энергетическое оборудование ПК «Сибэнергомаш». Особое значение для региона имеет возрождение и развитие сельскохозяйственного машиностроения. Производство машин и оборудования в Алтайском крае за период с 2006 по 2010 гг. имеет негативную тенденцию, так, объем отгруженной продукции предприятий этой отрасли снизился на 7,8%. Это обусловлено, прежде всего, тем, что, несмотря на традиционно развитое машиностроение края, одно из его направлений - сельскохозяйственное машиностроение – не выдержало конкуренции со стороны как отечественных, так и зарубежных производителей, в результате чего было прекращено производство тракторов сельскохозяйственного назначения. Кроме того, из около 30 наименований сельскохозяйственных машин и орудий для растениеводст-

ва, производимых в регионе, только восемь можно отнести к машинам и орудиям для ресурсосберегающих технологий, вся эта продукция не отличается высокой наукоемкостью. Ситуация в отрасли изменилась в период с 2011 г. по 2015 г. За указанный период сложилась тенденция роста. Так объем производства машин и оборудования увеличился в 2015 г. по отношению к 2010 г. в 1,8 раза. Данный рост вызван двумя факторами – хорошей работой «оборонки» и сельхозмашиностроения. По данным экспертов сельхозмашиностроение в 2015 году произвела продукции на 4,5 миллиарда, а в 2016 году ожидается 13,5 миллиарда. «Оборонка» прибавит к уровню прошлого года 15 – 17 процентов.

Металлургическая отрасль занимает ведущую роль в экономике ВКО. Так, одной из самых развитых и перспективных отраслей экономики региона с казахстанской стороны является цветная металлургия. Восточный Казахстан - один из основных в республике производителей свинца, цинка, меди, аффинированных золота и серебра, единственный производитель титана, магния, тантала, топлива для АЭС. В общем объеме республики удельный вес производимого в области свинца составляет 84,5%, аффинированного серебра – 38,7%, аффинированного золота - 62,5%, титана, магния – 100%. В Алтайском крае перспективным направлением развития черной металлургии является производство кокса. Динамика производства кокса определялась конъюнктурой мирового рынка металлопродукции, улучшение которой повысило привлекательность отрасли и позволило значительно увеличить капиталовложения в развитие. В настоящее время Алтайский край осуществляет экспортные поставки кокса на Украину, в Казахстан, Узбекистан и др. Потребности данных государств в коксе со временем будут только возрастать, к примеру, ежегодная потребность Казахстана в коксе составляет около 1 млн.куб.м.

Химическая промышленность региона представлена в основном предприятиями Алтайского края, формирующими два вида экономической деятельности: химическое производство и производство резиновых и пластмассовых изделий, на их долю приходится около 6% отгруженных товаров обрабатывающего сектора. Среди предприятий химической отрасли лидером по объему выпускаемой продукции является ОАО ПО «Алтайский шинный комбинат». Кроме того, в последние годы устойчивое развитие получили производства сульфата натрия, конкурентоспособных импортозамещающих товаров бытовой химии и другой химической продукции, основанные на местном сырье, ведущее предприятие отрасли – ОАО «Кучуксульфат», «Барнаульский завод АТИ». Наличие уникального природного сырья в крае предопределило инвестиционную привлекательность и ускоренное развитие производства вита-

минных препаратов и лекарственных средств. В этой сфере осуществляют производственную деятельность ЗАО «Алтайвитамины» и ЗАО «Эвалар», имеющие стабильную тенденцию роста объемов производства и устойчивые рынки сбыта во многих регионах России. Объем отгруженной продукции производства отрасли Алтайского края в 2015 году увеличился по сравнению с 2006 годом в 4,1 раз, в ВКО – 9,6 раз.

Пищевая и перерабатывающая промышленность занимает значительное место в экономике трансграничного региона. Производство пищевых продуктов – приоритетная отрасль промышленности для Алтайского края, которая работает на собственной сырьевой базе. Алтайский край занимает первое место в России по производству муки (12% от общероссийского) и сыров (14%), второе место по производству крупы (19%) и третье место по производству макаронных изделий (8,4%). Пищевая промышленность Восточно-Казахстанской области представлена следующими крупными и средними производствами: производство и переработка мяса, производство растительного масла, производство молочной продукции, хлебобулочных и кондитерских изделий, производство муки, крупы, кормов. Объем производства товарной продукции пищевой и перерабатывающей промышленности в Алтайском крае в 2015 году увеличился к уровню 2006 года в 2,3 раза, в ВКО – в 2,5 раза.

Одной из важнейших отраслей региона является электроэнергетика, от производственной деятельности которой в немалой степени зависит развитие других производств и экономики в целом. Экономика Алтайского края и Восточно-Казахстанской области характеризуется высокой долей энергоемких технологий и производств, так, около 67% потребляемой электроэнергии ВКО используется предприятиями промышленности, причем, 12,6% объема потребленной электроэнергии использовано на производственную деятельность горнодобывающих предприятий, 75,1% - предприятий обрабатывающей промышленности, 12,3% - предприятий, занимающихся производством и распределением электроэнергии, газа и воды. По выработке электроэнергии ВКО занимает 4 место по республике, на долю отрасли по производству и распределению воды и газа приходится 12% всей выпускаемой промышленной продукции области и более 10% республиканского объема. Тогда как энергозависимость является существенным ограничением для развития Алтайского края. В нем вырабатывается только 56% необходимой электрической энергии. Недостающая электроэнергия поступает с федерального оптового рынка энергетических мощностей. Использование концепции комплексного планирования и использования мощностей энергетической отрасли ВКО для потребностей всего трансграничного региона может служить перспективным направлением долгосрочного

сотрудничества. В Алтайском крае рост объема производства отрасли за рассматриваемый период составил 35,6%, в ВКО – 210%.

Агропромышленный комплекс в развитии трансграничного региона играет особо важную роль. Алтайский край является одной из главных житниц России, располагает мощным агропромышленным потенциалом, входит в число крупнейших российских производителей продовольствия. Край специализируется на производстве зерновых, входит в первую тройку среди субъектов Российской Федерации по валовому объему производства зерна, занимает монопольное положение в Сибирском федеральном округе по производству технических культур, сахарной свеклы. Динамичное развитие агропромышленного комплекса региона в значительной мере обеспечивает продовольственную безопасность страны. Из общего объема продукции сельского хозяйства края, продукция растениеводства составляет 54%, животноводства – 46%. В агропромышленном комплексе Восточно-Казахстанской области к 2015 году число сельхозформирований и крестьянских хозяйств по сравнению с 2006 годом увеличилось более чем в 2 раза. В Алтайском крае объема производства отрасли за рассматриваемый период увеличился в 2,5 раза, в ВКО – в 3,5 раза. Для развития трансграничного региона является важным факт перспектив взаимодополняемости развития сельского хозяйства. Как было отмечено выше, Алтайский край специализируется на производстве зерновых, входит в первую тройку среди субъектов Российской Федерации по валовому объему производства зерна, занимает монопольное положение в Сибирском федеральном округе по производству технических культур, сахарной свеклы. Восточно-Казахстанская область традиционно специализируется на животноводстве, развитие которого в Казахстане неотъемлемо связано с расширением кормовой базы, в связи с этим развитие растениеводства Алтайского края может служить дополнением казахстанской кормовой базы, то есть стать фактором развития животноводства ВКО. Более того, продукция российских аграриев, таким образом, может найти большой рынок сбыта у казахстанских сельхозпроизводителей.

В целом, состояние экономик Алтайского края и ВКО в целом характеризуется развитием тенденций и факторов, которые способны сохранить позитивную динамику развития приграничного регионов. На территории трансграничного региона расположено большое количество крупных промышленных предприятий государственного значения различных отраслей реального сектора экономики, на базе которых при достаточном целевом финансировании, можно производить конкурентоспособную продукцию с высокой добавленной стоимостью. Более того, основные предприятия, приведенные при анализе отраслей эконо-

мик, можно рассматривать как потенциальные точки роста для своих регионов. Причем эффективность производства всего трансграничного региона, на наш взгляд, значительно повысится при условии развития кооперационных связей между предприятиями Алтайского края и Восточно-Казахстанской области

Список использованных источников

1. Красноярова, Б. А. Пространственно-динамические процессы взаимодействия алтайских регионов // Вестник АРГО. – 2014. – №3. – с.147-152.

2. Социально-экономическая ситуация в Алтайском крае в 2015 г. // http://www.econom22.ru/economy/se-monitoring/monitoring122015.php.

3. ПРОГРАММА развития территории Восточно-Казахстанской области на 2011-2015 годы.

4. ПРОГРАММА развития территории Восточно-Казахстанской области на 2016-2020 годы.

5. Экономический потенциал ВКО в контексте перспектив размещения производственных сил и расселения населения в перспективе до 2030 года.

6. Социально-экономическое развитие Алтайского края // http://www.econom22.ru/economy/se-monitoring.

7. Итоги социально-экономического развития Восточно-Казахстанской области // http://www.akimvko.gov.kz/ru/ekonomika/soczialno-ekonomicheskoe-razvitie.html.

8. Краевая программа "Улучшение инвестиционного климата в Алтайском крае" на 2011 - 2016 годы.

9. Алтайский край в 2015 году снизил инвестиционные риски и повысил инвестпотенциал // http://www.doc22.ru/information/expert/6727--2015.

10. Концепция долгосрочного социально-экономического развития Российской Федерации на период до 2020 г. от 17.11.2008 г. № 1662-р.

11. Прогноз долгосрочного социально-экономического развития Российской Федерации на период до 2030 г.

12. ГОСУДАРСТВЕННАЯ ПРОГРАММА индустриально-инновационного развития Республики Казахстан на 2015 – 2019 годы.

Кузьмина О.Г., к.т.н., доцент
Алтайский государственный технический университет
им. И.И. Ползунова
Шевелева Г.И., к.т.н., доцент
Кемеровский технологический институт пищевой
промышленности (университет)

ОРГАНИЗАЦИОННЫЙ АНАЛИЗ СИСТЕМЫ УПРАВЛЕНИЯ КАЧЕСТВОМ ПРОДУКЦИИ

Под организацией понимается характеристика системы, которая не тождественна сложности ее структуры. Более того, характеристики системы не зависят от характеристик составляющих ее элементов, но зависят от характеристик организаций этих элементов.

Оргструктура определяется следующими основные характеристиками:

а) сущность (организации являются системами типа "человек-машина");

б) состав (организация должна обладать способностью выбирать направление деятельности, ответственность, за которую может быть распределена между ее элементами на основе их функций);

в) коммуникация (взаимосвязи между элементами организации, определяющие их поведение и взаимодействие между собой);

г) выбор решения (все элементы организации должны распределить между собой задачи и соответствующие направления деятельности)

На основании вышесказанного об оргструктурах, следует дать формулировку оргструктуры производственно-экономической системы (ПЭС) и оргструктуры системы качества (СК).

Под оргструктурой ПЭС понимается форма распределения задач и полномочий по принятию решений между лицами или группами лиц (структурными подразделениями), составляющими организацию, направленную на достижение стоящих перед системой целей.

СК как и всякая система, включающая в себя коллективы, нуждается в определенной оргструктуре. При этом оргструктура СК - как подсистемы ПЭС - должна строится с учетом и в соответствии с оргструктурой самой производственно-экономической системы.

Оргструктура СК есть совокупность правил организации фиксированного множества элементов системы и их взаимодействия друг с другом и с другими подсистемами ПЭС.

Таким образом, в принципах, принятых при формировании оргструктуры системы, заложены источники развития системы в целом. Выбирая ту или иную оргструктуру системы, можно добиваться повышения ее эффективности, не вводя изменения в набор составляющих систему элементов. В этом и скрываются основные резервы повышения эффективности системы управления качеством продукции [1].

В соответствии со свойствами, по которым множество элементов объединяется в систему, произведен анализ СК промышленного предприятия.

Основной целью СК является осуществление комплекса мероприятий при создании и эксплуатации или потреблении продукции в целях установления, обеспечения и поддержания необходимого уровня ее качества.

В соответствии с основной целью укрупненные функции СК на анализируемом промышленном предприятии сгруппированы по стадиям существования продукции следующим образом:

а) стадия подготовки производства;

б) стадия производства: организационно-технические и специальные меры по обеспечению качества и надежности выпускаемой продукции, работа, проводимая совместно с общественными организациями;

в) стадия эксплуатации: совершенствование эксплуатационной документации, гарантийное обслуживание изделий, авторский надзор за правильностью эксплуатации изделий, восстановление отказавших в эксплуатации изделий.

Эффективность СК на промышленном предприятии существенно зависит от уровня взаимодействия ее подсистем, исполняющих контрольные и управляющие функции, т.к. принцип действия каждой подсистемы состоит в следующем:

1) обеспечение других подсистем необходимыми материальными средствами и информацией (как заранее предусмотренными, так и требуемыми в результате возникающих случайных производственных ситуаций);

2) обеспечение на заданном уровне собственной производственной деятельности в материальном и информационном смыслах.

Следовательно, СК характеризуется, прежде всего, наличием множества прямых и обратных связей, приводящих к тому, что деятельность каждой подсистемы в принципе нельзя считать независимой от деятельности любой другой подсистемы. Отсюда следует единственно правильный путь к исследованию возможностей совершенствования системы управления качеством. Этот путь лежит в пределах системного подхода как обширного раздела современного менеджмента. Систем-

ный подход исследует взаимосвязи, взаимодействие множества элементов, которое принимается в качестве исходного множества. Системный подход включает в себя и теорию эргономических систем (т.е. систем, в той или иной мере зависящих от человека) с вытекающей из нее теорией организационных структур, и теорию принятия решений.

При системном подходе в анализе сложных структур зачастую стремятся сохранить принцип декомпозиции сложного образования, разделения сложной структуры на относительно независимые части, с тем, чтобы исследовать каждую часть в отдельности, а затем интегрировать результаты. Разработаны принципы и установлены некоторые правила декомпозиции. Возникает, как это видно из анализа литературных данных, противоречивая картина: с одной стороны, явная взаимозависимость подструктур, с другой стороны - необходимость в анализе подструктуры в отдельности от других подподструктур. Первое - результат анализа действительного положения вещей, второе - требование простоты анализа и, отсюда, снижения погрешностей.

Выход состоит в компромиссном применении декомпозиции с учетом входных и выходных функций СК и ее отдельных подсистем. В этом случае, рассматривается некоторая система (подсистема) автономно, однако, при этом учитываются все ее входные и выходные функции, а также, при необходимости, внешние воздействия (помехи, ограничения), которыми "представлены" результаты взаимодействия подсистем их взаимовлияния. Проверкой же правильности такого анализа является последующее моделирование (испытание) результатов с учетом всех реальных взаимодействий функций в сложной системе. При получении ожидаемого результата ранее полученные данные относительно исследуемой подсистемы могут быть приняты как истинные [2].

Такой подход, являясь компромиссным, в то же время объединяет в себе основные положения обоих описанных выше подходов. К недостаткам такого подхода можно отнести необходимость пользоваться обобщенными функциями. Это, впоследствии, при переходе к практической реализации потребует некоторых доработок в пределах относительно низких уровней системы (например, на рабочих местах), но к существенным достоинствам такого подхода следует отнести:

а) возможность включения в систему специальной подсистемы оптимизации контрольных и управляющих функций на предприятии и непрерывной коррекции (совершенствования) СК;

б) возможность совмещения близких по содержанию или по исполнению СК.

Список использованных источников

1. Родионов, В. В. Проектное управление организацией машиностроительного производства / В. В. Родионов, Т. А. Суетина // Российское предпринимательство. – 2010. – № 10-1 (168). – с. 95-100. – URL: http://bgscience.ru/lib/6463.

2. Федюкин, В. К. Управление качеством производственных процессов : учебное пособие / В. К. Федюкин. – 2-е изд., стер. – М. : КНОРУС, 2016. – 230 с. – (Бакалавриат). ISBN 978-5-406-05265-5

Левичева К.В., магистр менеджмента
Кузьмина О.Г., к.т.н., доцент
Алтайский государственный технический университет
им. И.И. Ползунова

ПОВЫШЕНИЕ УЗНАВАЕМОСТИ БРЕНДА «МАЗ» В АЛТАЙСКОМ КРАЕ

Очередной кризис, обрушившийся на российскую экономику в прошлом году, повлиял практически на все предприятия страны. Резкие скачки курса валют поставили под удар компании, сотрудничающие с иностранными производителями. Одним из таких предприятий в Алтайском крае является ООО «АлтайМАЗавто». Представляя интересы белорусского бренда «МАЗ» в нашем регионе, фирма столкнулась с рядом проблем, что негативно сказалось на ее деятельности.

Компания ООО «АлтайМАЗсервис» почти 20 лет представляла интересы Минского автомобильного завода в Сибирском Федеральном Округе. Теперь ей на смену пришло ООО «АлтайМАЗавто», которое является полным правопреемником «АлтайМАЗсервис». ООО «АлтайМАЗавто» и ООО «Техцентр» образуют группу компаний, осуществляющих совместную деятельность по реализации и обслуживанию автомобилей МАЗ. К основным видам деятельности компании относятся:

- реализация автомобилей и автобусов марки «МАЗ»;
- сервисное и гарантийное обслуживание автотехники;
- предпродажная подготовка;
- обеспечение запасными частями;
- сертифицированное СТО.

ООО «АлтайМАЗавто» заключало договоры с ОАО «МАЗ» в долларах, и быстрое изменение курса валюты затормозило деятельность предприятия. В итоге оно потеряло официальное дилерство, на складах

стали скапливаться непроданные запасные части, что поставило работу предприятия под вопрос.

В настоящее время ООО «АлтайМАЗавто» пытается вернуть потерянных клиентов и привлечь новых, поэтому основной целью для себя ставит повышение узнаваемости бренда «МАЗ» в Алтайском крае. В связи с этим начались работы, направленные на потребителей и их интересы.

В ходе исследования был проведен опрос среди экспертов в области автотехники. Респондентам задали ряд вопросов, позволяющих выявить основные проблемы бренда по мнению потребителей. Результаты опроса представлены в таблице 1.

Таблица 1 – Результаты опроса экспертов по автомобилям марки «МАЗ»

<table>
<tr><th colspan="2">Вопрос</th><th colspan="7">Варианты ответа</th></tr>
<tr><td rowspan="2">1</td><td rowspan="2">Респондент является руководителем</td><td>Среднего звена</td><td colspan="2">Высшего звена</td><td colspan="4">Не является руководителем</td></tr>
<tr><td>73,9%</td><td colspan="2">17,4%</td><td colspan="4">8,7%</td></tr>
<tr><td rowspan="2">2</td><td rowspan="2">Образование респондента</td><td>Среднее</td><td colspan="2">Средне-специальное</td><td colspan="4">Высшее</td></tr>
<tr><td>8,7%</td><td colspan="2">34,8%</td><td colspan="4">56,5%</td></tr>
<tr><td rowspan="2">3</td><td rowspan="2">Известно ли респонденту о марке «МАЗ»</td><td colspan="3">Да</td><td colspan="4">Нет</td></tr>
<tr><td colspan="3">100%</td><td colspan="4">0%</td></tr>
<tr><td rowspan="2">4</td><td rowspan="2">Автомобили какой марки предпочитает респондент</td><td colspan="2">КАМАЗ</td><td>МАЗ</td><td>ЗИЛ</td><td>УРАЛ</td><td colspan="2">Иностранные производители</td></tr>
<tr><td colspan="2">43,5%</td><td>17,4%</td><td>0%</td><td>0%</td><td colspan="2">39,1%</td></tr>
<tr><td rowspan="2">5</td><td rowspan="2">Использовали ли респонденты автомобили марки «МАЗ»</td><td colspan="3">Да</td><td colspan="4">Нет</td></tr>
<tr><td colspan="3">30,4%</td><td colspan="4">69,6%</td></tr>
<tr><td rowspan="2">6</td><td rowspan="2">Что останавливает при покупке автомобилей марки «МАЗ»</td><td>Все устраивает</td><td>Цена автомобилей</td><td>Качество автомобилей</td><td>Цена запасных частей</td><td>Доступность запасных частей</td><td>Сложно найти СТО</td><td>Узкий модельный ряд</td></tr>
<tr><td>39,3%</td><td>14,3%</td><td>17,9%</td><td>7,1%</td><td>3,6%</td><td>7,1%</td><td>10,7%</td></tr>
</table>

Продолжение таблицы 1

Вопрос		Варианты ответа				
7	Какие характеристики требуют изменений в автомобилях марки «МАЗ»	Удобство в эксплуатации	Надежность	Ремонтопригодность	Комфортабельность (эргономичность)	Наличие дополнительных функций (GPS)
		18,2%	36,4%	13,6%	22,7%	9,1%

Все опрошенные слышали о марке «МАЗ», при этом большинство предпочитает использовать отечественный КАМАЗ (43,5%), чуть меньше (39,1%) выбрали иностранных производителей грузовой техники. Руководители высшего звена назвали основным недостатком автомобилей «МАЗ» – их надежность. Опрошенные, использующие технику марки «МАЗ» в своей деятельности (30,4%), сказали, что их все устраивает, несколько человек отметили высокую цену автомобилей, также они назвали комфортабельность (эргономичность) и удобство в эксплуатации как одни из наиболее важных параметров, требующих изменений в автомобилях рассматриваемой марки. Респонденты, не использующие автомобили «МАЗ», отметили следующие характеристики, которые останавливают их при покупке: качество техники (большинство), цена автомобилей и запасных частей. Изменить большинство, также как и опрошенные руководители высшего звена, решило надежность автомобилей.

Как видно из приведенных результатов опроса, «МАЗ» не является самым востребованным автомобилем по ряду причин, причем респондентов больше всего заботит надежность техники.

Стоит отметить, что с 1 июня 2015 года ОАО «МАЗ» объявил об увеличении гарантии по самым востребованным моделям техники до 2 лет, также увеличен гарантийный пробег (до 200 000 км по некоторым моделям). По словам руководства завода, это шаг навстречу пожеланиям потребителей автотехники «МАЗ». Увеличение гарантийного обслуживания говорит о том, что белорусский производитель работает над качеством своего товара, так что одна из наиболее важных характеристик совершенствуется.

ООО «АлтайМАЗавто» не может напрямую влиять на технические характеристики автомобилей, однако, дилеры в других регионах, например новосибирский ЗАО «Сибирь-МАЗ-Сервис», работают достаточно успешно, значит, вопрос стоит не только в качество техники, но и в его продвижении и имидже. Поэтому ООО «АлтайМАЗавто» необхо-

димо начать проводить маркетинговые мероприятия по повышению узнаваемости и доверия потребителей как к бренду «МАЗ», так и к самому алтайскому дилеру.

Пожалуй, главной проблемой ООО «АлтайМАЗавто» является осведомленность потребителей и налаженность обратной связи с ними. В современном мире Интернет приобретает все большее значение, и каждая уважающая себя компания имеет свой официальный сайт. Как правило, интернет-реклама обходится дешевле других способов продвижения, самыми доступными способами привлечения клиентов могут стать контекстная реклама ие-mail маркетинг. Эти несложные маркетинговые приемы позволят привлечь внимание потребителей и создать позитивный имидж как для техники «МАЗ», так и о самом ООО «АлтайМАЗавто».

Список использованных источников

1. АлтайМАЗавто [Электронный ресурс]: офиц. сайт. – Электрон. текст. дан. - Барнаул, 2015. – Режим доступа: http://altaimazservis.ru. – Загл. с экрана.

2. Информационно-аналитический портал Союзного государства [Электронный ресурс]: офиц. сайт. – Электрон. текст. дан. – Москва, 2014. – Режим доступа: http://www.soyuz.by. – Загл. с экрана.

3. Минский автомобильный завод [Электронный ресурс]: офиц. сайт. – Электрон. текст. дан. – Минск, 2015. – Режим доступа: http://maz.by/ – Загл. с экрана.

Лю Цзыан магистрант
Алтайский государственный технический университет
им. И.И. Ползунова

ИННОВАЦИЯ

Слово заимствовано в английском языке: innovation нововведение. Латинское innovare - обновлять, изменять, от in в, на- и novare менять, переделывать, от novus - новый, другой. Его активное использование в русском языке начинается со второй половины XX века.

Однако в экономическом смысле определить инновации только как нововведения – недостаточно. Это только те **нововведения, которые не навязаны извне, но возникли изнутри**. **Инновации - введение новых комбинаций в производственный процесс**.

Что такое «инновация»? Инновация представляет собой материализованный результат, полученный от вложения капитала в новую тех-

нику или технологию, в новые формы организации производства труда, обслуживания, управления и т.п. Процесс создания, освоения и распространения инноваций называется инновационной деятельностью или инновационным процессом. Результат инновационной деятельности можно назвать также инновационным продуктом

Инновация – это такой общественный, технический, экономический процесс, который через практическое использование идей и изобретений приводит к созданию лучших по своим свойствам изделий, технологий.

Инновация понимается как конечный результат научного исследования или открытия, качественно отличный от предшествующего аналога и внедренный в производство. Понятие инновации применяется ко всем новшествам в организационной, производственной и прочих сферах деятельности, к любым усовершенствованиям, обеспечивающим снижение затрат.

Инновация как результат творческого процесса в виде созданных (либо внедренных) новых потребительных стоимостей, применение которых требует от использующих их лиц либо организаций изменения привычных стереотипов деятельности и навыков. Понятие инновации распространяется на новый продукт или услугу, способ их производства, новшество в организационной, финансовой, научно-исследовательской и других сферах, любое усовершенствование, обеспечивающее экономию затрат или создающее условия для такой экономии.

Инновация представляет собой создаваемые новые или усовершенствованные технологии, виды продукции или услуги, а также решения производственного, административного, финансового, юридического, коммерческого или иного характера, имеющие результатом их внедрения и последующего практического применения положительный эффект для задействовавших их хозяйствующих субъектов.

Кто инициирует инновации? Ожидаемый ответ – потребители. Они суверенны, они в центре рыночной системы, изменения их потребностей спонтанны и непрерывны. Однако инновации в экономической системе, как правило, не проходят путь от первых новых потребностей, возникающих спонтанно у потребителей и переключающих производственный аппарат под их давлением. Данная связь присутствует. "Тем не менее, это производитель, кто, как правило, инициирует экономические изменения, и потребители воспитываются им, если необходимо. Они как бы обучаются желать новые вещи. … Поэтому, в то время как допустимо и даже необходимо считать потребности потребителей независимой и действительно фундаментальной силой …, мы должны занять другую позицию, как только мы анализируем изменения …".

В после шумпетеровский период идея комбинаций разрабатывалась дальше и один из результатов этой разработки – современный понятийный аппарат исследования инноваций и инновационного развития.

В настоящее время, на наш взгляд, может быть выделено три подхода к определению и пониманию инноваций.

1. Возможное условное название первого подхода – "результативный". Это означает, что инновация рассматривается с точки зрения результата – произведенного продукта или инициированного процесса. В соответствии с данным подходом **инновация – это осязаемая, то есть "результированная" новизна**.

2. Следующий подход может быть определен как функциональный по аналогии, например, с известным определением денег. **Инновации делают организацию способной реагировать на изменения рынка и сохранять конкурентоспособность**. В конкурентных организациях инновации не случайность, а результат эффективного управления инновационным процессом.

3. Аппликационный подход в определение инновации добавляет такую составляющую как реализация идеи. В соответствии с таким подходом **инновация это процесс внедрения "проблемо-решающей" идеи, а не только разработки процесса ее генерирования**. Один из авторов этого подхода Кантер подчеркивает, что центральными элементами дефиниции "инновация" являются generation (разработка), application (применение) и implementation (реализация).

Китайское толкование слова "Инновация"

Инновация по-китайски 革新 (гэсинь). Это слово также означает "новшество, новаторство, реформы".

Первый иероглиф 革 (гэ) означает "**кожа**". Этимология его проста - с животного сдирают кожу. Это присутствует и в его современном виде. Верхняя часть это инструмент для сдирания, нижняя, с головой, "ручками" и хвостом это животное. Большинство его сочетаний связанно с этим значением. Но в виде того, что в древности сдирание кожи было крайне важной частью человеческой жизни, у этого иероглифа также появились и два других значения: "удалять" и "изменять". Именно второе значение присутствует в "инновации". Этот иероглиф часто мелькает в политизированной литературе в слове 革命 (гэмин) - "революция". Расшифровывается он как "изменять" + "приказ".

Второй иероглиф 新 (синь) прост. Он означает "новый". А также "молодой", "свежий" и все смежные значения. Слева дерево, справа то-

пор, все вместе - "**рубить деревья**". В этом и заключается суть "нового". Новые земли, новые дома после этой "рубки".

Итого имеем: "сдирать кожу" + "рубить деревья" = "инновации". Этимология этого слова получилась весьма интересной и пропитанной историей, но, в то же время, весьма наглядной.

Слово весьма часто мелькает в китайской периодике. Оно применяется во всех смыслах - политическом, экономическом, техническом. Весьма закономерно с учетом быстрого обновления Китая.

В настоящее время применительно к технологическим инновациям действуют понятия, установленные в *Международных стандартах в статистике науки, техники и инноваций*. Международные стандарты в статистике науки, техники и инноваций - рекомендации международных организаций в области статистики науки и инноваций, обеспечивающие их системное описание в условиях рыночной экономики.

В соответствии с этими стандартами инновация - конечный результат инновационной деятельности, получивший воплощение в виде нового или усовершенствованного продукта, внедренного на рынке, нового или усовершенствованного технологического процесса, используемого в практической деятельности, либо в новом подходе к социальным услугам.

Майстерлинг С., студентка
Козлова Ж.М., к.э.н., доцент.
Алтайский государственный технический университет
им. И.И. Ползунова

ОСОБЕННОСТИ ПРИНЯТИЯ РЕШЕНИЙ В СФЕРЕ УПРАВЛЕНИЯ ПЕРСОНАЛОМ

Согласно понятиям современного менеджмента, стратегическое управление персоналом организации состоит в регулировании создания конкурентоспособного кадрового ресурса компании, принимая во внимание существующие и предстоящие перемены во внешнем окружении и внутреннем состоянии компании. Наличие такого ресурса способствует выживанию, развитию и успешному достижению целей, установленных на долгосрочный период. Рассмотрение вопроса о стратегическом управлении персоналом в современной организации требует общего определения термина стратегического управления компанией. Термин «стратегическое управление» появился в научной литературе во второй половине двадцатого века. Такой термин был введен для обозначения различий между операционным менеджментом на уровне отделов, фи-

лиалов и служб и высокоуровневым менеджментом. В конце двадцатого века управление как вид практической работы вступило в новую стадию своего развития, когда топ-менеджеры стали уделять большое внимание вопросам внешней среды. Такой подход позволяет вовремя реагировать и принимать соответственные меры в связи с изменениями внешнего окружения, что также способствует созданию конкурентного преимущества для компании. [1]

Стратегическое управление кадровым потенциалом имеет следующие цели:

1) Создание перспективного резерва для удовлетворения будущих кадровых потребностей компании.

2) Управление уровнем заработной платы, который должен соответствовать задачам отбора, удержания и стимулирования сотрудников.

3) Планирование тренингов для повышения профессионального уровня сотрудников, создание соответствующей кадровой динамики внутри компании.

4) Развитие лидерских качеств на ведущих должностях.

5) Развитие качественных систем взаимосвязи между отделами и службами и между административным персоналом и другими работниками.

6) Разработка механизмов преодоления психологического неприятия изменений.

Цель стратегии кадрового развития состоит в трансформировании общей стратегии компании в направлении расширения перспектив использования сотрудников в будущем. Эта стратегия разрабатывается для координации внутреннего состояния компании и внешнего окружения, а также на долгосрочное развитие кадрового потенциала.

Стратегическое управление кадрами строится на следующих принципах:

- долгосрочный анализ перспектив;
- ориентированность на изменение кадрового потенциала;
- обеспечение реализации трудового потенциала; многовариантный выбор в соответствии с изменениями внутреннего состояния компании и внешнего окружения;
- отслеживание статуса и динамики изменений внешнего окружения и своевременная модификация административных решений.

Применение системы стратегического управления кадрами позволяет повысить уровень синергии в организации при выполнении указанных ниже условий: хороший уровень адаптации к внутреннему и внешнему рынку трудовых ресурсов; гибкая структура организации необходимых работ и исполнения служебных функций; гибкая система

заработной платы, которая учитывает личный вклад и профессиональный уровень сотрудников; демократическое участие коллектива в обсуждении административных решений; делегирование прав сверху вниз (наиболее важный и сложный принцип управления кадрами); развитая структура коммуникаций, которая выполняет интегрирующую функцию для всей структуры стратегического управления кадрами.

Стратегическое управление сотрудниками компании направлено на следующие объекты: коллектив компании; условия работы; структура трудового коллектива.

При создании стратегии управления кадрами, направленной на улучшение методики управления, базовую основу составляют трудовые ресурсы в контексте различных компонентов системы кадрового управления:

- условия работы и требования безопасности;
- формы и способы регламентации трудовых отношений;
- внедрение норм поведения и взаимоотношений среди персонала, политика трудоустройства в компании, в том числе анализ трудового рынка, система подбора персонала, режим труда и отдыха;
- работа по профессиональной ориентации и адаптация трудового коллектива;
- мероприятия по увеличению общего кадрового потенциала и использованию сотрудников;
- развитие новых требований к специалистам в области специальных навыков и компетенций на основании постоянного анализа и составления планов работ, осуществляемых на различных позициях;
- улучшение механизма регулирования поощрения и стимулирования персонала;
- создание новой системы начисления заработной платы, материальной и моральной мотивации персонала;
- меры по совершенствованию системы разрешения правовых проблем в области трудовых взаимоотношений и экономической деятельности;
- подготовка новых и применение существующих мер по развитию социальной сферы;
- улучшение информационной системы работы с персоналом в соответствии с разработанной стратегией;
- меры по улучшению всей структуры управления кадрами или отдельных компонентов этой системы.

Стратегическое управление персоналом является мощным инструментом в условиях острой конкурентной борьбы в любой сфере дея-

тельности. Современные организации внедряют стратегическое управление, и это приводит к отличным результатам [4].

Понятие стратегического управления персоналом включает в себя множество факторов. Наиболее понятным и близким к сути этого термина будет следующее определение. Стратегическое управление персоналом – это определенный набор закономерностей и правил работы с персоналом организации, выстроенных в соответствии с ее стратегическими целями и кадровой политикой. В соответствии со стратегией развития организации разрабатываются направления кадровой политики, на основе которых строится дальнейшая работа с персоналом в организации: проведение маркетинговых мероприятий в области работы с персоналом; предвидение и планирование потребностей в различных категориях персонала; планирование потребности в новых рабочих местах; создание единой системы работы с персоналом: отбор, внедрение системы адаптации, повышение квалификации, оценка и аттестация персонала; подбор и расстановка персонала; создание системы различных видов мотивации персонала [2].

Для наглядного примера внедрения стратегического управления персоналом была выбрана западная компания «Старбакс». В основе функционирования этой компании лежит политика социальной ответственности. Причем неважно, какой аспект деятельности можно выделить: приготовление кофе, работа с конкурентами и поставщиками или взаимодействие с персоналом.

Отношение руководства компании «Старбакс» к своему персоналу является основным ключом к успешному развитию бизнеса. Политика этой компании направлена на то, чтобы максимально выразить ценность для нее каждого сотрудника. Это прописано в некоторых пунктах миссии компании, которые говорят о создании хороших условий труда для каждого работника и призывают к уважительному отношению друг друга. Система подбора персонала здесь разработана до мелочей. Требования прописаны конкретно и четко по каждой позиции. В компанию отбираются те сотрудники, которые разделяют идеологию компании и готовы относиться к своей работе как к делу всей своей жизни. Помимо формальных требований (образование и опыт работы), важным критерием является психологическая совместимость потенциальных работников, готовность стать частью единой команды. Собеседование проводится в дружественной обстановке и длится около 30 минут. За это время интервьюер анализирует каждый ответ претендента, оценивает его способность ориентироваться в незнакомой обстановке и способность поддержать беседу. В результате такого тщательного отбора компания

получает персонал, о котором мечтает любой руководитель, – лояльный, преданный, высококвалифицированный.

После того, как сотрудник принят, его обучают тонкостям работы в этой компании. Персонал распределяют по местам очень грамотно, используя следующие критерии: удобное для сотрудника территориальное расположение места работы; закрепление наставничества, как правило, менее опытные работники прикрепляются к более опытным. Руководство «Старбакса» тратит на развитие персонала достаточно весомые суммы.

Поскольку стратегия компании выстроена на понимании того, что от каждого сотрудника, работающего в «Старбаксе», зависит успех компании в целом. При обучении персонала предпочтение отдается тренингам и деловым играм. Именно эти виды обучения способствуют командообразованию и повышению квалификации персонала.

Система мотивации в «Старбаксе» выстроена следующим образом:

Денежная мотивация.

Здесь система оплаты полностью прозрачна и понятна для каждого работника. Оплата труда почасовая. Заработная плата повышается ежегодно только для тех сотрудников, работа которых была оценена непосредственным руководителем как положительная. Это является стимулом для остальных сотрудников стремиться к повышению своей квалификации и более качественному выполнению своих обязанностей.

Нематериальная мотивация.

Компания разрабатывает для своих работников различные бонусные программы. Различными способами проявляет лояльное отношение к каждому сотруднику. Анализируя различные подходы к вопросу разработки и внедрению кадровой политики, можно отметить, что только грамотно выстроенная стратегическая политика управления персоналом является основой успеха любой компании.

Можно сделать следующие выводы: стратегическое управление кадрами – это управление созданием конкурентоспособного кадрового потенциала компании в зависимости от существующих и будущих внутренних и внешних изменений; цель и задачи стратегического кадрового управления заключается в обеспечении согласованного и соответствующего статусу среды (как внутренней, так и внешней) создания кадрового потенциала компании на длительный период времени; субъект современного стратегического кадрового управления включает отдел кадров, линейных менеджеров и руководителей отделов; объект современного стратегического кадрового управления включает совокупный кадровый потенциал компании, динамику роста, отделы и существующие между ними взаимосвязи, политику в области кадров, а

также методику стратегического менеджмента; стратегическое управление кадрами основано на общем стратегическом менеджменте, который применяется в компании, и здесь есть также обратная взаимосвязь [3].

Список использованных источников

1. Аверин, А. Б. Управление персоналом, кадровая и социальная политика в организации / А. Б. Аверин. – М.: Менеджмент, 2009. – 256 с.

2. Ахтулов, А. Л. Система управления ресурсами предприятия/ А. Л. Ахтулов, В. В. Слободин // Омский научный вестник. – 2007. – № 2 (31). – С. 202–207.

3. Балдин, К. В. Управленческие решения / К. В. Балдин, В. Б. Уткин, С. Н. Воробьев. – М.: Дашков и К, 2012. – 495 с.

4. Вертакова, Ю. В. Управленческие решения: разработка и выбор / Ю. В. Ветракова, И. А. Козьева, Э. Н. Кузьбожев ; под общ. ред. Э. Н. Кузьбожева. – М. : КНОРУС, 2005. – 352 с.

Масленникова Е.Ю.,
Берлова Т.М., к.х.н., доцент
Алтайский государственный технический университет
им. И.И. Ползунова

РАЗРАБОТКА СТРАТЕГИИ РАЗВИТИЯ ОАО «КОНДИТЕРСКАЯ ФАБРИКА»

Система стратегического планирования дает возможность определиться с направлением и темпом развития бизнеса, очертить глобальные тенденции рынка, понять, какие организационные и структурные изменения должны произойти в компании, чтобы она стала конкурентоспособной, в чем ее преимущество, какие инструменты необходимы ей для успешного развития. Актуальность стратегического планирования заключается в том, что оно является неотъемлемой частью принятия эффективных управленческих решений для достижения поставленных компанией целей.

Стратегия - это план, интегрирующий главные цели организации, ее политику и действия в некое согласованное целое [1]. Содержанием стратегии служит набор правил принятия решений, используемый для определения основных направлений деятельности. В стратегическом планировании направление деятельности выбирается обычно по результатам стратегического анализа, проведенного с помощью матрицы БКГ

и других видов матриц, а также по результатам SWOT-анализа предприятия [2].

Правильно сформулированная стратегия позволяет упорядочивать и распределять всегда в той или иной мере ограниченные ресурсы организации предельно эффективным, и единственно верным, образом на основе внутренней компетентности, предвидения изменений во внешней среде и учета возможных контрдействий оппонентов.

Стратегия должна содержать в себе три важнейшие составляющие:

- основные цели деятельности;
- наиболее существенные элементы политики, направляющие или ограничивающие поле деятельности;
- программы основных действий, направленных на достижение поставленных целей и не выходящих за пределы избранной политики [1].

ОАО «Кондитерская фабрика» является одним из старейших предприятий в Барнауле по производству шоколада и сахаристых кондитерских изделий. Основной акцент компания делает на производство качественных кондитерских изделий из натуральных ингредиентов, без искусственных красителей и консервантов. Кондитеры используют только натуральное сырье: молоко, масло, мед, сахар. Это позволяет предложить потребителю свежий, качественный, натуральный продукт с отличным вкусом. В 2014 году «Кондитерская фабрика» стала победителем народной акции «Любимая марка» в номинации «Кондитерские изделия, снековая продукция».

В рамках разработки стратегии была проведена комплексная бизнес-диагностика предприятия. Проанализирована система управления предприятием, персоналом, производственной сферой, маркетинговой деятельностью организации.

Проведен анализ финансово-хозяйственной деятельности ОАО «Кондитерская фабрика», который показал, что предприятие является финансово устойчивым: коэффициенты автономии, маневренности, обеспеченности собственными оборотными средствами соответствуют нормальному значению; организация имеет достаточный уровень ликвидности. Тем не менее, ресурсы компании используются неэффективно, активы предприятия растут более высокими темпами, чем выручка.

PEST- анализ внешней среды организации показал, что на данный момент, политические факторы оказывают наибольшее влияние на деятельность фабрики. Импорт шоколада и шоколадных кондитерских изделий в России за первые шесть месяцев 2015 года сократился в 2,4 раза до 20,98 тысяч тонн с 50,17 тысяч тонн в первом полугодии предыдущего года. Исходя из расчетов Центра исследований кондитерского рынка,

в стоимостном выражении объемы импорта упали в январе-июне до 106 млн. долларов с 241 млн. долларов в первом полугодии 2014 года. Крупнейшими поставщиками шоколада и шоколадных кондитерских изделий в Россию являются страны Евросоюза. Из них на первых местах находятся Германия, Италия и Польша. При этом практически все страны-поставщики резко снизили объемы поставок шоколада и шоколадных кондитерских изделий в Россию. Заметное место в импорте шоколада приходилось и на Казахстан с Белоруссией, которые также снизили объемы поставок кондитерских изделий в Россию и не заместили выпавших объемов импорта, приходившихся на Украину. Российским производителям не удалось занять освободившуюся нишу импорта, даже, несмотря на то, что в целом объем поставок в последние годы был не очень велик и не превышал 15% потребления [3].

Экономические факторы.

В ЦИКР констатируют, что резкое сокращение объемов рынка шоколада продолжается с начала этого года и является следствием падения курса рубля, общих экономических проблем в стране и падением покупательной способности населения в частности. Кроме того, с апреля отмечается резкий рост мировых цен на какао-сырье, связанный с ожиданиями низкого урожая в основных странах по производству какао. В апреле был зафиксирован пятилетний максимум стоимости какао-бобов [3].

Социально-демографические факторы.

Численность населения и его половозрастная структура, могут в значительной мере влиять на объем спроса на кондитерские изделия со стороны населения. По данным Росстата, общая численность населения России на 1 января 2016 года составляет 146 544 710 человек (с Крымом). Численность населения России на 1 января 2015 года составляла 146 267 288 человек. Согласно оценке прирост населения России за 2015 год составил 0.19% или 277 422 человек. Произошло увеличение численности населения практически по всем федеральным округам, включая Сибирский ФО. Естественная убыль населения в январе-августе 2015 г. составила - 11,7 тыс.человек, в соответствующем периоде 2014 г. наблюдался естественный прирост населения 15,1 тыс.человек. Миграционный прирост полностью компенсировал численные потери населения и превысил их в 12,5 раза.

Наблюдается также прибыль численности населения в трудоспособном возрасте – 85415 тыс. чел. на сентябрь 2015 г. На соответствующую дату предыдущего года численность трудоспособного населения составляла 85162 тыс. чел.

В динамике социальных факторов и показателей развития российского кондитерского рынка можно отметить ряд характерных особенностей – увеличение объемов производства кондитерской продукции на фоне увеличения численности населения и увеличения удельного веса экономически активного населения трудоспособного возраста.

Технологические факторы.

Продукцию высокого качества можно получить только из качественного сырья и с помощью высокотехнологичного оборудования. Использование новых технологий, быстрое реагирование на появление новых продуктов для поддержания своей конкурентоспособности, а также расширение ассортимента необходимы для развития в этой отрасли.

Таким образом, можно сделать вывод о привлекательности данной отрасли. Рынок развивается, появляются новые виды продуктов, наблюдается стабильный спрос. Имея конкурентные преимущества и успешные маркетинговые и стратегические преимущества можно захватить крупную долю рынка. Последние 2 года наблюдался небольшой регресс отрасли, однако, аналитики предсказывают ее рост в ближайшие годы.

Проведя анализ конкурентов, можно сделать вывод о том, что ОАО «Кондитерская фабрика» занимает среднюю позицию. Она обладает высоким качеством продукции и приемлемой ценой. Однако необходимо уделить внимание расширению ассортимента продукции, а также маркетинговой составляющей. Компания «Глав-Кондитер» производит качественную продукцию, применяя в производстве натуральные компоненты. Компании «Хлеб-4» и «Алтай» имеют значительно более широкий ассортимент продукции, а также весьма популярны среди потребителей.

Таблица 1 – Сравнительный анализ конкурентов

Производитель	**Номенклатура**	**Торговая марка**	**Преимущества**
1	2	3	4
ОАО «Кондитерская фабрика»	Шоколад и сахаристые кондитерские изделия	1. Старая кондитерская фабрика	1. Многолетний опыт работы 2. Различная ценовая категория продукции 3. Хороший имидж 4. Высокое качество продукции

Продолжение таблицы 1

1	2	3	4
ООО «Кондитерская фирма Алтай»	Шоколад и сахаристые кондитерские изделия, мучные изделия, кондитерские полуфабрикаты	1. Алтай 2. Осенняя сказка 3. Савинов 4. Мечталки 5. Отрада	1. Большие производственные мощности 2. Известность 3. Привлекательный дизайн упаковки 4. Наличие сертификата системы менеджмента качества 5. Широкий ассортимент продукции 6. Выпуск функциональной продукции
ООО «Хлеб-4»	Шоколад и сахаристые кондитерские изделия, хлеб и мучные изделия	1. Сладкая тайна	1. Широкий ассортимент продукции 2. Большие производственные мощности 3. Известность
ООО «Глав-Кондитер»	Сахаристые кондитерские изделия, сгущенные молочные продукты, хлеб и мучные продукты	2. Глав-Кондитер	1. Высокое качество продукции 2. Известность на зарубежном рынке

В результате SWOT-анализа были выявлены сильные и слабые стороны предприятия.

Сильные стороны:

1. Различная ценовая категория продукции;
2. Многолетний опыт работы;
3. Высокое качество продукции;
4. Налаженные каналы сбыта;
5. Высококвалифицированный персонал;
6. Хороший имидж компании;
7. Стабильный спрос на рынке.

Слабые стороны:

1. Неполная загрузка производственных мощностей;
2. Растущие издержки;
3. Полное отсутствие или непривлекательный дизайн упаковки;
4. Отсутствие рекламной деятельности на предприятии;
5. Ограниченный ассортимент продукции.

Проведя анализ внутренней и внешней среды кондитерского предприятия, оценив факторы, влияющие на развитие компании, конкурентов и конкурентные преимущества продуктов, сопоставив сильные и слабые стороны предприятия с возможностями и угрозами внешней среды были сформулированы рекомендации по развитию компании.

Процесс формирования хозяйственной стратегии предприятия включает:

1. Формирование общей, базисной стратегии.

Проанализировав состояние внутренней среды организации можно отметить, что предприятие не имеет достаточно ресурсов, чтобы открывать новые производства, географически расширять свою внешнеэкономическую деятельность и поглощать конкурентов. На данном этапе предприятию ОАО «Кондитерская фабрика» необходимо сосредоточиться на существующих направлениях деятельности и их поддержке. Значит, наиболее подходящей для данного состояния фирмы является стратегия стабильности.

Кондитерской фабрике стоит экономить за счет сокращения расходов, связанных с необходимостью заключения новых контрактов, с изучением рынка и подобных видов издержек. Также, предприятию необходимы стратегические сдвиги в сторону повышения эффективности системы управления.

Базисные стратегии фирмы конкретизируются путем разработки конкурентных стратегий.

2. Формирование конкурентной стратегии предприятия.

Разработка конкурентной стратегии предприятия нацелена на достижение его конкурентных преимуществ. Наиболее подходящей для ОАО «Кондитерская фабрика» является стратегия, направленная на получение долгосрочной прибыли, повышение устойчивости финансового положения фирмы, ее конкурентоспособности в течение относительно длительного периода времени.

Конкурентным преимуществом предприятия является высокое качество и натуральность продукции, однако необходимо повышать уровень обслуживания потребителей, а также увеличивать эффективность производства за счет ускорения оборачиваемости капитала фирмы.

3. Формирование функциональной стратегии предприятия

Чтобы провести мероприятия по улучшению работы фирмы нужно проанализировать финансовые возможности компании. Так как прибыль ОАО «Кондитерская фабрика» на 2015 год составила всего 875 тыс. рублей, проводить сразу несколько затратных мероприятий не представляется возможным. Поэтому компании нужна долгосрочная стратегия, с постепенным внедрением мероприятий для развития фирмы.

Одна из важнейших проблем «Кондитерской фабрики», которую можно и необходимо решить уже на данный момент - неэффективная работа отдела маркетинга.

Для стимулирования сбыта и расширения круга покупателей следует осуществить ряд маркетинговых мероприятий:

1. Создание бренда предприятия;
2. Разработка сайта компании;

3. Проведение рекламных мероприятий.

Расчеты показывают, что предложенные маркетинговые мероприятия будут эффективны. Они поспособствуют увеличению сбыта продукции и принесут предприятию дополнительную прибыль.

Следующим этапом маркетинговой концепции будет внедрение новой упаковки продукции (срок реализации 1 год). В настоящее время на кондитерской фабрике акцент ставится на поддержании своей продукции в первоначальном виде, традиционном вкусе, долгие годы ассортимент остается неизменным. Проведенное исследование позволяет утверждать, что можно укрепить позиции предприятия на рынке, сочетая стремление предприятия поддерживать репутацию «старой» кондитерской фабрики и удовлетворяя современным тенденциям в спросе. Так как потребители в основном ценят в продукции этой фабрики ее традиционный вкус и высокое качество, поэтому существенно изменять ассортимент продукции не следует. На данный момент на фабрике продукция в основном продается на развес. Яркая, привлекательная и узнаваемая упаковка даст ощутимое преимущество. Упаковка товара создает первое впечатление покупателя, формирует его мнение о товаре. От качества и внешнего вида упаковки, в большей мере, зависит выбор потребителя. Именно в этом направлении предлагается внести изменения. С одной стороны, закупка коробок не потребует существенных материальных затрат. С другой стороны, новая упаковка позволит привлечь покупателей, которые пока приобретают презентабельную продукцию конкурентов из других регионов России.

Коробка для кондитерских изделий «пачка-шоу-бокс» очень прочная и крепкая, в тоже время она легкая и очень компактная. Конструкция коробки для кондитерских изделий представляет собой «пачку» но благодаря тому, что на крышке имеется вырубка, позволяющая ставить крышку в вертикальное положение и образовывать, таким образом, красочный экран, то конструкция приобретает свойства «шоу-бокса». Такая упаковка удобна и многофункциональна.

В Барнауле производством гофротары занимается 12 организаций. Проанализировав перечень и стоимость предоставляемых организациями услуг, наиболее подходящей оказалась торгово-производственная компания ООО «Промупак-Барнаул».

Последним этапом функциональной стратегии является расширение каналов сбыта (срок реализации 2 года).

Продукция ОАО «Кондитерская фабрика» не поставляется за пределы Алтайского края из-за короткого срока хранения. Однако срок годности 25 суток, все же позволяет реализовать продукцию в близлежащие регионы. Компания выпускает продукцию разной ценовой кате-

гории от эконом- до премиум-класса. Уровень доходов населения в Алтайском крае достаточно низкий, для приобретения изделий премиум-класса. Поэтому рекомендуется расширять рынки сбыта за счет близлежащих регионов с более высоким уровнем жизни, например Новосибирская, Кемеровская Томская области.

Список использованных источников

1. Абросимов, А. Г. Этапы стратегического планирования [Текст] / А. Г. Абросимов, Н. П. Карпова // СГЭУ. – 2011. – № 2. – С. 5-9.

2. Арутюнян, Тигран. Руководство по стратегическому развитию компании [Текст] / Тигран Арутюнян. – М.: Манн, Иванов и Фербер, 2013. – 365 с.

3. Центр исследований кондитерского рынка [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://cikr.ru.

Минина Ю.А., студентка
Кузьмина Н.Н., старший преподаватель
Алтайский государственный технический университет
им. И.И. Ползунова

ОЦЕНКА ИННОВАЦИОННОГО ПОТЕНЦИАЛА ПРЕДПРИЯТИЯ ОАО «МОДЕСТ»

В современных условиях экономическое развитие предприятия зависит от научного и инновационного потенциала, определяемого уровнем материально-технических, трудовых, информационных и финансовых ресурсов. Перспектива развития во многом зависит от возможности и способности создавать и использовать новые технологии. Особый вклад в теоретическом и методологическом развитии инновационного потенциала внесли такие российские ученые академики как: А. Г. Гранберг, Д. С. Львов, А. П. Егоршин, Л. И. Абалкин [2].

Понятия инновация (нововведение), которое в соответствии с международными стандартами определяется как конечный результат творческой, научной деятельности, получивший воплощение в виде нового или усовершенствованного продукта, внедренного на рынке [1]. Понятие «нововведение» является русским вариантом английского слова «innovation», которое в переводе с английского означает «введение инноваций» или «введение новшеств» [11].

Инновация — это процесс использования результатов научно-исследовательской деятельности (новшества), способствующий повышению эффективности деятельности и создающий предпосылки для

дальнейшего стратегического развития предприятия [6]. «Инновационный потенциал» предприятия, региона, страны, научной организации, как понятие получило свое развитие в конце XX века. В настоящее время данное понятие применяется достаточно широко в экономической теории и практике. «Инновационный потенциал можно трактовать, как способность системы к трансформации фактического порядка вещей в новое состояние с целью удовлетворения существующих или вновь возникающих потребностей субъекта — новатора, потребителя, рынка и др». Эффективное использование инновационного потенциала делает возможным переход от скрытой возможности к явной реальности, т. е. из одного состояния в другое, а именно от традиционного к новому. Следовательно, инновационный потенциал — это характеристика способности системы к изменению, улучшению, прогрессу. На рисунке 1 изображена структура инновационного потенциала, представленная через совокупность ресурсной, внутренней и результативной составляющих, которые сосуществуют взаимно, предполагают и обуславливают друг друга и проявляются при использовании как его триединая сущность [3].

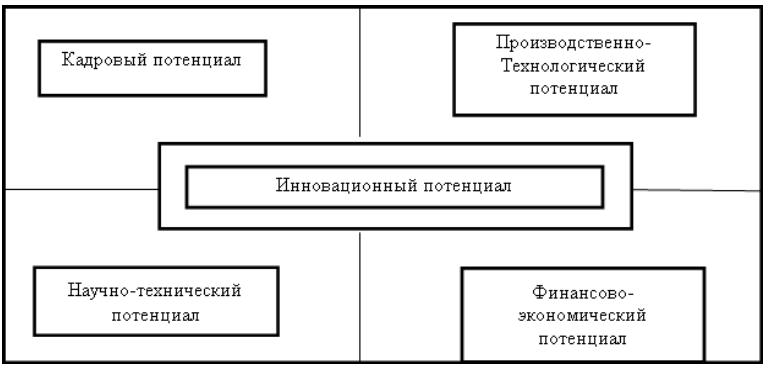


Рисунок 1 – Структура инновационного потенциала и его взаимосвязь с другими потенциалами хозяйствующего субъекта

Формирование и реализация инновационного потенциала предприятия зависит от системного взаимодействия комплекса условий и факторов, которые ускоряют инновационный процесс, начиная от научно-исследовательских и опытно-конструкторских разработок и заканчивая массовым производством продукта или применением инновационной технологии.

Инновационный потенциал выражается в существующих инновационных проектах, находящихся на стадиях разработки и завершения, а

также в инфраструктуре, которая представляет собой связующее звено между всеми элементами развития инновационной деятельности[2].

Чем выше уровень инновационного потенциала предприятия, тем успешнее оно избегает возможных кризисных ситуаций. Инновационный потенциал предприятия определяется как техническими факторами, так и управленческими. К ним относятся:

• сложившийся ранее уровень развития производства;

• состояние механизма и системы управления;

• тип и ориентация организационной структуры;

• тенденции экономической и инновационной политики;

• понимание потребности в различного рода изменениях и готовность к ним персонала.

Все факторы, определяющие уровень инновационного потенциала, можно подразделить на следующие группы:

• факторы собственно инновационного процесса как самостоятельного объекта управления – это такие элементы инновационного процесса, как постановка целей, выработка инновационных решений, разработка проектов и программ.

• факторы внутренней среды- это существенные особенности предприятия, отличающие его от конкурентов и определяющие его инновационную состоятельность:

– мотивированное руководство;

– интеграция технологических и организационно-управленческих инноваций;

– высокая производительность;

– эффективные отношения с персоналом, широкое вовлечение его в инновационный процесс;

– непрерывное организационное обучение;

– эффективная система маркетинга, осуществляющая коммуникации с конечными потребителями;

– управление качеством, инфраструктурой, организационным развитием [8].

• факторы внешней среды- взаимодействие предприятия с экономической и социальной средами:

– использование внешних источников для поддержки всех фаз инновационного процесса: от открытия и разработки до коммерциализации;

– коммуникации с заказчиками, деловыми партнерами, инвесторами, конкурентами, исследовательскими организациями и ВУЗами;

– лоббирование интересов в государственных институциональных структурах.

Таблица 1 – Факторы, оказывающие воздействие на разработку нововведений

Факторы, способствующие разработке нововведений	Факторы, не способствующие разработке нововведений
1. Сохранение и расширение производственной базы 2. Сокращение затрат 3. Реализация нужд и предложений потребителя 4. Повышение научно-технического потенциала специалистов 5. Имидж предприятия	1. Высокие затраты, связанные с разработкой и внедрением нововведений 2. Длительные сроки между разработкой нововведения и выходом товара на рынок 3. Большая неуверенность в успехе 4. Неплатежеспособность нововведения 5. Трудности в сохранении доли на рынке 6. Отсутствие необходимых ресурсов и квалифицированных кадров

Для реализации эффективного управления инновационной деятельностью необходима реальная оценка уровня инновационного потенциала предприятия на заданный момент и оценка его динамики в целях дальнейшего развития [13].

Целью оценки инновационного потенциала является возможность выбора и реализации инновационной стратегии предприятия, позволяющей укрепить его положение на рынке. Оценка уровня инновационного потенциала предприятия позволит:

-адекватно оценить возможность и готовность предприятия к инновационной деятельности;

- проанализировать и спрогнозировать тенденции развития предприятия, выявить его сильные и слабые стороны;

- подготовить рекомендации по формированию инновационной стратегии предприятия и механизмам ее реализации.

Сравнительный анализ методик, предложенных в экономической литературе, указывает на их разнообразие, как по методологическому обоснованию системы исследования, так и по методу оценки инновационного потенциала. Одни ученые и специалисты отдают предпочтение балльным, преимущественно экспертным методам оценки факторов, другие используют для этой цели статистические, количественные данные. Однако, учитывая, что ряд факторов, характеризующих инновационный потенциал предприятия, не поддается количественному измерению, в некоторых методиках используется смешанный вариант [13].

Примером использования преимущественно экспертных оценок может служить методика, предлагаемая в работах Р.А. Фатхутдинова, А.А. Бовина, Л.Е. Чередниковой, В.Я. Якимовича, В.Я. Горфинкеля, Б.Н.Чернышева, В.А. Сергеева [4,10]. Основой данной методики оценки инновационного потенциала является диагностика или анализ внутрен-

ней среды предприятия. Диагностируемые элементы включают в себя продуктовый блок, функциональный блок, ресурсный блок, организационный блок, блок управления.

Данные методики имеют, по нашему мнению, ряд недостатков:

- экспертные оценки являются в значительной мере субъективными и обычно «сглаживают» или «сжимают» реальный разброс характеристик: эксперты инстинктивно «тянутся» к середине заданной шкалы и избегают крайних оценок;
- во многих методиках в качестве частных показателей рассматриваются показатели, которые нельзя определить с достаточной степенью достоверности и обоснованности;
- не всегда понятно, что представляет собой нормативная модель, на которой базируется экспертная оценка;
- необходимо привлечение квалифицированных специалистов, обладающих необходимыми навыками в работе с подобными методиками, что затрудняет последующее применение данных методик внутренними пользователями.

В итоге применение данной методики не дает возможности убедиться в адекватности полученных результатов и математически оценить их достоверность.

Рассмотрим методику оценки инновационного потенциала, предложенную Трифиловой А.А. [9].

Данный подход позволяет оценить, достаточно ли у предприятия финансово-экономических ресурсов для эффективного обеспечения не только стратегической инновационной, но и текущей производственной деятельности.

По нашему мнению, данная методика обладает рядом несомненных достоинств:

- полученные результаты объективны, так как расчет показателей осуществляется на основе конкретных данных по принятым в экономической науке формулам;
-для применения данной методики не требуется привлечения сторонних специалистов;
-применение данного метода позволяет проконтролировать правильность выбранного направления инновационного развития с позиций современного и дальнейшего финансового состояния предприятия.

Недостатком данной методики является то, что она оценивает лишь один аспект инновационных возможностей предприятия – обеспеченность финансово-экономическими ресурсами, тогда как инновационный потенциал предприятия включает в себя не только финансовую составляющую[9].

В работе И.В. Шляхто [12] для получения интегральной оценки инновационного потенциала оценивается каждая его составляющая: научно-технический потенциал, информационный потенциал, кадровый потенциал, финансовый потенциал, производственно-технологический потенциал, потребительский потенциал, организационный потенциал, управленческий потенциал, инновационная культура.

Автором разработана система показателей, включающая в себя ряд коэффициентов, которые определяют каждую составляющую инновационного потенциала предприятия.

На наш взгляд, применение относительных показателей (коэффициентов) более рационально, чем использование метода экспертных оценок, так как полученный результат будет объективен и не зависим от субъективного мнения и уровня компетентности эксперта. Такое представление структуры инновационного потенциала и параметров его оценки обеспечивает глубокий, комплексный анализ инновационного потенциала предприятия.

Однако существенным недостатком данной методики является отсутствие критериальных значения для разработанных коэффициентов. Таким образом, оценивать инновационный потенциал системы по данной методике возможно только в динамике, сравнивая результаты предыдущих отчетных периодов с настоящим. Следовательно, действительный уровень инновационного потенциала как таковой не определяется [12].

Таким образом, в настоящее время существует большое разнообразие методик оценки инновационного потенциала. Все методики предполагают рассмотрение групп разнообразных факторов, оказывающих влияние на инновационный потенциал предприятия. Количество факторов, их состав, способы оценки (количественные, качественные), методы измерения (экспертные, статистические) существенно различаются и отражают позицию определенной методики, ее автора и специфику применения.

Объектом проводимого исследования было выбрано ОАО «Модест» - специализированное предприятие по производству молочной продукции для детей раннего возраста.

ОАО «Модест» создано в 1992 году по инициативе Администрации Алтайского края. В настоящее время имеет статус открытого акционерного общества со 100% пакетом акций в Администрации Алтайского края [7].

ОАО «Модест» представляет свою продукцию на рынке B2C, масштаб рынка можно назвать региональным. Предприятие занимает более 35% в объеме отраслевого рынка, который является конкурент-

ным, поскольку в регионе широко представлено как предложение по продаже детского и диетического питания, так и молока и молочной продукции [5].

В конце 2013 г. было принято решение о начале модернизации производства с целью увеличения объема выпускаемой продукции, что связано с дефицитом производства данного вида молочной продукции на территории края: производство детского молочного питания в крае лишь на 16,5% удовлетворяет потребность в нем, дефицит производства компенсируется сухими молочными смесями или молочными продуктами общего назначения.

Из-за изменений в экономических и внешнеполитических условиях работы молочного рынка в конце 2014-2015 гг. произошло развитие негативных тенденций для молочной отрасли. Девальвация национальной валюты привела к удорожанию кредитных ресурсов, заморозке инвестиционных проектов, повышению себестоимости переработки молока, снижению доходности производителей и переработчиков молока, к которым относится ОАО «Модест» [5].

Известно, что молочная отрасль не очень привлекательна для инвесторов, поэтому еще одним негативным экономическим фактором для ОАО «Модест» является недостаток инвестиций.

Снижение покупательной способности привело к переориентации потребительского спроса на традиционные, сравнительно недорогие цельномолочные продукты - молоко, сметану, кефир и т.п. Это связано с тем, что заработной платы не хватает на проживание людей, поэтому приходится «экономить» на качественных продуктах.

Производимая предприятием продукция поставляется собственным транспортом в краевые и городские детские больницы, молочные кухни, детские сады, а также сетевые магазины.

Несмотря на сложности социально-экономической и внешнеполитической обстановки демографическая ситуация в регионе остается стабильной, а по ряду показателей наблюдается позитивная динамика.

ОАО «Модест» завершил реконструкцию цеха розлива, что позволило нарастить имеющиеся мощности и увеличить объемы производства молочной продукции для детей с первых лет жизни. Специалисты предприятия решили не менять тару для розлива и оставили стеклянную бутылочку, но изменили укупорку: вместо кроненпробки – современная металлическая крышка «твист-офф».

Сегодня предприятие разливает молочное питание в стеклянные бутылочки, а продукцию общего ассортимента упаковывает в полиэтилен и пластиковые контейнеры. С одной стороны, стеклянная бутылочка – это хорошо. Она возвратная, и если потребитель сдает ее в магазин,

то в конечном итоге он платит только за содержимое. Но потребитель ждет тетрапак. Современная упаковка – это одно из требований времени, и в ближайшие годы этот вопрос придется решать [7].

Перспективным направлением инновационного развития является организация переработки молочной сыворотки. Новые технологии позволяют получать из дешёвого сырья высококачественные продукты с высокой добавочной стоимостью.

ООО «Модест» в 2015 году запущена совершенно новая технология производства морса на молочной сыворотке. Новинка имеет в своем составе натуральный сок яблока и черники.

В дальнейшем планируется запустить производство морса с добавлением натурального сока малины и сметаны для детей раннего возраста.

За 2014 и 2015 год на техперевооружение предприятия было направлено 20 млн рублей из краевого бюджета и порядка 7 млн рублей собственных средств предприятия. Это связано с тем, что государство и муниципальные органы всячески поддерживают предприятие по производству детского питания и помогают развиваться, набирать обороты [5].

Оценка инновационного потенциала ОАО «Модест» свидетельствует о том, что на предприятии научно-технический и производственно-тезнический потенциал соответствуют современным требованиям научно-технического прогресса. Кроме этого, модернизация производственного процесса и техническое перевооружение предприятия свидетельствуют о стремлении руководства компании обеспечить выпуск такого специфического продукта как детское питание, соответствующего и требованиям государственных стандартов качества, и изменяющимся запросам рынка. Также на предприятии работают высококвалифицированные кадры, проходящие периодически повышение квалификации. Кроме того, инвестиционная привлекательность реализуемых на предприятии инновационных проектов обеспечивается гарантиями муниципальных органов. Таким образом, ОАО «Модест» имеет высокий инновационный потенциал, что в целом позволяет предприятию быть конкурентоспособным на рынке.

Список использованных источников

1. Абрамешин А. Е., Воронина Т. П., Молчанова О. П., Тихонова Е. А., Шленов Ю. В. Инновационный менеджмент: учебник для вузов / под ред. О.П. Молчановой. – М.: Вита-Пресс, 2001.

2. Ермашкевич Н. И., Щеликова Н. Ю. Развитие научно-инновационного потенциала региона // Вестник БГУ. – 2012. – № 3. – С. 117–122.

3. Инновационный менеджмент: учебник / под ред. С. Д. Ильенковой. – 2-е изд. – М.: ЮНИТИ, 2003.

4. Инновационный менеджмент: учебник / под ред. проф. В. Я. Горфинкеля, проф. Б. Н.Чернышева. – 2-е изд., перераб. и доп. – М.: Вузовский учебник, 2008. – 464 с.

5. Капиталист. Журнал о бизнесе: [Электронный ресурс]: http:// kapitalist.tv/2014/11/25/gubernator-karlin-poobeshhal-investoram-gospodderzhku-i-rynki-sbyta.

6. Карпенко, М. О. Современные подходы к понятию и классификации инноваций // Вестник БГУ. – 2013. – № 3. – С. 129–132.

7. Официальный сайт компании ОАО «Модест»: [Электронный ресурс]: http://xn--22-jlce7amxi.xn--p1ai/o-nas.

8. Романов, Е. Г. К вопросу об инновации как экономической категории // Вестник БГУ. – 2011. – № 3. – С. 190–194.

9. Трифилова, А. А. Оценка эффективности инновационного развития предприятия. – М., 2005. – 304 с.

10. Фатхутдинов, Р. А. Инновационный менеджмент : учебник для вузов. – 6-е изд. – СПб.: Питер, 2008. – 448 с.

11. Федотенков Д. Г., Падалко А. А. Инвестиционно-инновационный потенциал как основа развития экономики региона // Молодой ученый. – 2014. – №3. – С. 565-572.

12.Шляхто, И. В. Оценка инновационного потенциала промышленного предприятия / Вестник Брянского государственного технического университета. – 2006. – №1 (9). – С.109-115.

13.Экономика и менеджмент инновационных технологий. 2012. №1 [Электронный ресурс]. URL: http://ekonomika.snauka.ru/2012/01/319 (дата обращения: 19.11.2016).

Моор А.С., магистрант
Алтайский государственный технический университет
им. И.И. Ползунова

ПРОБЛЕМЫ РЕСТРУКТУРИЗАЦИИ И МОДЕРНИЗАЦИИ ПРОМЫШЛЕННЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ ШИННОЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ РОССИИ (НА ПРИМЕРЕ ХОЛДИНГА АО «СИБУР»)

Ключевые слова: реструктуризация и модернизация предприятия, промышленно-производственные структуры (ППС) в шинной промышленности, крупная корпоративная система.

В современных кризисных условиях одной из основных экономических проблем становится проблема эффективного управления процессами реструктуризации и модернизации предприятий шинной промышленности России [1].

В современных условиях, реструктуризация и модернизации шинной промышленности должна рассматриваться в качестве комплексного процесса, который затрагивает работу всех ее подсистем. В частности, реструктуризация и модернизации предприятия вызывает преобразования отношений собственности, финансовую реструктуризацию и т. п., без выполнения которых реструктуризация системы в целом не будет эффективной.

Стратегический аспект реструктуризации и модернизации шинной промышленности состоит в реализации стратегии экономического роста и развития в соответствии с потребностью страны в продукции промышленности. Стратегическая реструктуризация направлена на повышение технического и технологического уровня производства на основе внедрения новой техники и технологий [3].

Процесс реструктуризации и модернизации предприятий шинной промышленности в рамках холдинга АО «Сибур»,включает следующие этапы: определение целей реорганизации структуры; комплексная диагностика состояния корпорации; формирование программы изменений; реализация комплекса мероприятий; оценка результатов корпоративной реструктуризации.

Смена технологического цикла производства в рамках холдинга АО «Сибур», вызывает структурные преобразования на предприятиях холдинга по всем направлениям их производственно-экономической деятельности. Реструктуризация предприятия шинной промышленности в рамках холдинга АО «Сибур», должна осуществляться в рамках общего процесса экономической модернизации, выступая его центральным этапом.

Среди множества направлений реструктуризации особое место занимают поиск и практическое создание таких организационно-экономических отношений, научно-технических и хозяйственных условий, которые стимулируют интенсивное развитие различных форм промышленно-производственных структур (ППС) в шинной промышленности [2].

Процесс объединения ряда промышленных предприятий в шинной промышленности в крупную корпоративную систему , например, в рамках холдинга АО «Сибур», дает возможность сохранить технологический потенциал, повысить инвестиционную привлекательность, расши-

рить инновационную деятельность и укрепить финансовую устойчивость [5].

Успешность формирования и развития ППС в шинной промышленности во многом определяется эффективностью уровнем организации системы управления, которая направлена на планомерное сочетание ее основных элементов: планомерная регламентация процессов освоения, принятия и реализации управленческих решений - процессный разрез; кадры, информация и техника управления - поэлементный разрез; формирование функционального, предметного и иерархического разделения труда – структурный разрез [4].

Перспективы развития предприятий в шинной промышленности связаны с широком внедрением инноваций, созданием новых видов и типов продукции, использованием гибких организационных структур, применением передовых управленческих, финансовых и производственных технологий.

В целом, реализация комплекса организационных, финансовых, управленческих и технологических инноваций, направленных на модернизацию и реструктуризацию производства, позволит значительно повысить экономическую эффективность и конкурентоспособность предприятий шинной промышленности нашей страны в современных условиях.

Вопросы к статье :

1. Укажите ключевые стороны реструктуризации в шинной промышленности?

Ответ : Внедрение передовых технологий управления, внедрение гибких производственных структур (ППС) создание инновационных подразделений, аутсорсинг персонала, использование международного опыта.

2. Опишите основные проблемы реструктуризации в шинной промышленности?

Ответ : нехватка финансовых ресурсов на инновационные проекты, отставание во времени от иностранных предприятий, устаревание основных фондов, отсутствие на многих предприятиях четкой стратегии преобразований, необходимой для внедрения различных форм промышленно-производственных структур (ППС) в шинной промышленности.

3. Охарактеризуйте перспективы реформирования предприятий реструктуризации в шинной промышленности?

Ответ : перспективы реформирования предприятий реструктуризации в шинной промышленности связаны с разукрупнением действующих производств, внедрением гибких производственных структур (ППС), широким распространением инноваций и т.д.

Список использованных источников

1. Адизес, И. П. Организационные изменения / И. П. Адизес. – М.: АСТ, 2015. – 384 с.
2. Акимова, Т. А. Теория организации / Т. А. Акимова. – М.: Дело, 2015. – 367 с.
3. Алов, А. П. Резинотехническая промышленность / А. П. Алов. – М.: Наука, 2015. – 402 с.
4. Андрианов, В. Д. Шинная промышленность России / В. Д. Андрианов. – М.: Терра, 2015. – 416 с.
5. Баринов, В. А. Холдинг АО «Сибур» / В. А. Баринов. – М.: Русь, 2015. – 730 с.

Никитченко Н. Г., к.б.н., доцент
Алтайский государственный технический университет
им. И.И. Ползунова

РОЛЬ ОЦЕНКИ УРОВНЯ СОБСТВЕННОЙ КОНКУРЕНТНОЙ ПОЗИЦИИ ФИРМЫ НА РЫНКЕ

На протяжении многих лет к конкурентному механизму в нашей стране относились крайне осторожно, с недоверием. Однако в процессе изменения экономики изменилось и отношение к конкуренции. Ее стали рассматривать как силу, без которой рыночные отношения состоятся не могут.

Конкуренция – это форма взаимного соперничества двух или более хозяйствующих субъектов рынка. Предметом конкуренции является предмет (товар) и объект (потребитель).

Основу рыночной экономики составляет понятие конкуренции, как главной движущей силы эволюции взаимоотношений субъектов, функционирующих в данной среде. Наиболее успешным участником борьбы является тот, кто выдерживает конкуренцию и на внешнем и отечественном рынках.

В современных условиях рыночной экономики выживаемость предприятия, его устойчивое положение на рынке товаров и услуг определяется уровнем конкурентоспособности. Конкурентоспособной является та продукция, которая обладает более высокими потребительскими свойствами по сравнению с аналогичной продукцией на рынке, и пользующая повышенным спросом. Конкурентоспособность можно определить, только сравнивая продукцию конкурентов между собой.

Предприятия уделяют большое значение анализу своих сильных и слабых сторон для оценки реальных возможностей в конкурентной

борьбе и разработке мер и средств, за счет которых оно могло бы повысить конкурентоспособность и обеспечить свой успех. Для получения информации о степени устойчивости предприятия, о возможности выпускать продукцию, пользующуюся спросом на рынке, проводится маркетинговое исследование с помощью числовых показателей.

Для оценки конкурентоспособности большое значение имеет показатель издержки производства. Предприятие, имеющие наиболее низкие издержки, получает большую прибыль, что помогает увеличить объем производства, повысить качество и экономическую эффективность. В результате конкурентоспособность предприятия резко возрастет в отличие от других предприятий, не имеющих данных возможностей.

Важным аспектом анализа является анализ расходов к величине прибыли. Такое сопоставление делается не только по общей сумме сбытовых расходов, но и по отдельным элементам.

Анализ производственных технологий, финансовых и сбытовых возможностей позволяет дать оценку конкурентоспособности, определить конкурентные позиции предприятия на рынке. Данная оценка включает в себя следующие показатели: потребность в капиталовложения как фактических, так и планируемых; конкурентоспособный ассортимент, создание благоприятного имиджа предприятия.

Для каждого предприятия важно определение своего конкурентного состояния. После полного анализа можно строить дальнейшие планы мероприятий для повышения конкурентоспособности; выбора соперников и партнеров производства; привлечение инвесторов; выбор стратегии для дальнейшей работы.

Все же главной целью оценки является – это определение положение предприятия на отраслевом рынке.

Все результаты в дальнейшем берутся для разработки стратегии предприятия, ее технической, ассортиментной и сбытовой политики. Стратегии предприятия на вторых ролях бывают различных специфик:

- стратегия лидера рынка;
- стратегия вызова лидера;
- стратегия следования за лидером;
- стратегия занятия конкурентной ниши.

Основной целью субъектов в рыночной экономике является обеспечение конкурентоспособности продукции, так как финансовая успешность предприятия напрямую зависит от конкурентоспособности выпускаемого товара. На практике видно, что финансовой стабильности достигают те предприятия, у которых более высокий конкурентный потенциал. Под конкурентным потенциалом понимается его как реальная, так и возможная способность предприятия разрабатывать, изготовлять и

реализовать в конкретных сегментах рынка конкурентоспособные изделия.

Для того что бы организация стала конкурентоспособным необходимо:

1) поднять потенциал конкурентоспособности организации до уровня мировых производителей данной отросли. Этот показатель характеризует уровень успешной работы предприятия в будущем.

2) обеспечение конкурентоспособностью выпускаемого товара в целевых рынках. Конкурентоспособностью продукции называют оцененные потребителем свойства, качества, ценовые критерии по сравнению с аналогичными товарами в данном сегменте рынка.

Анализ конкурентоспособности своего предприятия необходимо проводить на фоне других представителей данного сектора рынка.

На данный момент не существует методики определения конкурентоспособности предприятия. Существует множество методов, которые оценивают конкурентоспособность, но все они односторонние.

Список использованных источников

1. Технологии производства и управления [Электронный ресурс] // Электрон.дан. Режим доступа: www.agro-profi.ru – Заглавие с экрана.

2. Журнал теоретических и прикладных исследований Алтайский государственный университет [Электронный ресурс] // Электрон.дан. Режим доступа: www.izvestia.asu.ru – Заглавие с экрана.

3. Пострелова А.В., Маркин М.С. Оценка конкурентоспособности предприятия // Молодой ученый. – 2013. – № 6. – С. 398-402.

Оськина О.А., магистрант
Алтайский государственный технический университет
им. И.И. Ползунова

ГОСУДАРСТВЕННОЕ РЕГУЛИРОВАНИЕ ПРОИЗВОДСТВА И ОБОРОТА СПИРТОСОДЕРЖАЩЕЙ ПРОДУКЦИИ В РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Алкогольный рынок одним из самых обсуждаемых рынков в России. Считается, что он один из динамично развивающихся сфер экономики, который, вследствие своих объемов производства и потребления продукции, вызывает интерес. Однако проблемы функционирования алкогольного рынка и государственного регулирования производства и оборота алкогольной продукции определяют важность создания новых

путей для совершенствования стратегии развития рынка алкогольной продукции.

Существует ряд факторов, требующих вмешательства государства в процесс распределения и перераспределения доходов от производства и реализации алкогольной продукции, а также в процесс формирования предложения и ценообразования. Роль государственного регулирования рынка алкогольной продукции в Российской Федерации имеет особое важное значение. Главной причиной является высокий уровень производства и оборота нелегальной алкогольной продукции и суррогата и, как следствие, недопоступление акцизов в бюджет государства. Государство также должно вмешиваться в механизмы функционирования алкогольного рынка из-за большого количества простаивающих, неиспользуемых мощностей. Причиной этому послужило отсутствие государственной стратегии развития данного сегмента экономики. Усугубляет эту проблему несовершенство и нестабильность нормативно-правовой базы государственного регулирования рынка алкогольной продукции. Также важной причиной необходимости вмешательства государства является социальная проблема алкоголизации населения и высокий показатель смертности от алкоголизма [4]. Таким образом, не вызывает сомнений необходимость государственного регулирования данного сегмента.

Под государственное регулирование попадают предприятия, которые производят этиловый спирт, алкогольную и спиртосодержащую продукцию, а также предприятия оптовой и розничной торговли данным видом продукции.

Рассмотрим процесс производства и реализации алкогольной продукции (рисунок 1).

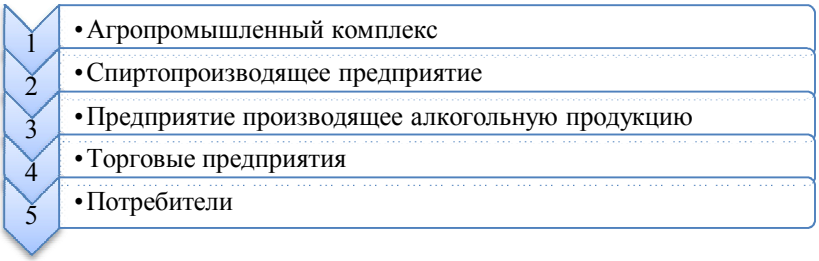


Рисунок 1 – Организационно-технологический процесс производства и реализации алкогольной продукции

Для того чтобы регулировать этот процесс на всех стадиях государство использует различные методы и инструменты регулирования деятельности субъектов рынка (рисунок 2).

Через государственный сектор	Административные методы	Экономические методы
•Контрольный пакет акций • Использование производственных мощностей	• Лицензирование • Стандартизация • Декларирование • ЕГАИС • Таможенные пошлины	• Налоговая политика • Акцизы • Пошлины за лицензии

Рисунок 2 – Методы и инструменты государственного регулирования алкогольного рынка

Действенным методом государственного регулирования алкогольного рынка является участие государства, которое осуществляется через использование государственных производственных мощностей и владение контрольным пакетом акций.

Инструменты административного воздействия предусмотрены Федеральным законом от 22.11.1995 г. №171-ФЗ «О государственном регулировании производства и оборота этилового спирта, алкогольной и спиртосодержащей продукции» (ред. от 23.12.2014 года). К ним относятся следующие законодательно установленные ограничения:

1) необходимо наличие сертификата соответствия или декларацию о соответствии технологического оборудования для производства этилового спирта, алкогольной и спиртосодержащей продукции;

2) технологическое оборудование должно быть оснащено техническими средствами фиксации и передачи информации в единую государственную автоматизированную информационную систему (ЕГАИС);

3) необходимо наличие оборот документов, удостоверяющих легальность производства и оборота этилового спирта, алкогольной и спиртосодержащей продукции;

4) запрет на оборот алкогольной продукции без сертификатов соответствия и специальной маркировки.

Государственное регулирование в сфере производства и оборота спиртосодержащей и алкогольной продукции также выполняет фискальную функцию, направленную на ведение тщательного контроля за деятельность, посредством лицензирования, и увеличение бюджетных поступлений, посредством налоговых платежей.

Лицензирование – это мероприятия, связанные с выдачей лицензии на осуществлении деятельности в сфере производства и оборота этилового спирта и алкогольной продукции.

Лицензии необходимы на осуществление следующих видов деятельности:

1) лицензия на производство, хранение и поставки произведенного этилового спирта, в том числе денатурата;

2) лицензия на производство, хранение и поставки произведенной алкогольной и спиртосодержащей пищевой продукции;

3) лицензия на хранение этилового спирта, алкогольной и спиртосодержащей пищевой продукции;

4) лицензия на закупку, хранение и поставки алкогольной и спиртосодержащей продукции.

5) лицензия на производство, хранение и поставки спиртосодержащей непищевой продукции;

6) лицензия на перевозки этилового спирта (в том числе денатурата) и нефасованной спиртосодержащей продукции с содержанием этилового спирта более 25 процентов объема готовой продукции [1].

Государственный орган, который призван регулировать деятельности в этой сфере, - Федеральная служба по регулированию алкогольного рынка (Росалкогольрегулирование, РАР). Она была создана в 2009 году Постановлением Правительства РФ от 24 февраля 2009 г. N 154 «О Федеральной службе по регулированию алкогольного рынка». Согласно Положению о Федеральной службе по регулированию алкогольного рынка, на РАР сконцентрированы все контрольные функции в данной сфере: выдача лицензий, установление минимальных цен, формы деклараций, порядок их заполнения, порядок и форма расчета мощности основного технологического оборудования для производства этилового спирта или алкогольной продукции, порядок приобретения и учета федеральных специальных марок, а также уничтожения неиспользованных, поврежденных и не соответствующих установленным требованиям федеральных специальных марок и др.[2]

Инструментами государственного регулирования также являются маркировка и регистрация наименований продукции, которые производятся в целях предотвращения производства фальсифицированной и нелегальной продукции, а также контроля за соответствием готовой продукции государственным стандартам и техническим условиям на производство этилового спирта, алкогольной и спиртосодержащий продукции.

Вышеизложенное свидетельствует о том, что производство и оборот спирта и алкогольной продукции достаточно четко контролируется государством.

Список использованных источников

1. Федеральный закон от 22 ноября 1995 г. N 171-ФЗ «О государ-

ственном регулировании производства и оборота этилового спирта, алкогольной и спиртосодержащей продукции и об ограничении потребления (распития) алкогольной продукции» (ред. от 23.12.2014 N 253-ФЗ).- Режим доступа: http://www. http://base.garant.ru - загл. с экрана. – яз. рус.

2. Постановление Правительства РФ от 24 февраля 2009 г. N 154 «О Федеральной службе по регулированию алкогольного рынка» (ред. от 29.09.2015 г.). - Режим доступа: http://www. http://base.garant.ru - загл. с экрана. – яз. рус.

3. Постановление Правительства РФ от 6 декабря 1999 г. N 1344 «Об утверждении Положения о лицензировании деятельности по производству, хранению и поставке спиртосодержащей непищевой продукции» (ред. от 22.05.2013 г.). - Режим доступа: http://www. http://base.garant.ru - загл. с экрана. – яз. рус.

4. Федеральная служба государственной статистики [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.gks.ru. - (Дата обращения 03.03.16).

5. С. Пепеляев. Основы налогового права: учебно-методическое пособие / под ред. С.Г. Пепеляева. – М.: Инвест Фонд, 2011. – 496 с.

6. Ключ под названием «заинтересованность» // Северная Осетия. – 2012. – 17 июля. – № 124.

Оськина О.А., магистрант
Алтайский государственный технический университет
им. И.И. Ползунова

ОБЗОР МЕТОДИК РАЗРАБОТКИ СТРАТЕГИИ ИННОВАЦИОННОГО РАЗВИТИЯ ПРЕДПРИЯТИЯ

Не существует единой модели инновационной стратегии, как и единого стратегического управления для всех предприятий, по одной простой причине — каждая компания является уникальной по своим характеристикам. Отсюда можно сделать вывод о том, что содержание стратегического управления инновационным процессом также уникально и для каждой компании существует своя специфическая форма. Существует множество факторов, от которых зависит выбор инновационной стратегии, такие как позиция фирмы рынке и динамика ее изменения, производственный и технологический потенциал предприятия, вид производимого на фирме товара, а также внешних факторов. Но можно выделить основные этапы формирования инновационной стратегии развития предприятия, которые показаны на рисунке 1.

Разработка эффективной инновационной стратегии не представляется возможной без определения миссии и целей организации. Для того, чтобы сформулировать миссию, в первую очередь руководство организации должно определить ту сферу деятельности, в которой она будет функционировать и развиваться. Также в миссии необходимо отразить сегмент клиентов, на удовлетворение потребностей которых будет ориентирована компания. Миссия дает информацию внешнему окружению о принципах работы компании и тех сотрудниках, которые в ней трудятся, их профессиональных и нравственных качествах. Миссия должна указывать на конечный результат осуществления инновационной стратегии. Если инновация продуктовая, то миссия должна отражать сведения о том, чем новый продукт отличается от уже существующих товаров, в чем его преимущества и на удовлетворение каких потребностей покупателей он ориентирован. Если же инновация процессная, то миссия должна характеризовать то влияние, которое окажет новый процесс на качество продукции, уровень обслуживания и т.д.

Рисунок 1 – Процесс формирования инновационной стратегии

Стратегическая цель предприятия формируется уже на основе миссии. Цель выражается в стоимостных, физических или количественных показателях. Она должна удовлетворять ряду требований, а именно: быть конкретной, иметь четкую привязку ко времени, быть достижимой и понятной.

Следующим шагом формирования стратегии является комплексный и всесторонний анализ внутренней и внешней среды организации.

Анализ внешней среды не должен ограничиваться лишь определением факторов, влияющих на деятельность организации. Необходимо оценить степень влияния каждого фактора, предусмотреть способы минимизации влияния негативных явлений и максимального использования позитивных, с учетом внутреннего состояния организации. Одним из наиболее распространенных методов оценки внутренней и внешней среды является модель SWOT-анализа – это метод стратегического планирования, заключающийся в определении факторов внутренней и внешней среды корпорации, которые подразделяются на четыре категории: сильные стороны (Strengths), слабые стороны (Weaknesses), возможности (Opportunities) и угрозы (Threats) .

Для достижения поставленных целей происходит выбор той или иной стратегии развития. Применительно к инновациям Л. Г. Раменский выделяет следующие стратегии завоевания и сохранения рынка [7]:

- виолентная (силовая стратегия) – аналог лидерства по ценам, характерна для крупных компаний, основана на массовом производстве стандартной, периодически обновляемой продукции;
- патиентная (нишевая стратегия) – аналог фокусной стратегии, основана на выпуске уникальной, специализированной, дорогостоящей продукции, ориентированной на узкий круг покупателей;
- коммутантная (соединяющая стратегия) – предполагает приспособление к спросу определенного сегмента покупателей не самого высокого достатка за счет имитации новинок и предложения их потребителям;
- эксплерентная – предполагает захват части рынка за счет предложения покупателю радикально нового, инновационного продукта.

Лидерами разработки моделей и методов формирования стратегий считаются представители Гарвардской школы бизнеса. К. Эндрюс, М. Портер, Г. Хэмел, К. Прахалад разработали главные подходы к формированию стратегий [3] К. Эндрюс предложил стратегию, основанную на соответствии между существующими рыночными возможностями и способностями организации при заданном уровне рисков (экономическую стратегию). Подходы к разработке стратегии бизнеса, основанные на конкурентной позиции корпорации, разработал М. Портер [5], а концепция стержневых компетенций принадлежит К. Прахаладу и Г. Хэмелу [4].

Модель, предложенная И. Ансоффом, имеет схожую с моделью Гарвардской группы логику, однако существует ряд существенных отличий [8] Модель И. Ансоффа носит более формализованный характер и формирование стратегии на каждом из этапов можно представить в

виде четкого алгоритма. Реакцией на внешние сигналы в модели И. Ансоффа является определение целей развития корпорации. При этом в соответствии с первоначально установленными целями проводится анализ оценки ресурсного потенциала корпорации, на основе которого определяются возможности принятия основных стратегических решений. Также немаловажным в данной модели формирования стратегии является наличие обратной связи, которая обеспечивает интерактивность процедуры разработки стратегического плана.

К недостаткам данного подхода к формированию стратегии можно отнести разграничение стратегического мышления от реальной практики управления, что ограничивает возможности корректировки стратегии и разработку стратегических альтернатив.

Метод модели «Пять сил конкуренции» М. Портера позволяет определить слабые и сильные стороны позиции корпорации на рынке, а также наиболее перспективные в соответствии с прогнозом направления развития инновационной деятельности. Согласно М. Портеру, необходимо:

1) определить выгодную позицию на рынке, что обеспечит наилучшую защиту от пяти сил конкуренции (рыночная власть поставщиков;
2) рыночная власть покупателей;
3) власть существующих конкурентов;
4) угроза появления новых конкурентов; угроза появления товаров-субститутов).

Затем составить прогноз вероятного потенциала прибыльности отрасли, что позволит разработать мероприятия, направленные на то, чтобы занять наиболее выгодную позицию на рынке [1].

Исследования М. Портера в дальнейшем стали основой работ А.А. Томсона и

А. Дж. Стрикленда, которые показали, что использование маркетинговой составляющей в процессе формирования стратегии повышает конкурентоспособность корпорации и способствует созданию новых конкурентных преимуществ [6].

Стратегия развития инновационной деятельности организации определяет характер ее поведения в сфере научных исследований и разработок, и направлена на достижение такого уровня инновационного потенциала, который будет способствовать достижению долгосрочных целей, и поможет реализовать конкурентную стратегию наиболее эффективно [2].

Успешная инновационная стратегия должна быть не только тесно связана с общей стратегией развития фирмы, но и являться базой для ее

разработки во время негативных событий в экономике (кризисы и т.д.).

Главная задача стратегии состоит в том, чтобы перевести организацию из ее настоящего состояния в желаемое руководством будущее состояние. Эффективная стратегия, с одной стороны, является результатом творческого процесса, а с другой – требует применения системного подхода. Стратегия не должна рассматриваться как план действий, не подлежащий пересмотру. Постоянные изменения внешней среды обуславливают необходимость регулярной оценки выбранной стратегии, ее корректировки и совершенствования.

Таким образом, на современном этапе общим приоритетом формирования стратегии корпорации являются инновации. Инновационные стратегии отличаются высоким уровнем риска, т.е. возможностью неблагоприятного исхода реализации инновационного проекта, но если стратегия сформирована правильно, то вероятность неблагоприятного исхода минимизируется.

Список использованных источников

1. Постановление Правительства РФ от 24 июля 1998 г. №832 «О Концепции инновационной политики Российской Федерации на 1998 - 2000 годы».- режим доступа: http://www. http://base.garant.ru/179112/ - загл. с экрана. – яз. рус.

2. Андрейчиков, А. В. Стратегический менеджмент в инновационных организациях. Системный анализ и принятие решений : учебник / А. В. Андрейчиков, О. Н. Андрейчикова. – М.: Вузовский учебник: НИЦ Инфра-М, 2013. – 396 с.

3. Анисимов, Ю. П. Менеджмент инноваций : учебное пособие / Ю.П. Анисимов, В.П. Бычков, И.В. Куксова. – М.: НИЦ ИНФРА-М, 2015. – 147 с.

4. Гунин В.Н., Баранчеев В.П., Устинов В.А., Ляпина С.Ю. Управление инновациями: 17-модульная программа для менеджеров «Управление развитием организации». – М.: Юнити, 2013. – 328 с.

5. Гучкина Т.И., Агеева Н.М. Инновационные технологии производства вин и винных напитков [Электронный ресурс]: http://kubansad.ru/media/uploads/files/nauchnye_trudy_skzniisiv/tom_4/9.pdf.

6. Друкер, П. Менеджмент [Текст] / П. Друкер, Дж.А. Макьярелло. – Москва : Наука, Юнити, 2012. – 486 с.

7. Колосова, Т.В. Синтез управленческих и инновационных решений в условиях структурных изменений экономических систем // Интеграл. – 2014. – № 3. – С. 57-59.

8. Кузык, Б.Н. Россия – 2050: стратегия инновационного прорыва [Текст] / Б.Н. Кузык, Ю.В. Яковец. – Москва : Экономика, 2015. – 624 с.

Свистула И.А., к.э.н.
Алтайский государственный технический университет
им. И.И. Ползунова

ПЕРСПЕКТИВЫ ПРИМЕНЕНИЯ БИОТОПЛИВА В АГРОПРОМЫШЛЕННОМ КОМПЛЕКСЕ АЛТАЙСКОГО КРАЯ

На сегодняшний день перед каждой страной стоит задача улучшения условий жизни населения и создания благоприятных условий для будущих поколений. Эта задача сегодня определяется как обеспечение устойчивого развития на основе принципов «зеленой экономики» [1]. В самом простом понимании «зеленая экономика» — это экономика с низкими выбросами углеродных соединений, эффективно использующая ресурсы, и отвечающая интересам всего общества. На данный момент Россия – страна, основывающая свое экономическое развитие на невозобновляемых природных ресурсах. Одним из основных потребителей нефтепродуктов в России является агропромышленный комплекс (АПК).

В целях защиты национальных интересов Российской Федерации указом В.В. Путина 6 августа 2014 года введен запрет на ввоз в Россию «отдельных видов» сельскохозяйственной продукции, сырья и продовольствия, страной происхождения которых является государство, вводившее экономические санкции в отношении российских лиц в 2014 году [2]. Введенные меры в ответ на санкции западных стран являются уникальной возможностью для алтайских сельхозтоваропроизводителей реализовать накопленный потенциал и выйти на новые рынки сбыта. Это позволит полностью заполнить производственные мощности по производству сырья, переработке, транспортировке, торговле.

Но при современном экономическом положении дополнительным препятствием для развития экономики является курс рубля и удорожание топлива для населения страны. Сложившаяся ситуация привела к росту цен на сырье, подорожанию конечной продукции и росту цен в розничных сетях. В данном случае сельхозтоваропроизводителям необходимо быть независимыми от увеличения цен на ресурсы, в том числе – топливо.

Высокие цены на топливо вызывают необходимость поиска топлив растительного происхождения, использование которых не только будет более выгодным экономически, но и будет способствовать снижению вредных выбросов в атмосферу, восстановлению почв и сохранению невозобновляемых ресурсов. Что соответствует принципам действия «зеленой экономики».

Исходя из стоимости, доступности и физико-химических характеристик, наиболее подходящим для производства топлива в Алтайском крае является рапсовое масло, которое может быть использовано в качестве основы или компонента топлива. Рапс - культура больших потенциальных возможностей, хорошо приспособленная к условиям умеренного климата, т.е. в отличие от других масличных культур хорошо растет в достаточно жестких природных условиях Алтайского края [3].

ЦЕЛЬ РАБОТЫ**:** Определить перспективы применения биотоплив, разработав методику и выполнив расчет снижения социально-экономического и экологического ущерба при замене ископаемых топлив нефтяного происхождения на биотопливо растительной природы.

РЕЗУЛЬТАТЫ ИССЛЕДОВАНИЙ. Выполнено исследование по использованию альтернативного топлива на основе рапсового масла в агропромышленном комплексе, в рамках «зеленой экономики»:

1. С точки зрения экономической эффективности, сокращения вредных выбросов, сохранения природных ресурсов и малоотходного производства наиболее рентабельным и экологичным для Алтайского края является применение биотоплива на основе рапса [3, 4].

2. Расчет технико-экономических показателей выполнен применительно к комбайновому двигателю Д-442-59И производства ОАО «ПО АМЗ» (г. Барнаул): при объеме реализации в 921238 у.е. двигателей производство будет считаться безубыточным; цена реализации - не ниже 8223,5 у.е./шт., экономический эффект от его эксплуатации составит 20457 у.е.

3. Использование биодизельного топлива рентабельно при внутрихозяйственном его использовании, т.е. с учетом эффективного использования побочных продуктов его получения и исключая торговые наценки и пр. сборы [5,6].

4. При установке системы CR экологический ущерб снижается на 55,5 %, установка данной системы экономически и экологически выгодна, так как двигатель удовлетворяет экологическим нормам правил ЕЭК ООН № 96 ГОСТ Р 41.96-2005 [7].

Разработанная методика может быть применена для регионов с благоприятными условиями для выращивания культуры – рапс и не имеющих собственных нефтяных ресурсов. Мировой и российский опыт такой модернизации производства показывает, что этот подход ведет не только к улучшению экономических показателей, но к существенному улучшению условий жизни людей. Это является центральной задачей развития страны в рамках «зеленой экономики».

Мировой и российский опыт такой модернизации производства показывает, что этот подход ведет не только к улучшению экономиче-

ских показателей, но к существенному улучшению условий жизни людей. Это является центральной задачей развития страны в рамках «зеленой экономики». Помимо осознания важности соблюдения экологических требований, необходима экономическая заинтересованность.

Модернизация должна учитывать огромные возможности страны для использования возобновляемых источников энергии. Это предполагает стимулирование производства энергии на основе возобновляемых источников энергии и поддержку отечественного производства необходимого оборудования.

Список использованных источников

1. Свистула, И.А. Эффективность применения биотоплив в рамках «зеленой экономики» / И.А. Свистула // Материалы межрегиональной конференции с международным участием: «переход к зеленой экономике и устойчивому развитию в Алтайском крае: перспективы, механизмы, ключевые направления». – Барнаул : Изд-во АлтГУ, 2015. – С. 181-184.

2. Указ Президента РФ от 06.08.2014 N 560 «О применении отдельных специальных экономических мер в целях обеспечения безопасности Российской Федерации». [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://kremlin.ru/news/46404.

3. Свистула, И.А. «Зеленая экономика» на основе топлив растительного происхождения / И.А. Свистула // Материалы I международной заочной научно-практической конференции: «Проблемы техносферной безопасности – 2015». – Барнаул : Изд-во АлтГУ, 2015. – С. 53-56.

4. Свистула, И.А. Перспективы применения топлив на основе рапса в транспортных ДВС / И.А. Свистула, А.Е. Свистула // Technologijos mokslo darbai vakarų Lietuvoje (ISSN 1822-4652) (Научные исследования в технологических сферах Западной Литвы). Klaipėda: Klaipėdos Universitetas. – 2008. – № 6. – p 277-281.

5. Мысник, М.И. Альтернативные топлива для силовых теплоэнергетических установок в сибирском регионе / Мысник М.И., Свистула А.Е., Яковлев С.В. // Материалы I международной заочной научно-практической конференции: «Проблемы техносферной безопасности – 2015». – Барнаул : Изд-во АлтГУ, 2015. – С. 113-124.

6. Фролкин, А.С. Опыт использования рапсового масла в качестве топлива для дизелей «ПО АМЗ» / А. С. Фролкин, А. Е. Свистула, И. А. Свистула и др. // Энергетические, экологические и технологические проблемы экономики» (ЭЭТПЭ-2008): Материалы 2 Всероссийской научно-практич. конф. с международным участием / Алт. гос. техн. ун-т им.

И.И. Ползунова. – Барнаул : ОАО «Алтайский дом печати», 2008. – с. 226-230.

7. ГОСТ 41.96-2005 (Правила ЕЭК ООН № 96) Единообразные предписания, касающиеся двигателей с воспламенением от сжатия, предназначенных для установки на сельскохозяйственных тракторах, в отношении выброса вредных веществ этими двигателями. – М.: Стандартинформ, 2006. – с. 64.

Сычева И.Н., д.э.н., профессор
Свистула И.А., к.э.н.
Алтайский государственный технический университет
им. И.И. Ползунова

КЛАСТЕРНЫЙ ПОДХОД К СГЛАЖИВАНИЮ ПРОСТРАНСТВЕННОЙ ПОЛЯРИЗАЦИИ

Россия обладает обширной территорией, экономическое пространство как Российской Федерации, так и Алтайского края отличается значительными диспропорциями в региональном развитии. Пространственная поляризация регионального социально-экономического развития, выражается, прежде всего, в различном уровне концентрации населения и инфраструктуры, сложившейся структуры экономики, степени освоенности территории, предопределяет формирование поляризованных социально-экономических районов. Но при всем разнообразии природных и социально-экономических условий каждого региона, необходимо поддерживать социальное и политическое единство страны.

Отличительной чертой Алтайского края является значительная неоднородность районов: по занимаемой площади – от 1,1 тыс. км^2 (Суетский) до 6,9 тыс. км^2 (Чарышский); по численности населения - от 5,5 тыс. человек (Суетский) до 49,9 тыс. человек (Первомайский, Тальменский районы); по плотности населения – от 2 человек на 1 км^2 (Чарышский) до 20 человек на 1 км^2 (Павловский район); по количеству составных территориальных единиц местного самоуправления, т.е. «низовых» - сельских администраций – от 6 (Суетский) до 23 (Шипуновский) [4, 6]. В основу территориального деления в Алтайском крае положены, прежде всего, географические, а не экономические принципы. В недостаточной степени при делении учитывались такие факторы, как наличие финансов и имущества, достаточного для оказания муниципальных услуг, дееспособность органов местного самоуправления, с этим связан высокий уровень территориальной дифференциа-

ции социально-экономического развития. Также существуют значительные различия по объему инвестиций на душу населения, по величине денежных доходов, бюджетной обеспеченности населения. Учитывая аграрно-индустриальную специализацию Алтайского края, существенны различия в объемах производства промышленной и сельскохозяйственной продукции на душу населения. Специализация экономики городов в основном индустриальная – на города приходится около 80% всего промышленного производства края.

Таким образом, в крае наблюдается рост экономического неравенства в связи с концентрацией экономики на территориях с развитой средой и конкурентными преимуществами, что диктует необходимость реализации масштабной выравнивающей политики краевых властей, направленной на соблюдение социального стандарта жизни населения отстающих территорий. За счет развития и поддержки предприятий агропромышленного комплекса можно решить проблему различного уровня жизни в районах края. В первую очередь, организационная разобщенность предприятий АПК не позволяет полностью использовать производственные мощности, конкурировать по качеству и доступности продуктов питания.

Рынок сельского хозяйства должен способствовать не только продовольственной безопасности страны, но и формировать экспортный потенциал для аграрных и перерабатывающих отраслей экономики. Кроме того, развитие сельскохозяйственных организаций позволит снизить напряженность на рынке труда, увеличить доходы населения, не допустить распространения антиобщественного образа жизни, что является направлением решения социальных задач. Таким образом, от успешности развития сельского хозяйства зависит не только продуктовая безопасность страны, но и решение социальных проблем населения.

ОБЪЕКТ И МЕТОДИКА. В Алтайском крае преобладает сельское хозяйство, поэтому, в том числе, за счет развития и поддержки предприятий агропромышленного комплекса можно решить проблему неоднородного уровня жизни в районах края. Снижение уровня поляризации можно достичь путем выработки направлений экономической политики региона, напрямую зависящих от правильного представления о процессах, протекающих в регионе.

На данный момент образование, наука, сельское хозяйство, производство средств производства, переработка сельскохозяйственных продуктов и их реализация развиваются по собственным траекториям, часто не связанным друг с другом. Вследствие существующей организационной разобщенности предприятий АПК происходит недостаточ-

ное использование производственных мощностей, удорожание продукции и снижение ее конкурентоспособности. Для более эффективной работы аграрной отрасли, повышения ее конкурентоспособности на мировом рынке необходимо, чтобы все указанные выше направления деятельности объединяла одна общая цель: обеспечение населения высококачественной и доступной по цене продукцией, в то же время увеличение прибыли производителей.

Одной из главных целей агропромышленной интеграции является получение синергетического эффекта по различным направлениям, прежде всего, производителей объединяет экономический интерес, он и составляет основу развития интеграционных процессов. Прибыль каждого из интегрированных предприятий должна превысить результат его индивидуальной деятельности. Кроме общего положительного эффекта интеграция стремится к сбалансированному развитию всех предприятий-участников и повышению социально-экономических показателей жизни населения. При помощи кооперации и интеграции формируются новые хозяйственные структуры, способные развиваться в условиях рыночной конкуренции, осуществляется централизация капитала, рациональнее используются производственные мощности, снижаются расходы на управление, снабжение и сбыт продукции, создаются предпосылки для развития научно-технического прогресса.

Оценивая тенденции становления агропромышленной интеграции в России, можно сделать вывод, что наиболее интенсивно развивающимися формами установления интеграционных связей в АПК являются:

- Создание перерабатывающих производств сельскими товаропроизводителями;
- Организация сельскими товаропроизводителями и перерабатывающими предприятиями и организациями объединений для совместной переработки и реализации продукции;
- Организация конкурентоспособных межрайонных объединений регионального (краевого, областного) уровня;
- Создание агропромышленных формирований предприятиями и организациями различных отраслей.

Отсюда следует, что интегрированные структуры, объединяющие различные этапы: от производства сельскохозяйственной продукции до ее реализации конечным потребителям, – являются более эффективными и приспособленными к условиям рыночной экономики. Они получают распространение во многих регионах Российской Федерации и характеризуются большим разнообразием организационно-

правовых форм, составов участников, видов деятельности, форм собственности.

Для решения задачи повышения уровня жизни населения сельских территорий автором дополнена и реализована методика формирования животноводческих кластеров в рамках сложившейся экономической ситуации. Методика способствует более рациональной организации производства, переработки, транспортировки, сбыта, наилучшему распределению сил территориально рассредоточенных организаций.

Основные положения методики включают в себя:

1. Выявление наиболее перспективных секторов экономики для выбранной территории, учитывающей существующий природный и экономический потенциал данной местности.

2. Анализ наличия и состава ресурсной базы: сельскохозяйственных угодий, производственных мощностей, производственной и рыночной инфраструктуры и т.д.

3. Анализ потенциальных возможностей административных органов власти, наличие устойчивых связей с научными организациями и образовательными учреждениями.

4. Анализ имеющейся инфраструктуры со стороны рынка (наличие и результаты работы финансово-кредитных организаций, лизинговых и маркетинговых компаний, логистики, хранения и т.д.).

5. Анализ и мониторинг имеющейся структуры со стороны производства (наличие и оценка успешности работы племенных хозяйств, зооветеринарных служб, производственно-технического обслуживания и т.д.).

6. Оценку возможности эффективной работы координационного совета, направленной на реализацию поставленных задач в области кластерной политики.

Основной движущей силой кластера является сбалансированная работа кормопроизводства, специализированных сельскохозяйственных организаций, образующих сырьевую базу перерабатывающих предприятий каждой природно-экономической зоны Алтайского края. Кроме этого, участниками кластера являются административные органы власти, наука и образование, инфраструктура со стороны рынка (финансово-кредитные организации, лизинговые и маркетинговые компании, логистика, хранение и т.д.) и со стороны производства (племенные хозяйства, зооветеринарные службы, производственно-техническое обслуживание и т.д.). Представители каждого из элементов кластерной структуры входят в координационный совет, который распределяет задачи между участниками.

Методика направлена на удовлетворение потребностей населения в качественной и доступной по цене продукции, а также на загрузку существующих перерабатывающих мощностей и устранение недостатков в структуре товародвижения. Интеграционные взаимосвязи, включая обмен информацией, становятся всё более значимым фактором конкурентоспособности, который оказывает влияние на производительность остальных факторов. В рамках работы кластера аграрной отрасли Алтайский край может реализовать территориальные преимущества в производстве продуктов [5].

Действительно, такая форма объединения как кластер формируется на основе научно-исследовательских организаций и вузов, того, с чего должна начинаться производственная цепь продукта: с инновационных разработок, усовершенствования и расширения ассортимента конечного продукта и каждой производственной стадии в отдельности [2]. Немаловажна подготовка высококвалифицированных кадров для каждого из этапов производства конечной продукции. В аграрной отрасли Алтайский край в рамках работы кластера может реализовать территориальные преимущества в производстве того или иного продукта. В работе предложена и реализована методика формирования кластеров производства животноводческой продукции, которая должна помочь рационально организовать производство, переработку, транспортировку, сбыт, наилучшим образом распределить силы территориально рассредоточенных организаций.

Ядра кластера образованы на основе уже существующих природно-экономических зон, точками роста выступают сельхозтоваропроизводители и их объединения, являющиеся сырьевой базой для переработчиков в рамках каждой природно-экономической зоны. Объемы производства сырья должны соответствовать производственным мощностям в рамках каждой природно-экономической зоны. Управление осуществляется координационным советом, в состав которого входят производители сельскохозяйственной продукции, переработчики, представители производственной и рыночной инфраструктур, оптово-розничной сети, реализующей конечную продукцию.

Благоприятные предпосылки для формирования условий, необходимых для ускорения инновационного процесса в агропромышленном комплексе региона, могут быть созданы на основе поддержки органами управления региональными АПК не отдельно взятых организаций и предприятий, а их совокупностей. Наиболее продуктивными считаются объединения, созданные с учетом природно-климатических, исторических и социальных факторов. Такой подход находит отражение в концепции особо значимых аграрных территорий РФ.

Дальнейшее осуществление кооперативно-интеграционных процессов в АПК позволит преобразовать его в новую структуру, представленную преимущественно интегрированными агропромышленными структурами по производству сырья, его переработке и реализации, а также организациями, занимающимися научно-техническим обслуживанием. В этой ситуации все предприятия комплекса будут заинтересованы не в промежуточных, а в конечных результатах производства, что положительно скажется на экономической эффективности всех звеньев АПК.

Кластер как высшая форма интеграции в последнее время находит свое отражение во многих секторах экономики России. В АПК ее практическое применение распространено меньше, чем в других областях экономики. Поэтому нами разработаны пути реализации данной формы, которые, в отличие от существующих, предполагают совершенствование кластерной формы на основе достижения как экономического, так и социального эффекта, отражающегося в удовлетворении населения продуктами питания собственного производства.

Исследование выполнено на примере подкомплекса животноводства Алтайского края, как наиболее перспективной отрасли в рамках импортозамещения в связи с введенным продуктовым эмбарго [1]. Поэтому для решения отмеченных проблем, нами поэтапно выявлены следующие резервы развития животноводства:

1. Резерв увеличения объема производства молочного и мясного сырья в рамках природно-экономических зон края. В крае семь природно-экономических зон, в рамках которых концентрация производства молочного и мясного сырья сложилась неравномерно. Поголовье коров и производство молочного сырья сосредоточены в пяти природно-экономических зонах: Кулундинской, Приалейской, Бийско-Чумышской, Приобской и Приалтайской, среди них наименьшую площадь сельскохозяйственных угодий имеет Бийско-Чумышская зона, за счет этого показатели плотности исходного поголовья и выхода продукции на 100 га сельскохозяйственных угодий – одни из самых высоких в крае.

Поголовье сельскохозяйственных животных и производство мясного сырья сосредоточены в Приобской и Кулундинской природно-экономических зонах. Выявленные диспропорции, являются одной из основных причин потерь сырья при транспортировке и хранении, а также высокозатратного производства в целом [3]. Следовательно, имеются резервы увеличения поголовья сельскохозяйственных животных и производства молочного и мясного сырья в каждой природно-экономической зоне края.

2. Резерв оптимизации суммарных производственных мощностей. По переработке молочного сырья в крае мощности составляют 1924,7 тыс. т в год, мясного сырья – 385 тыс. т и обеспечены сырьем, соответственно, на 75,3 % и 57,6 % [5].

3. Мощности по производству молочных и мясных продуктов заполнены менее чем на 50% [7], поэтому существуют значительные резервы по увеличению производства конечной продукции.

4. Выявлены несовершенные взаимоотношения между сельхозтоваропроизводителями, перерабатывающими и торговыми предприятиями края. Монопольное положение молочных и мясных комбинатов позволяет занижать цены на сырье, что влечет за собой сокращение сырьевой базы, а для сельхозпроизводителей большое значение имеет обеспечение гарантированного сбыта с учетом сезонности производства молока и мяса.

РЕЗУЛЬТАТЫ ИССЛЕДОВАНИЙ. В результате выявленных резервов развития молочного и мясного подкомплексов Алтайского края разработана модель кластерной структуры продуктовых подкомплексов животноводства. Основой кластера является совместная работа кормопроизводства, специализированных сельскохозяйственных организаций, образующих сырьевую базу для перерабатывающих предприятий каждой природно-экономической зоны Алтайского края. Также, эффективную работу кластера поддерживают административные органы власти, наука, инфраструктура, обеспечивающая работу производства и рынка. Представители каждого из элементов кластерной структуры входят в координационный совет, который распределяет задачи между участниками кластера [3].

Создание кластерных структур продуктовых подкомплексов АПК Алтайского края направлено на удовлетворение потребностей населения в качественной и доступной по цене продукции, а также на загрузку существующих перерабатывающих мощностей и устранение недостатков в структуре товародвижения. В рамках работы кластера аграрной отрасли Алтайский край может реализовать территориальные преимущества в производстве продуктов, также реализовать появившееся в результате введенного эмбарго [1] возможности в завоевании новых рынков сбыта.

ВЫВОДЫ И ПРЕДЛОЖЕНИЯ. Эффективность молочного и мясного кластеров АПК, предполагает удовлетворение потребности населения региона в молочных и мясных продуктах, а также полную загрузку производственных мощностей перерабатывающих предприятий края. Суммарные производственные мощности по переработке молока составляют 1924,7 тыс. т, по переработке мясного сырья (без учета мяса птицы)

– 385 тыс. т, а мощности по производству молочной продукции – 1630 тыс. т, мясной – 237,7 тыс. т, при этом потребность населения края в молоке будет удовлетворена на 146,3%, в мясе – на 148,8, что позволит экспортировать продукцию на рынки соседних регионов.

В Алтайском крае, в силу его географических масштабов, высоки предпосылки внутренней неоднородности в экономическом развитии. Поскольку финансовые возможности муниципальных образований различаются вследствие сложившейся структуры экономики, территориальная политика региональных властей строиться на выравнивании существующих диспропорций. В результате внедрения построенной модели кластерной структуры агропромышленного комплекса, прогнозируется значительное сглаживание внутрирегиональной поляризации территории и повышение уровня жизни населения Алтайского края.

Статья выполнена в рамках исполнения гранта Президента Российской Федерации для государственной поддержки молодых российских ученых-кандидатов наук 2016 год.

Список использованных источников

1. Указ Президента РФ от 06.08.2014 N 560 «О применении отдельных специальных экономических мер в целях обеспечения безопасности Российской Федерации». [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://kremlin.ru/news/46404.

2. Запольский, М.И. Эффективность кооперативно-интеграционных отношений в сфере агропромышленного производства. Теория, методология, практика [Текст] / М.И. Запольский; под ред. В.Г. Гусакова. – Минск : Ин-т систем. исслед. в АПК НАН Беларуси, 2010. – 256 с.

3. Свистула, И.А. Кластерный подход к развитию сельских территорий [Текст] / И.А. Свистула, Н.В. Белая. – Ресурсный потенциал регионов Большого Алтая в производстве экологически чистого продовольствия: сборник статей международной научно-практической конференции, 22-23 сентября 2016 г. – Барнаул : АЗБУКА, 2016. – С. 138-142.

4. Сычева, И.Н. Модель структуры агропромышленного комплекса и ее роль в снижении поляризации территорий [Текст] / И.Н. Сычева, И.А. Свистула // Вестник Алтайской науки. – 2015. – №2. – С. 285-290.

5. Свистула, И.А. Проблемы и тенденции развития мясного и молочного подкомплексов в Алтайском крае [Текст] / И.А. Свистула, А.Л. Полтарыхин // Известия Международной академии аграрного образования (МААО). – 2013. – №16, т.2. – С. 100-105.

6. Сычева И.Н. Модель интегрированного развития АПК региона [Текст] / И.Н. Сычева, И. А. Свистула, Н.В. Белая. – Барнаул : Изд-во АлтГТУ, 2015. – 246 с.

7. Территориальный орган Федеральной службы государственной статистики по Алтайскому краю. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://akstat.gks.ru/.

Сычева И.Н., д.э.н., профессор
Пермякова Е.С., к.э.н.
Кузьмина Н.Н., старший преподаватель
Алтайский государственный технический университет
им. И.И. Ползунова

МЕЖДУНАРОДНАЯ ЭКОНОМИЧЕСКАЯ ИНТЕГРАЦИЯ: МИРОВОЙ ОПЫТ И СОВРЕМЕННЫЕ ТЕНДЕНЦИИ

Нарастающая глобализация и интернационализация производства, углубление общественного разделения труда, в том числе и на международном уровне, и связанное с ним развитие кооперационных связей делают традиционную политику поддержки свободной конкуренции в отдельно взятой стране малоэффективной, в одиночку бороться с жестокой конкуренцией на мировом уровне страна не в состоянии. Это обуславливает поиск таких форм взаимодействия, которые обеспечивали бы устойчивость развития отдельных стран в различного рода межгосударственных союзах, в том числе и региональных крупномасштабных хозяйственно-территориальных комплексах с общей территорией, аппаратом управления, финансовой системой, экономикой, гражданством, внешней политикой [1].

Начало XXI века проявило внутренние противоречия как всей мировой экономики, так и неравномерность развития отдельных ее частей. За довольно короткий промежуток времени произошли 2 крупных мировых экономических кризиса: 2001-2002 и 2008-2010 гг. Стремление преодолеть кризисные проявления становится дополнительным стимулом для большинства стран интегрироваться в мирохозяйственные связи с помощью механизмов формирования торгово-экономичских блоков, союзов, экономических, торговых, таможенных зон.

На современном этапе межстранового сотрудничества наблюдаются коренные изменения в интеграционном развитии, которые обусловлены усложнением международных экономических отношений под влиянием транснационализации, роста потребности в инновационном

развитии, обострения проблем многосторонней торговой системы в рамках ВТО. Эти процессы активно воздействуют на мировое конкурентное пространство, формируют новые качественные характеристики конкурентной среды с усложняющимися и переплетающимися внутренними связями, с усилением роли на них новых игроков, как стран, регионов, региональных торгово-экономических объединений. Такие изменения обусловлены по большей части следующими причинами:

во-первых, усиление кризисных процессов в экономике вынуждает государства искать дополнительные возможности от участия в интеграционных союзах, несопоставимые с возможностями одной страны;

во-вторых, усложнение условий международной конкуренции, которая принимает в настоящее время расширенный формат, включая не только транснациональные корпорации, но и целые интеграционные объединения. Именно обострение международной конкурентной борьбы требует, чтобы система приоритетов, объединяющих государства, создающих более благоприятные и устойчивые основы для совместного социально-экономического и геополитического развития, была ориентирована на повышение национальной конкурентоспособности, которая в условиях интегрированной хозяйственной системы превращается в конкурентоспособность международной интеграционной группировки [2].

Международная (региональная) экономическая интеграция в своем развитии проходит ряд этапов: зона свободной торговли, таможенный союз, общий рынок, экономический союз и политический союз. На каждом из этих этапов устраняются определенные экономические барьеры и различия между странами, вступившими в интеграционный союз. В результате в границах интеграционного блока складывается единое экономическое пространство, все страны-участницы выигрывают за счет повышения эффективности деятельности фирм и понижения государственных расходов на таможенный контроль.

Интеграционные процессы постепенно охватывают все большее количество стран. В настоящее время в мире насчитывается несколько десятков интеграционных группировок, представляющих собой объединения государств различных регионов. Важнейшие из них на мировой арене следующие: Европейский союз (ЕС), Соглашение о североамериканской зоне свободной торговли (НАФТА), торговый пакт МЕРКОСУР, Азиатско-Тихоокеанское экономическое сообщество (АТЭС), Ассоциация стран Юго-Восточной Азии (АСЕАН), Шанхайская организация сотрудничества (ШОС), Карибское сообщество и Карибский общий рынок (КАРИКОМ), Экономическое сообщество западноафриканских государств (ЭКОВАС) [1].

При этом наиболее крупными интеграционными союзами, основными субъектами мировой торговли, доля которых к 2015 г. превышала на мировом рынке 75%, являются ЕС, НАФТА, МЕРКОСУР, АТЭС, ЭКОВАС.

Особый интерес представляют причины, побудившие различные страны к объединению в международные региональные союзы, а также определение, какого уровня интеграции они в результате достигли. Изучение основных проблем и недостатков функционирования международных региональных объединений за последние десятилетия позволит с учетом мирового опыта определить перспективы развития интеграционных процессов в России в рамках ЕАЭС.

Так, при безусловном приоритете экономических факторов на практике часто весомыми условиями объединения выступают политические мотивы, реализуемые правительствами государств (возможность увеличить политическое, военное влияние через усиление экономической зависимости государства). Более того, на современном этапе цивилизации значимость названных причин усиливается, поскольку позволяет странам за счет интеграции защищаться от последствий глобализации мировой экономики. Кроме того, анализ функционирования международных интеграционных объединений показал, что при их значительном количестве, в настоящее время ни одно не прошло все стадии интеграции, не достигнуты все поставленные цели. Наиболее глубокого ее уровня – экономического союза - достиг Европейский союз, остальные группы прошли лишь первый и второй уровни. Из наиболее крупных и значимых для мировой экономической системы интеграционных группировок, уровня таможенного союза достигли МЕРКОСУР, КАРИКОМ, ЮДЕАК, ЮАТС, ЕАЭС. Одной из основных причин стагнации интеграционных процессов в большинстве объединений является то, что данный вопрос недостаточно изучен и разработан с точки зрения практических рекомендаций на региональном уровне, политические мотивы зачастую не подкреплены прикладными программами и проектами, что может оказать в дальнейшем негативное влияние на функционирование сложившихся интеграционных союзов в форме, например, таможенного союза. В этой связи экономические механизмы управления такими интеграционными объединениями нужно расширять, углублять и уточнять.

В большинстве интеграционных союзов имеет место асимметрия участников, проявляющаяся в уровнях их экономического, социального, технического развития, когда одна страна или группа стран выступают в качестве лидера. Поэтому в каждом из таких объединений страны-участницы преследуют свои цели, которые по большей части дополня-

ют друг друга. Цели более развитых стран заключаются в получении новых рынков сбыта своей продукции за счет снятия барьеров во взаимной торговле, обеспечения доступа к энергоресурсам менее развитых стран, снижения себестоимости совместно произведенных товаров. Для менее развитых стран первичны цели создания новых рабочих мест за счет размещения на их территории новых производств, привлечения в экономику иностранных инвестиций, инновационных технологий, высококвалифицированных кадров и как результат – повышение уровня своего экономического развития.

Мировой экономический кризис существенно повлиял на все стороны международных экономических отношений, даже в интеграционных объединениях, где участвуют страны с высоким уровнем развития. Негативные изменения в значительной степени затронули развитые страны, что отразилось на деятельности таких группировок как ЕС и НАФТА, снизилась их доля в мировом ВВП. Снижение активности участия в международной торговле наблюдается и у группировок, участниками которых выступают развивающиеся страны. Например, у МЕРКОСУР произошло снижение активности участия в международном обмене товарами с 0,1 в 2005 г. до 0,05 в 2015 г.; у ЭКОВАС – с 0,11 до 0,08 за аналогичный период. В то же время показатель для НАФТА и ЕС не изменился, составив 0,85 и 0,25 соответственно.

Изучение опыта международных региональных объединений, функционирующих в настоящее время, позволило сделать следующие выводы. Наиболее динамично и поступательно развиваются интеграционные отношения России, Казахстана и Беларуси, а с недавнего времени Армении и Киргизии. Ни одна международная группировка, за исключением ЕС, не достигла подобных результатов за такой короткий промежуток времени. Такой темп интеграции, с одной стороны, свидетельствует о положительной динамике. С другой стороны, этот процесс сопровождается определенными издержками и неоднозначными мнениями о выгоде данного союза. Важнейшим мотивом создания ЕАЭС стало приращение экономических результатов за счет участия в интеграционных процессах, следовательно, позитивное влияние на рост экономик стран-участниц проявится только в том случае, когда экономическая интеграция приведет к процессу глубоких структурных трансформаций в экономиках интегрирующихся государств, изменится качество экономического пространства посредством кооперационной, организационной, инвестиционной, технологической новизны, повышающей конкурентоспособность глобального экономического объединения. К сожалению, данные характеристики пока далеко не в полной мере проявляются во взаимоотношениях стран-участниц ЕАЭС.

По-нашему мнению, каждому государству необходимо ориентировать национальные экономики на создание совместных предприятий-лидеров, формировать «полюса роста». В данном контексте конкуренция и эффективная взаимодополняемость экономик будет являться залогом успешного развития как интегрированной экономической системы целом, так и каждого государства в частности.

Статья подготовлена по итогам выполнения проекта РГНФ № 16-12-22015 «Перспективы экономической интеграции приграничного агропромышленного региона в условиях Евразийского экономического союза» регионального конкурса "Российское могущество прирастать будет Сибирью и Ледовитым океаном" 2016 – Алтайский край.

Список использованных источников

1. Сычева И.Н. Пермякова Е.С. Monograph Sustainable economic development of regions Volume 7. Austria, Vienna 2015 Austria, Vienna 2015, 12; 144-154.

2. Праневич, А.А. Интеграционные объединения стран: проблемы и факторы конкурентной устойчивости в современной мировой экономике / А.А. Праневич // Белорусский экономический журнал. – 2016. – № 1. – С. 4-21.

Сычева И.Н., д.э.н., профессор
Пермякова Е.С., к.э.н.
Кузьмина Н.Н., старший преподаватель
Алтайский государственный технический университет
им. И.И. Ползунова

МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБОСНОВАНИЕ СОЗДАНИЯ ЛОКАЛЬНЫХ ОСЕЙ РАЗВИТИЯ ПРИГРАНИЧНЫХ ТЕРРИТОРИЙ

Комплексный подход к управлению на региональном уровне требует разработки новой системы форм и методов управления социально-экономическими процессами трансграничного региона, которая, в свою очередь, должна соответствовать нижеследующим критериям: быть эффективной, не снижать эффективности иных регулируемых процессов модернизации и развития; обладать достаточно сильным синергетическим эффектом; быть достаточно простой и открытой; быть адаптивной и гибкой; учитывать долговременные интересы; стимулировать инновационное развитие.

Реализация предлагаемой комплексной системы планирования экономики приграничного региона предполагает использование нового

подхода, основанного на создании локальной оси развития и выделении в регионе локальной пропульсивной отрасли.

Локальная ось развития – локализованное пространство сопредельных государств, каркасной основой которой служат территории приграничных регионов и расположенные на них локальные полюса роста, интегрированные в единую организационно-экономическую систему с целью производственно-финансовой деятельности.

Локальная пропульсивная отрасль – совокупность предприятий одной отрасли, расположенных на приграничных территориях соседствующих государств, способных воспринимать новации и оказывать позитивное влияние на развитие экономик приграничных регионов.

Алгоритм создания локальной оси развития на территории приграничного региона с учетом перспектив его интеграции с сопредельными территориями включает три основные стадии: подготовка, формирование и управление, каждая из которых детализируются в процессе реализации проекта (рисунок 1).

Согласно предложенной схеме, решение задачи создания локальной оси развития предполагает выполнение ряда алгоритмических действий.

I На стадии подготовки:

1 Анализ соответствия приграничных регионов и расположенных на их территории городов критериям полюсов роста, выбор городов – локальных полюсов роста.

2 Оценка промышленного потенциала локальных полюсов роста, с целью выявления пропульсивной отрасли.

3 Поиск схожих элементов региональных экономик приграничных районов, а именно: похожие экономические проблемы; предприятия, способные при минимальных затратах составить законченную технологическую цепочку на основе производственной специализации и кооперирования; номенклатура выпускаемых изделий; востребованность аналогичной продукции на региональных рынках.

II На стадии формирования:

1 Выбор предприятий, составляющих промышленно-производственную, научно-исследовательскую, финансовую основу пропульсивной отрасли в составе локальной оси развития, с распределением специализации и кооперационных связей, номенклатуры выпускаемой продукции.

2 Объединение на этой основе локальных полюсов роста в локальную ось развития.

3 Определение спроса на продукцию и емкости рынка отрасли в рамках локальной оси.

III На стадии управления:

1 Выбор организационно-правовой формы функционирования предприятий на локальной оси развития как единой корпорации.

2 Выбор организационной структуры управления транснациональной корпорацией.

3 Финансирование создания и функционирования проекта, определение социально-экономического эффекта от локальной оси развития для развития приграничного региона.

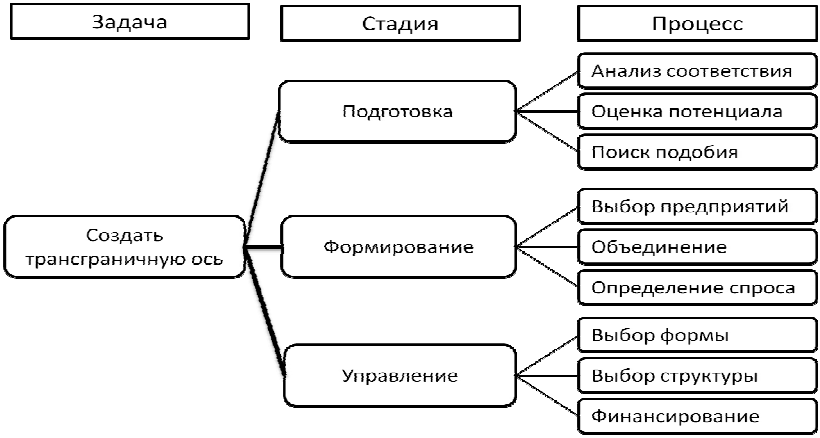


Рисунок 1 – Блок-схема «Формирование локальной оси развития»

Для идентификации локальных полюсов роста и создания локальных осей развития на приграничной территории, необходимо учитывать ряд характеристик социально-экономического развития рассматриваемого региона и сопредельной с ним территории.

Первый. Базовые условия регионов, а именно: удобное географическое положение регионов относительно друг друга; близость мировых товарных рынков, возможность выхода на новые рынки за счет региона-партнера; наличие взаимодополняющих минерально-сырьевых, топливно-энергетических ресурсов; схожий климат; значительные размеры и качество земельных и водных ресурсов.

Второй. Уровень трудового потенциала приграничных регионов должен оцениваться как высокий. Анализ трудового потенциала включает в себя такие показатели как численность населения и его динамику; уровень занятости и безработицы; уровень экономической активности населения, уровень доходов населения, уровень образования.

Третий. Приграничные регионы должны быть инвестиционно привлекательны. Оценка инвестиционного потенциала производится с помощью показателей: уровень инвестиционного риска региона; объем инвестиций; структура инвестиций по источникам финансирования; инвестиционная достаточность региона.

Четвертый. Производственный потенциал – наличие ведущих отраслей обрабатывающей промышленности, наукоемких, высокотехнологичных производств, уровень развития градообразующих предприятий, способы организации производства, уровень морального и физического износа техники и технологии, перспективы спроса на продукцию приоритетной отрасли на внешнем и внутреннем рынках.

Пятый. Развитие инфраструктуры, логистики и транспорта. На приграничной территории необходимо наличие разветвленной транспортной системы, наличие всех видов транспортных коммуникаций, современных схем доставки грузов. Кроме того, важно учитывать стоимость различных инфраструктурных услуг, как тарифы на тепло- и электроэнергию, водоснабжение, связь, складское хозяйство, страхование, информационное обеспечение и т.д.

Шестой. Уровень научно-технического потенциала. Для измерения научно-технического уровня предлагается использовать следующие показатели, характеризующие: число вузов, затраты на научные исследования и разработки, уровень инновационной активности предприятий, количество и долю НИОКР, выполненных на уровне изобретений, по которым получены авторские и др.

Седьмой. Степень открытости экономики на приграничной территории должна быть достаточно высокой. Оценить степень открытости экономик можно с помощью следующих показателей: экспортная квота; импортная квота; внешнеторговая квота, количество действующих предприятий с участием иностранного капитала (совместных и иностранных); доля предприятий с участием иностранного капитала. Кроме того, необходимо проанализировать динамику и структуру внешнеторгового оборота приграничных регионов.

Восьмой. Схожие приоритеты государственных политик и государственного регулирования приграничных регионов, в том числе установленные государством налоги, система хозяйствования, субсидии и программы поддержки различных секторов экономики, стратегии развития регионов. И, что представляется наиболее важным, стремление государственных и региональных органов власти к сближению и интеграции.

Девятый. Стабильность политической ситуации и общественного климата.

В ходе функционирования системы комплексного регионального планирования, основанной на проектировании локальных осей развития, необходимо учитывать все многообразие взаимодействующих при этом интересов. Во-первых, это региональные интересы соседствующих территорий, связанные с обеспечением сбалансированного комплексного развития приграничного региона в целом и его активного участия в межрегиональном взаимодействии при решении общих проблем. Во-вторых, интересы бизнес-структур, связанные с развитием и функционированием социальной и производственной инфраструктуры. В-третьих, интересы предприятий и организаций всех форм собственности, которые практически формируют региональные рынки и осуществляют межрегиональные связи. Для приграничных регионов взаимодействие перечисленных интересов может проявляться в таких формах как межфирменное взаимодействие в виде финансово-экономической интеграции, межрегиональное взаимодействие, сочетание и консолидация корпоративных и территориальных интересов.

На наш взгляд, развитие приграничных регионов России с учетом перспектив интеграции с сопредельными территориями основе рыночных принципов и долговременных устойчивых финансово-экономических связях, помимо отмеченной выше экономической заинтересованности субъектов региональной экономики в достижении общих целей, требует механизм, обеспечивающий взаимодействие интересов в процессе реализации их интеграционных отношений, кроме того, необходим мониторинг экономических отношений и разрешение спорных вопросов и разногласий между субъектами экономик приграничных регионов, и, наконец, создание условий для быстрой адаптации субъектов региональных экономик к новой технологии управления и взаимодействия.

Предложенный алгоритм можно использовать для обоснования создания локальной оси развития на территории приграничного агропромышленного региона России.

Статья подготовлена по итогам выполнения проекта РГНФ № 16-12-22015 «Перспективы экономической интеграции приграничного агропромышленного региона в условиях Евразийского экономического союза» регионального конкурса "Российское могущество прирастать будет Сибирью и Ледовитым океаном" 2016 – Алтайский край.

Список использованных источников

1. Сычева, И.Н. Приграничный агропромышленный регион: предпосылки и перспективы экономической интеграции : монография /

И.Н. Сычева, П.В. Михайлушкин, А.Л. Полтарыхин, Е.С. Пермякова. – Барнаул : АЗБУКА, 2013. – 198 с.

Сычева И.Н., д.э.н., профессор
Пермякова Е.С., к.э.н.
Кузьмина Н.Н., старший преподаватель
Алтайский государственный технический университет
им. И.И. Ползунова

ЕВРАЗИЙСКИЙ ЭКОНОМИЧЕСКИЙ СОЮЗ: ТЕНДЕНЦИИ, ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ

Конец XX – начало XXI веков характеризуется все более усиливающейся тенденций интеграции мирового развития. Во второй половине XX века многие страны мира стали переходить к новому периоду международного обобществления производства, который получил название интеграционного этапа. Государства интегрируются в мировое хозяйство, на региональных уровнях возникают десятки экономических союзов и сообществ, которые содействуют их более тесному экономическому сотрудничеству [1].

На постсоветском пространстве наиболее согласованных действий и значительных результатов в вопросах интеграции достигли государства, входящие в состав Евразийского экономического союза, как Российская Федерация, Республика Беларусь, Республика Казахстан, Армения и Кыргызская Республика. Для них важнейшим этапом развития интеграционных отношений стало подписание документов о создании Таможенного союза 27 ноября 2009 года на саммите ЕврАзЭС в Минске, которые вступили в силу с 1 января 2010 года. Далее, в ноябре 2011 года президентами Казахстана, России и Белоруссии была принята Декларация о евразийской экономической интеграции, в которой было заявлено о переходе к следующему этапу интеграционного процесса - Единому экономическому пространству (ЕЭП). В мае 2014 г. президентами стран-участниц ЕЭП был подписан Договор о Евразийском экономическом союзе (ЕАЭС). Позже в Союз вступили Армения и Киргизия, так, с января 2016 г. в состав ЕАЭС входит 5 стран.

Такой темп интеграции, с одной стороны, свидетельствует о положительной динамике. С другой стороны, этот процесс сопровождается определенными издержками и неоднозначными мнениями о выгоде данного союза. Важнейшим мотивом создания ЕАЭС стало приращение экономических результатов за счет участия в интеграционных процессах, следовательно, позитивное влияние на рост экономик стран-

участниц проявится только в том случае, когда экономическая интеграция приведет к процессу глубоких структурных трансформаций в экономиках интегрирующихся государств, изменится качество экономического пространства посредством кооперационной, организационной, инвестиционной, технологической новизны, повышающей конкурентоспособность глобального экономического объединения. К сожалению, данные характеристики пока далеко не в полной мере проявляются во взаимоотношениях стран-участниц ЕАЭС.

Одним из главных показателей степени интегрированности экономических союзов и их устойчивости, является доля взаимной торговли в общем объеме внешней торговли группы.

Рассмотрим динамику интеграционных отношений стран-участниц ЕАЭС на основе ряда показателей.

Объем взаимной торговли товарами за 2015 год государств – членов ЕАЭС снизился и составил 45,4 млрд. долл. США, или 74,2% к уровню 2014 года.

Вместе с тем, по сравнению с 2014 годом удельный вес взаимной торговли в общем объеме внешней торговли по ЕАЭС увеличился с 12,3% до 13,5%. В том числе, по Российской Федерации — с 7,3% до 8,1%.

В товарной структуре взаимной торговли государств — членов ЕАЭС наибольший удельный вес занимают минеральные продукты (33,4% объема взаимной торговли), из которых 81,8% на рынок ЕАЭС поставляет Российская Федерация. Существенны поставки машин, оборудования и транспортных средств (16,4% объема взаимной торговли), из которых 60% приходится на Российскую Федерацию и 37,1% – на Республику Беларусь. Доля продовольственных товаров и сельскохозяйственного сырья составляет 15,5% объема взаимной торговли, из которых 54,8% приходится на Республику Беларусь и 34% – на Российскую Федерацию. Поставки металлов и изделий из них составляют 10,6% объема взаимной торговли, из которых 67,2% приходится на Российскую Федерацию.

В то же время суммарный объем внешней торговли товарами ЕАЭС с третьими странами за 2015 год составил 579,5 млрд. долл. США, в том числе экспорт товаров — 374,1 млрд. долл., импорт – 205,4 млрд. долл. По сравнению с 2014 годом объем внешнеторгового оборота сократился на 33,6%, или на 293,6 млрд. долл., экспорт — на 32,7% (на 181,5 млрд. долл.), импорт —на 35,3% (на 112,1 млрд. долл.).

Таким образом, товарооборот ЕАЭС с третьими странами превышает товарооборот внутри интеграционной группировки более чем в 12 раз. Позитивным показателем, однако, является рост удельного веса

товарооборота России со странами ЕАЭС с 7% в 2014 г. до 9% в 2015 г. Торговля России с ЕАЭС в рублях в 2012-2015 годах демонстрировала положительную динамику: внешнеторговый оборот по итогам 2015 года увеличился на 18% к 2014 году, до 2,6 триллиона рублей, при этом российский экспорт рос более быстрыми темпами – на 23% к 2014 году, до 1,7 триллиона рублей.

В товарной структуре экспорта государств – членов ЕАЭС в третьи страны преобладают минеральные продукты (65,6% общего объема экспорта государств – членов ЕАЭС в третьи страны), металлы и изделия из них (9,7%), продукция химической промышленности (6,5%). Более 80% этих товаров продает на внешнем рынке Российская Федерация.

Наибольшую долю в импорте занимают машины, оборудование и транспортные средства (42,9%), продукция химической промышленности (18,2%), продовольственные товары и сельскохозяйственное сырье (14,1%). Около 80% объема закупок этих товаров за пределами ЕАЭС осуществляет Российская Федерация.

Вместе с тем, в первом полугодии 2016 г. в странах Евразийского экономического союза отмечается положительная динамика отдельных макроэкономических показателей. Так, производство продукции сельского хозяйства в январе–июне увеличилось на 2,7%, грузооборот – на 1,2%, промышленное производство – на 0,1%.

Безусловно, при создании ТС, а затем и ЕАЭС предполагались совсем другие сценарии развития событий, не предусматривающие снижение темпов взаимной торговли между странами-участницами. И, действительно, в первые годы функционирования объединения снятие таможенных барьеров вполне закономерно стало катализатором роста взаимной торговли внутри ТС. Ее объем увеличился в 2010 году в сравнении с 2009 годом на 29,1% и составил $47,1 млрд. При этом в 2010 г. наибольшими (66,6%) темпы прироста объемов экспорта в страны ТС были у Казахстана – 66,6%, у Белоруссии и России данные показатели составили 48,2% и 18,7% соответственно.

Рост объемов взаимной торговли внутри ТС продолжился вплоть до 2012 года, по итогам которого он составил 67,6 млрд. долл. США, однако, уже 2013 г. стал наблюдаться спад. Наконец, 2014 г. стал для ТС откровенно провальным: объем взаимной торговли стран-участниц в абсолютном выражении по результатам 2014 г. снизился до 58,5 млрд. долл. США, что на 4,6 млрд. долл. ниже уровня 2011 г. При этом доля взаимной торговли в совокупной торговле стран-участниц ТС снизилась с 12,7 % в 2012 году до 11,9% в 2014 г., что даже ниже уровня 2010 г.

Проблему снижения торгового оборота внутри ЕАЭС можно объяснить рядом причин. Во-первых, это глобальные макроэкономические причины, а именно: сокращение объемов торговли во всем мире, а также резкое падение цен на энергоносители. Так как большую часть торгового оборота между странами ЕАЭС, особенно со стороны России и Казахстана, составляют минеральные ресурсы. Во-вторых, достаточно активно стал проявляться конкурентный механизм на фоне падения рубля. Товары из остальных стран ЕАЭС эту конкуренцию часто не выдерживали, причем не только на российском рынке, но и на рынках других стран-участниц союза. Так, для Белоруссии такая ситуация оказалась особенно непривычной.

В настоящих условиях важно понять, что может простимулировать рост товарооборота внутри ЕАЭС с учетом сложившейся экономической ситуации. Безусловно, любая экономическая интеграция сопровождается различного рода проблемами и трудностями. Однако, реализация любого глобального проекта, несущего изменения в сложившейся системе, требует времени и координации усилий со стороны государственных органов и представителей бизнеса. Необходимо усиление производственной кооперации, которая будет стимулировать как развитие экономики, так и рост объемов внутрифирменного торгового обмена. Кроме этого, необходимо добиваться снижения барьеров торгового администрирования, особенно в области технического регулирования, а также ускоренной выработки единой или хотя бы согласованной торговой, промышленной и финансовой политики. Каждому государству-члену ЕАЭС необходимо ориентировать национальные экономики на создание совместных предприятий-лидеров, формировать «полюса роста». В данном контексте конкуренция и эффективная взаимодополняемость экономик будет являться залогом успешного развития как интегрированной экономической системы целом, так и каждого государства в частности.

Статья подготовлена по итогам выполнения проекта РГНФ № 16-12-22015 «Перспективы экономической интеграции приграничного агропромышленного региона в условиях Евразийского экономического союза» регионального конкурса "Российское могущество прирастать будет Сибирью и Ледовитым океаном" 2016 – Алтайский край.

Список использованных источников

1. Сычева И.Н. Пермякова Е.С. Monograph Sustainable economic development of regions Volume 7. Austria, Vienna 2015 Austria, Vienna 2015, 12; 144-154.

Таирова З.Ш., магистрант менеджмента
Алтайский государственный технический университет
им. И.И. Ползунова

ОСОБЕННОСТИ ПРИНЯТИЯ УПРАВЛЕНЧЕСКИХ РЕШЕНИЙ В ВЫСШИХ ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫХ УЧРЕЖДЕНИЯХ

Система образования в Российской Федерации в настоящее время – это централизованная модель управления, то есть, в основном, принятием решений в этой области занимаются Министерства. А главной задачей государственного вуза является подготовка специалистов (бакалавров). Развитие экономики России по пути рыночных отношений требует от государственного образовательного учреждения соблюдения всех законов рынка, одним из которых является преодоление конкуренции на рынке образовательных услуг.

Актуальность рассматриваемой проблемы обусловлена коренными переменами в системе образования РФ, увеличении степени самостоятельности в принятии управленческих решений руководителей ГОУ. Достижение конкурентных преимуществ образовательных учреждений во многом определяется эффективностью принимаемых менеджерами управленческих решений.

Управленческое решение – это творческое и волевое воздействие субъекта управления, основанное на знании объективных законов функционирования управляемой системой и анализе управленческой информации об ее состоянии, направленное на достижение поставленных целей (Лукичева Л.И).

Принятие решений — умственный процесс, приводящий к выбору действия среди нескольких альтернатив (James Reaso).

Любое управленческое решение проходит через три стадии.

Первая стадия – выяснение проблемы – включает в себя: сбор информации; анализ информации; выяснение ее актуальности; определение условий, при которых проблема будет решена.

Вторая стадия – составление плана решения – включает в себя: разработку альтернативных вариантов решения; оценку альтернативных вариантов; разработку детального плана решения.

Третья стадия – выполнение решения – включает в себя: доведение решений до конкретных исполнителей; разработку мер поощрений и наказаний; контроль за выполнением решений [5].

Рассмотрим поэтапно процесс принятия управленческих решений на примере ФГБОУ ВО «Алтайский государственный технический университет им И.И. Ползунова», а именно: как осуществляется процесс

принятия управленческих решений в работе с кадрами. Подробнее мы остановимся на том, как в университете принимаются решения по принятию на работу, продвижению по карьерной лестнице и увольнению научно-педагогических работников и профессорско-преподавательскому состава.

1 этап. В АлтГТУ заключение и прекращение трудового договора с сотрудниками, осуществляющими образовательную деятельность по реализации образовательных программ высшего образования, проводится в соответствии со статьей 332 Трудового Кодекса.

Основой для подбора и расстановки научно-педагогических кадров служат квалификационные требования к должностям ППС. Например, требования к должности старшего преподавателя состоят в следующем: высшее профессиональное образование и стаж научно-педагогической работы не менее 3 лет, при наличии ученой степени кандидата наук стаж научно-педагогической работы не менее 1 года.

Квалификационные требования являются составной частью трудового договора, заключаемого между педагогическим работником и АлтГТУ в лице ректора. Они способствуют правильному подбору и расстановке кадров, повышению их деловой квалификации, рациональному разделению труда, созданию действенного механизма разграничения функций, полномочий и ответственности между работниками [3].

2 этап. С 2014 года в АлтГТУ действует рейтинговая система оценки деятельности научно-педагогических работников (НПР), которая проводится в соответствии с решением ученого совета ФГБОУ ВО «Алтайский государственный технический университет им И.И. Ползунова».

Порядок сбора информации и последующая ее обработка (расчет рейтинга) устанавливает положение о рейтинговой системе. Такая оценки деятельности НПР позволяет выявить вклад каждого преподавателя в результаты деятельности кафедры и АлтГТУ в целом, и на основании этого принимать решения о сроке трудового договора для каждого научно-педагогического работника.

Кроме того, применение рейтинговой системы имеет своей целью и стимулирование повышения квалификации, профессионализма, продуктивности учебно-методической, научно-исследовательской и воспитательной работы научно-педагогических работников АлтГТУ.

НПР кафедры в течение каждого отчетного периода заполняют анкеты для расчета индивидуального рейтинга. Анкета состоит из четырех блоков:

- Первый блок – квалификационный потенциал, т.е. достижения НПР, накопленные за весь период работы.

- Второй блок – творческая активность НПР в учебно-методической работе за отчетный период.

- Третий блок – творческая активность НПР в научно-исследовательской работе за отчетный период.

- Четвертый блок – творческая активность НПР в воспитательной и общественной работе за отчетный период [4].

Личный рейтинг преподавателя определяется общей суммой баллов по всем показателям. Создание этого информационного банка данных помогает определить стратегические цели и задачи АлтГТУ, разработать мероприятия, направленные на повышение качества подготовки специалистов, выполнение университетом лицензионных и аккредитационных показателей.

Для обновления кадрового состава АлтГТУ и омоложения управленческого и профессорско-преподавательского состава в университете создан кадровый резерв. Кадровый резерв АлтГТУ – это группа молодых сотрудников, преподавателей, аспирантов и докторантов (в возрасте до 35 лет), прошедших предварительный отбор, целевую подготовку, обладающих необходимыми для выдвижения на новые должности профессионально-деловыми качествами и потенциалом развития, и положительно зарекомендовавших себя на занимаемых должностях. Формирование резерва кадров осуществляется на конкурсной основе. Суть кадрового резерва в том, чтобы заранее, на плановой основе, по утвержденной программе подготовить кандидатов на вновь создаваемые и подлежащие замещению вакантные должности [2].

3 этап. В целях подтверждения соответствия работника своей должности, а также для оптимизации подбора и расстановки кадров, в университете один раз в пять лет проводится аттестация педагогических работников, относящихся к профессорско-преподавательскому составу (ассистентов, преподавателей, доцентов, профессоров, заведующих кафедрой, деканов, директоров институтов).

Аттестационные материалы работника (сведения, характеризующие его трудовую деятельность) изучаются на заседании аттестационной комиссии. На заседании вслушиваются вступления руководителя структурного подразделения и самого работника. Затем проводится открытое голосование в отсутствие аттестуемого. И аттестационная комиссия выносит решение: «соответствует занимаемой должности» или «не соответствует занимаемой должности» [3].

Таким образом, в процессе подготовки управленческих решений в АлтГТУ принимает участие большое количество руководителей и подчиненных, находящихся на разных уровнях иерархии управления.

Список использованных источников

1. Лукичева, Л.И. Управленческие решения : учебник по специальности «Менеджмент организации» / Л.И. Лукичева, Д.Н. Егорычев ; под ред. Ю.П. Анискина. – 3-е изд, стер. – М.: Издательство «омега-Л, 208. – 383 с. : табл. – (Высшая школа менеджмента)» - ISBN 978-5-370-00912.
2. Положение о кадровом резерве ГОУ ВПО «Алтайский государственный технический университет им. И.И. Ползунова» (АлтГТУ) от 15.10.2010 г.
3. Положение о порядке замещения должностей педагогических работников, отнесенных к профессорско-преподавательскому составу АлтГТУ от 20.03.2015 г.
4. Положение о рейтинговой системе оценки деятельности научно-педагогических работников, кафедр, факультетов/институтов АлтГТУ от 04.07.2014 г.
5. http://www.bibliotekar.ru/biznes-29/41.htm (05.12.2015 г.)

Тузовская С.А., к.х.н., доцент
Васильева А.В, студентка
Алтайский государственный технический университет
им. И.И. Ползунова

ИССЛЕДОВАНИЕ РЫНКА ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО КРЕДИТОВАНИЯ

Мир не стоит на месте – он развивается, и, причем очень быстрыми темпами. И чем быстрее происходят изменения в современном мире, тем лучше люди осознают важность современного образования.

В условиях трансформации системы образования в России, повышается доля платного образования, в связи с этим, особо актуальной темой является разработка эффективной программы образовательного кредитования. Исследования в данной сфере так же являются актуальными, несмотря на финансовый кризис, отрицательно сказывающийся на состоянии рынка долгосрочных кредитов, к которому относятся и кредиты на получение высшего образования.

Образовательное кредитование позволяет восполнить недостаток финансовых ресурсов в высших учебных заведениях в условиях ограниченности объемов бюджетного финансирования и низкого платежеспособного спроса населения, а так же позволяет существенно снизить текущую нагрузку на семейный бюджет.

В настоящее время, образовательный кредит остается непопулярным банковским продуктом в Российской Федерации. По некоторым оценкам, в России лишь около 6% студентов – платников берут займы для оплаты обучения, а непосредственно образовательными кредитами пользуются всего 1 - 1,5% заемщиков.

Несколько лет назад, для того чтобы оживить рынок был призван эксперимент по государственной поддержке предоставления образовательных кредитов студентам образовательных учреждений высшего профессионального образования, имеющих государственную аккредитацию.

В результате, в Российской Федерации понятие «государственный образовательный кредит» трансформировалось в понятие «государственная поддержка образовательного кредитования».

Эксперимент проводился с целью создания системы государственной поддержки образовательного кредитования, которая бы способствовала:

- повышению доступности качественного высшего профессионального образования, в том числе для граждан из малообеспеченных семей, и усилению социальной направленности системы образования;
- развитию современной системы непрерывного профессионального образования и повышению мобильности студентов, а также специалистов на рынке труда;
- повышению инвестиционной привлекательности сферы образования и увеличению финансирования вузов за счет средств образовательных кредитов.

Предусматривалось, что заемщик будет заключать с вузом договор об оказании платных образовательных услуг, а с поручителем договор о предоставлении поручительства. Затем заемщик будет обращаться в банк - участник эксперимента, и заключать с ним договор образовательного кредита. Причем заемщик вправе с банком – участником эксперимента заключить договор как основного (основное образование в вузе), дополнительного (дополнительное образование в вузе), так и сопутствующего (проживание, питание, учебные пособия и др.) образовательного кредита.

Результат эксперимента не оправдал ожиданий: за период с 2007 по 2012 гг. работы программы было выдано около тысячи кредитов на сумму 230,77 млн. руб. А объем субсидий из федерального бюджета на возмещение части затрат на уплату процентов за указанный период составил 11,65 млн. руб.

Рынок платных образовательных услуг в России оценивается в несколько миллиардов рублей. Изначально в эксперименте участвовало

два банка – банк "Союз" и Сбербанк. В 2013 г. к ним присоединился "Росинтербанк". Действие программы закончилось в декабре этого же года. При этом на 2014 и 2015 гг. были предусмотрены бюджетные ассигнования на поддержку образовательного кредитования.

Банкам в их большинстве не интересен этот продукт: есть несколько рыночных ограничений, которые они не могут преодолеть. С одной стороны, они не могут сделать образовательные кредиты дорогими, на уровне обычных потребительских кредитов, прежде всего в силу социальной чувствительности такой сферы, как высшее образование. С другой стороны, по своей сути кредит на обучение – это целевой потребительский кредит, один из самых рисковых в кредитной линейке банков. То есть кредиты дешевые, но при этом риски никуда не исчезают.

Поэтому, в настоящее время, банки предоставляют данные услуги на следующих условиях, например, сегодня в Сбербанке выдают образовательные кредиты независимо от формы обучения (главное, чтобы учебное заведение имело государственную аккредитацию) физическим лицам – гражданам РФ, достигшим 14 лет. Лица, не достигшие 18 лет, получить кредит могут только с созаемщиками, которые имеют постоянные источники дохода.

Получить кредит можно по месту учебы, по месту регистрации заемщика или его созаемщиков (как правило, ими являются родители) или по месту регистрации работодателя заемщика/созаемщиков, предоставив пакет документов определенный банком.

Россельхозбанк так же как Сбербанк готов выдать целевой образовательный кредит любому гражданину РФ, достигшему 14-ти летнего возраста. Конечно, можно привлечь созаемщиков или предоставить обеспечение. Им может выступать как имущество, так и поручительство юридических или физических лиц.

Сравнительная характеристик условия кредитования образовательных услуг Сбербанком и Россельхозбанком в Барнауле в 2015 году дана в таблице 1.

Таблица 1 – Условия кредитования образовательных услуг

Условия кредитования	Название банка	
	Сбербанк	**РоссельхозБанк**
1	2	3
Процентная ставка	7,06 % (рассчитывается, исходя, из ¼ ставки рефинансирования ЦБ РФ плюс пять пунктов) ¾ставки рефинансирования ЦБ РФ — субсидируется государством	до 36 мес. (вкл.) – от 28% свыше 36 до 60 мес. (вкл.) – от 29% свыше 60 до 120 мес. (вкл.) – от 30%

Продолжение таблицы 1

1	2	3
Сумма кредита	соответствует стоимости обучения. платежеспособность заемщика не учитывается	максимальная сумма кредита 350 000 руб.
Срок кредита	срок обучения, увеличенный на 10 лет, отведенных для погашения кредита	с учетом предоставления отсрочки по погашению основного долга по кредиту не более 10 лет
Обеспечение	обеспечение по кредиту не оформляется	поручительство под залог имущества

Оба банка выдают кредиты в рублях РФ. Срок рассмотрения заявки составляет не более 4 рабочих дней. Кредит предоставляется в безналичном порядке путем зачисления суммы кредита/его части на текущий счет заемщика, открытый в банке, единовременно на основании кредитного договора и частями на основании договора об открытии невозобновляемой кредитной линии (каждая часть выдается на оплату обучения только одного семестра).

По рассмотрению сравнительной характеристики двух банков можно выявить следующие преимущества услуг образовательного кредитования Сбербанка.

Преимущества образовательного кредита Сбербанка:

- часть расходов по оплате процентов по кредиту компенсируется государством;
- обеспечение по кредиту не оформляется;
- длительный срок погашения кредита – 10 лет после завершения обучения;
- заемщику предоставляется отсрочка по погашению основного долга и части процентов на весь срок обучения + 3 месяца;
- возможность продления отсрочки при увеличении срока обучения (академический отпуск, переход в другой вуз или на другую специальность);
- досрочное погашение кредита не ограничивается.

Так же в РФ образовательный кредит предоставляет «Лето Банк». Образовательный кредит «Лето Банка» называется «Знание сила». Одобренный кредитный лимит действует шесть месяцев, что позволяет абитуриенту выбрать любой аккредитованный банком российский вуз и даже попытаться поступить на бюджетное место.

Кредит «Знание – сила» так же можно получать частями, как и в двух банках рассмотренных выше. Для этого необходимо каждый семестр приносить счет в «Лето Банк» на оплату очередного периода обучения. После оплаты банком счета студент или созаемщик может опла-

чивать ежемесячно только проценты или проценты и страховку, в зависимости от выбранной программы. Проценты начисляются на реально использованную сумму. При необходимости можно получить дополнительную отсрочку выплаты основного долга при службе в армии или академическом отпуске, а также на время поиска работы по окончании обучения.

Получить кредит в «Лето Банке» в Барнауле в 2015 году можно было на условиях, которые приведены в таблице 2.

Таблица 2 – Условия кредитования образовательных услуг

«Лето Банком»,Валюта кредита	Рубли РФ
Процентная ставка по кредиту (Базовая процентная ставка по кредиту)	29,9% годовых
Кредитный лимит	От 50 000 до 2 000 000 рублей
Срок кредита	До 150 месяцев

В «Лето Банке» доступна специальная страховая программа, которая дает возможность гарантированно завершить обучение и погасить кредит в случае непредвиденных жизненных ситуаций.

Образовательное кредитование для России является маловостребованным продуктом, что обеспечивает как специфическое к нему отношение со стороны населения, так и недостаток информации для проведения банками политики предоставления кредитов, способствующей эффективному развитию этого института.

Банки в условиях недостатка информации, характерного для начального этапа становления института, сталкиваясь с задачей минимизации рисков невозврата кредитов, прибегают к политике рационирования потенциальных заемщиков и установления высоких процентных ставок.

Проведенные исследования позволили выработать следующие предложения по улучшению состояния рынка образовательных кредитов и повышению уровня спроса населения на кредитование услуг в сфере образования. Органам государственной власти необходимо заняться разработкой системы финансирования образовательных кредитов и распределения рисков, так как в современных условиях в большинстве стран платное образование стало частью национальной образовательной системы.

При этом важно использовать нетрадиционные формы подачи рекламной информации в форме:

- «круглых столов» для будущих абитуриентов и их родителей;
- дней открытых дверей;

- клиентских семинаров и конференций;

- целевых рекламных акций, ориентированных конкретно на абитуриентов;

- участия в региональных и местных выставках, соответствующих тематике кредитных продуктов банков и образовательных заведений, таких как «Куда пойти учиться».

В целях обеспечения максимального приближения услуг по кредитованию в сфере образования к потребителям необходимо разрабатывать и использовать индивидуальные подходы к клиентам, учитывающие весь спектр взаимоотношений банка с клиентами.

Тузовская С.А., к.х.н., доцент
Пустовалова Ю.А., студентка
Алтайский государственный технический университет
им. И.И. Ползунова

АНАЛИЗ РЫНКА САНАТОРНО-КУРОРТНЫХ УСЛУГ Г. БЕЛОКУРИХИ

В настоящее время популярность отдыха в России набирает обороты. Все меньшее число россиян отправляется на отдых за рубеж. Причин стремительного взлета внутреннего туризма сразу несколько. Это введенные ранее ограничения на выезд для ряда категорий туристов, ослабление рубля, а также общая экономическая ситуация в стране в сочетании с политической ситуацией в мире. И поскольку далеко не все путешественники решили полностью забыть о поездках — выбирать им пришлось из внутри российских направлений.

Щедро одаренная природными богатствами российская земля гармонично сочетает потрясающие ландшафты, дикую природу, редкие виды животных и птиц в природных заповедниках, исторические места. Маршрутов путешествий по России в любое время года множество: семейные туры для любителей спокойного отдыха, экстремальные и познавательные туры, экскурсионные и пляжные.

Только в России можно изучать затерянный мир на Камчатке; кататься на снегоходах по тундре; путешествовать по старинным русским городам Золотого кольца – гордости России; в сезон белых ночей увидеть великолепие одного из самых красивых городов мира – Санкт-Петербурга; сплавляться по удивительно красивым рекам Алтайского края.

Алтайский край по праву считается сегодня одним из самых перспективных регионов России для развития санаторно-курортной деятельности.

Белокуриха каждый год остается лидером по привлекательности туристов. Привлекательность Белокурихе, как курорту, создает сочетание трех факторов: живописная природа, целебные свойства здешних вод и хорошо развитая инфраструктура размещения и досуга.

В Белокурихе 15 санаторно-курортных учреждений, которые могут принять единовременно около пяти тысяч отдыхающих. Крупными санаториями являются АО «Курорт Белокуриха», ОАО «Санаторий «Россия», ОАО «Санаторий «Алтай-West» и др.

Самое крупное предприятие курорта - АО «Курорт Белокуриха» в состав которого входят санатории «Белокуриха», «Катунь»,«Сибирь», курортная поликлиника, «Сибирское подворье» и оздоровительный центр «Водный мир». Передовые технологии, квалификация и опыт врачей АО «Курорт Белокуриха», внедрение мировых стандартов в организации лечения, питания, сервиса, строительства и эксплуатации санаторно-курортных комплексов позволяют предприятию оказывать качественные санаторно-курортные и оздоровительные услуги.

В деятельности АО «Курорт Белокуриха» преобладают лечебно-оздоровительные услуги (рисунок 1).

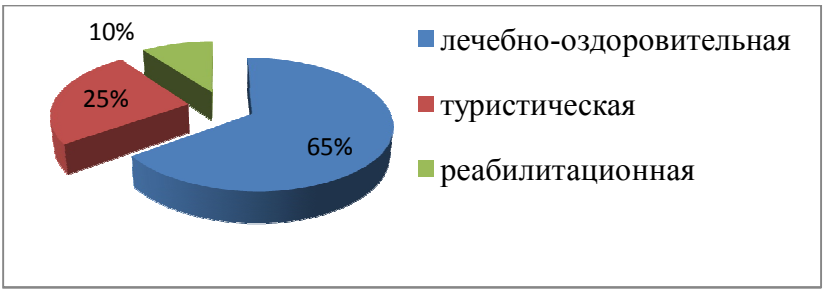


Рисунок 1 – Структура услуг АО «Курорт Белокуриха

На территории города Белокурихи располагаются около 11 санаториев. Лидирующие конкурентные позиции занимают санатории ЗАО «Россия», санаторий ОАО « Алтай-West». Для выявления преимуществ АО «Курорт Белокуриха» был проведен сравнительный анализ с другими санаториями по предоставлению основных услуг: проживание, лечение, инфраструктура. Сравнительный анализ санаториев по предоставлению основных услуг представлен ниже в таблицах 1 и 2. Для того чтобы выяснить какой из санаториев предоставляет наиболее низкие цены по проживанию проведем сравнительный анализ.

Таблица 1 – Сравнительный анализ санаториев по категории цена проживания

Санатории	Стандартные		Семейные	Студия	Люкс		Апартаменты
	-мест	-мест и более			1 класса	2 класса	
АО«Курорт Белокуриха»	2790	3150	От 3765	4790	5350	4830	5700
ЗАО «Россия»	3300	3550	От 4050	-	-	5950	6010
ОАО «Алтай-West»	4400	3250	От 3800	От 3600	-	5500	6450

Итак, из таблицы мы можем сделать вывод, что наиболее полный выбор номеров предоставляет санаторий АО «Курорт Белокуриха»: одноместный номер; двухместный номер 1 категории; двухместный номер; семейный номер; номер студия; люкс; апартаменты. Также, стоит отметить, что низкие цена наблюдаются в АО «Курорт Белокуриха».

Далее рассмотрим спектр предоставляемых услуг – лечение. при выборе отдыха. (таблица 2). Лечение в санаториях является одним из самых важных критериев выбора для потребителя.

Таблица 2 – Ассортимент лечебных услуг (+ основной лечебный профиль; = сопутствующий лечебный профиль; - не является лечебным профилем)

Сравниваемый санаторий	Пищев.	Кост.	Уролог.	Кож.	Серд.	Нерв.	Гинек.	Глаз.	Эндок.	Дых.	Лор
АО «Курорт Белокуриха»	+	+	+	+	+	-	+	+	+	+	+
«ЗАО Россия»	=	+	+	-	-	+	+	-	-	=	-
ОАО «Алтай-West»	+	+	-	-	+	-	-	=	+	-	=

По данным из таблицы мы можем судить о том, что АО «Курорт Белокуриха» занимает лидирующую позицию. Это может объясняться тем, что АО «Курорт Белокуриха» имеет в структуре курортную поликлинику, поэтому обладает обширным лечебным профилем. Также, отдыхающие АО «Курорт Белокуриха» имеют возможность бесплатно (по направлениям врача) пройти обследование. АО «Курорт Белокуриха» является держателем лицензии на право пользования белокурихинским месторождением минеральных вод, поэтому применение природных лечебных факторов курорта: минеральных азотно-кремнистых, сла-

борадоновых вод и климатотерапии позволяет расширить спектр лечения.

Рассмотрим сравнительные анализ по категории инфраструктура в таблице 3.

Таблица 3 – Сравнительный анализ по категории инфраструктура

Сравниваемые санатории	Летний бассейн	Ресторан	Оздоровительный комплекс	Конференц-зал
АО «Курорт Белокуриха»	+	+	+	+
ЗАО «Россия»	+	+	-	-
ОАО «Алтай-West»	+	+	-	-

По данным из таблицы мы можем сказать, что наличие летних бассейнов и ресторанов имеется в каждом санатории. Что касается оздоровительных комплексов и конференц-залов, то лидирующую позицию занимает АО «Курорт Белокуриха». Эти данные можно подтвердить следующими фактами:

1) АО «Курорт Белокуриха» входит оздоровительный комплекс «Сибирская деревня», где есть все необходимое оборудование, обеспечивающее комфортный и, главное, эффективный прием оздоровительных процедур на основе пантового сырья.

2) «Конный двор» - один из увлекательнейших туристических объектов АО «Курорт Белокуриха. Здесь вы сможете покататься на лошадях, пони и квадроциклах, посмотреть бега породистых лошадей и захватывающие автогонки, порыбачить, полюбоваться на фазанов, декоративных кур, павлинов, страусов, оленей и маралов.

3) Санатории АО «Курорт Белокуриха» можно так же назвать серьезными деловыми центрами региона. В Сибирском Федеральном регионе нет аналогов конференц-залу санатория «Сибирь».

Итак, по результатам исследования мы видим, что АО « Курорт Белокуриха « занимает лидирующее место по оказанию санаторно-курортных услуг. Это подтверждается тем, что сеть санаториев АО «Курорт Белокуриха» – единственное на курорте санаторно-курортное учреждение, имеющее лицензию на 61 вид медицинских работ и услуг по 6 видам медицинской деятельности: санаторно-курортной, доврачебной, амбулаторно-поликлинической и стационарной. Только сеть санаториев АО «Курорт Белокуриха» оказывает весь спектр санаторно-курортных услуг на собственных лечебных базах собственными медицинскими кадрами. Компания является официальным держателем лицензии на недропользование источников минеральных азотно-кремнистых слаборадоновых вод, поэтому применяет наибольшие объ-

емы минеральной воды в лечении. Благодаря сотрудничеству с научно-исследовательскими институтами Сибири в санаториях внедряют новые эксклюзивные технологии бальнеолечения.

Таким образом, АО «Курорт Белокуриха» является на сегодняшний день одним из ведущих санаторно-курортных объединений не только в Сибири, но и в пределах Российской Федерации. Оно является градообразующим предприятием Белокурихи. Передовые технологии, новейшие разработки, внедрение мировых стандартов в области организации лечения, питания, сервиса, строительства и эксплуатации санаторно-курортных комплексов позволяют предприятию оказывать качественные санаторно-курортные и оздоровительные услуги. АО «Курорт Белокуриха» предоставляет возможность всем желающим посетить замечательный город Белокуриха и пройти лечение в любом из трех санаториев ,входящих в комплекс организации. Это люди, имеющие заболевания различного рода или просто те, кто следит за своим здоровьем и регулярно проводит профилактику организма. Но, без сомнения, увидеть красоты Белокурихи, вдохнуть свежий, богатый ионами воздух может и должен каждый.

Тузовская С.А., к.х.н., доцент
Колмыкова К. А.
Алтайский государственный технический университет
им. И.И. Ползунова

ИССЛЕДОВАНИЕ РЫНКА ЭЛЕКТРОННОЙ ТОРГОВЛИ

В настоящее время рынок электронной коммерции в России находится на стадии интенсивного развития. Под электронной коммерцией понимаются бизнес-процессы, основанные на информационных технологиях или коммерческая деятельность в Интернете. Термин «электронная торговля» следует рассматривать как более узкое понятие – это процесс удаленного приобретения физических и нефизических товаров и услуг посредством телекоммуникационных сетей.

По данным J’son & Partners Consulting, на российском рынке Интернет-торговли работают более 40 тыс. компаний. По итогам 2014 года объем рынка интернет-торговли в России превысил 683 млрд руб. По сравнению с прошлым годом рост составил 27%. За последние пять лет, по данным J’Son & Partners, этот сегмент экономики прибавлял в среднем 42,5% в год. Но в ближайшем будущем аналитики компании про-

гнозируют резкое снижение темпов роста – в 2014–2015 годах средний рост рынка ожидается на уровне 7% в год. (рисунок 1)

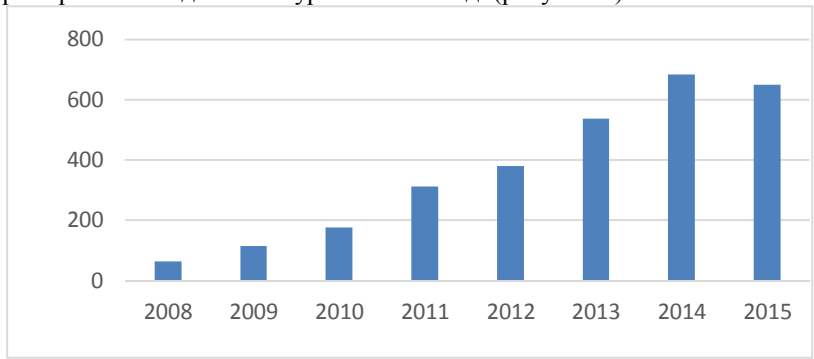


Рисунок 1 – Динамика российского рынка интернет-торговли, млрд руб.

Критическим, по мнению экспертов, будет 2015 год – они ожидают снижения на 5% «в связи с тяжелой макроэкономической ситуацией», до 650 млрд руб. В 2016 году рынок начнет медленно расти (до 696,5 млрд руб.), затем рост ускорится, и к 2018 году объем Интернет-торговли составит почти 960 млрд руб. [1]. Следует отметить, что в России наблюдается неравномерность в развитии рынка электронной торговли по регионам. Более 60% интернет-магазинов сконцентрированы в Москве и Санкт-Петербурге, где проживают около 15% населения страны. На данный момент сложилась ситуация, когда значительно большее количество покупателей из регионов создают намного меньший оборот, чем жители мегаполисов. Это связано, в первую очередь, с более ранним проникновением высокоскоростного доступа в интернет в крупные города. Россияне привыкают к интернету медленно – по данным исследовательского агентства Data Insight только 11% начинают совершать онлайн-покупки сразу после подключения, большинству (около 45%) требуется от двух до пяти лет на адаптацию [http://www.datainsight.ru]. Всего в России личным опытом в совершении покупок через Интернет обладает около 22 миллионов человек.

Негативные последствия экономического кризиса, недоступность современных телекоммуникационных сетей в большинстве регионов страны, низкая распространенность современных электронных платежных систем препятствовали своевременному развитию рынка.

Для изучения предпочтений онлайн-покупателей использовался метод заочного интервьюирования пользователей услуг интернет-магазинов.

Наиболее важным критерием является цена – 29%. Далее положительные отзывы о магазине – 19%. В тройку наиболее важных причин при выборе магазина войдут: широкий ассортимент – 15%, наличие акций – 13% и удобство сайта 11%.

Далее, когда покупатель определился с магазином, нужно, чтобы он что-либо приобрёл в интернет-магазине. Как показало исследование, наиболее важным для покупателей является удобство оформления заказа и оплаты. Поэтому, чтобы клиент не ушёл с сайта, нужно сделать как можно более простыми и доступными эти процедуры. Опрошенные (89%) указали, что этот критерий важен и критично важен. Также стоит заострить внимание на удобстве поиска товара на сайте, это критично важно для 12%, и важно для 61%. Не стоит пренебрегать и наличием отзывов покупателей о товарах на сайте. 72 % указали, что для них важна и критично важна хорошая презентация товара. Очень важно придерживаться тех сроков доставки, которые озвучены оператором или прописаны на сайте.

Чтобы проанализировать определённую группу магазинов необходимо выявить какие товары потребители наиболее часто покупают в интернет-магазинах, а какие вовсе удобнее покупать в обычных магазинах.

Кризис оказал влияние на разные сферы экономики. В том числе сказался он и на онлайн-бизнесе. Компания Synovate Comcon совместно с OnLife провела опрос интернет-покупателей и составили ТОП-5 популярных на 2015 год категорий товаров, продающихся в сети. В неё вошли:

- одежда и обувь,
- парфюмерия и косметика,
- бытовая техника и электроника,
- доставка готовых блюд из кафе и ресторанов,
- товары для детей.

Исходя из этих данных видно, что лидирует одежда и обувь. На самом деле, очень удобно не выходя из дома одеться «с ног до головы», и к тому же зачастую по более низким ценам, чем в обычных магазинах. Но ведь не всегда можно угадать с размером одежды, конечно, можно товар обменять, но это дополнительная трата времени. Выйти из такой неприятной ситуации можно так: заказать одну вещь не очень дорогую, ради которой не стоит переживать, если она не будет в пору и исходя из того подойдёт ли она заказывать другие вещи.

Второе место занимает – парфюмерия и косметика. Риск очень велик, что аромат пришедших духов будет совсем не тот, который заказчик ожидает. Может быть такая ситуация покупатель выбирает духи в

розничном магазине, а потом в интернет-магазине покупает его из-за меньшей стоимости.

Третье место занимает бытовая техника. Казалось бы, наоборот технику лучше покупать в интернет магазине, дома где можно посмотреть товар в других магазинах, сравнить цены, условия доставки и тому подобное, но нет, потребитель предпочитает приобретать технику в розничных магазинах. Вполне вероятно, что это связано с тем, что всё-таки многие не доверяют интернет-магазинам, а техника — это дорогостоящая покупка и не хочется потерять свои деньги.

Предпоследнее место занимает доставка готовых блюд из кафе и ресторанов. На самом деле в наше время, с бешеным ритмом жизни наивысшая степень комфорта – это еда на заказ.

И последнее, пятое место, занимают детские товары. Примечательно, что в пятерке лидеров Интернет-торговли данные товары оказались впервые. Женщинам с детьми достаточно проблематично ходить по магазинам, да и времени особо на это нет. А ведь мамочкам хочется всё самое лучшее для своих детей, поэтому интернет-магазин детских товаров очень помогает им.

Отталкиваясь от этих данных можно сравнить интернет-магазины города Барнаула с магазином соответствующей категории, действующем на всей территории России и имеющим обычные торговые точки. Анализ будет проводиться по перечисленным выше категориям товаров и по наиболее важным критериям при выборе интернет-магазина.

Одежда и обувь. Для сравнения берётся интернет-магазин «Kupivip» женской и мужской одежды, действующий на всей территории России. На сайте магазина присутствуют товары различных категорий для мужчин, женщин и детей. Наличие большого количества скидок и акций. Ассортимент очень большой. Товар возможно увеличить и посмотреть мелкие детали. Также при выборе товара можно указать диапазон цены. Какой нужен цвет товара, его размер и марка. Если какая-либо информация о товаре непонятна, то можно написать электронное письмо, на которое вам ответят незамедлительно.

В данной категории товаров на территории города Барнаула берутся такие интернет- магазины как: «IN FURS» - зимние шапки, изделия из меха, «Империя чувств» - нижнее бельё, «Галина» - женская одежда. Ассортимент товаров из меха достаточно хорош для данного магазина. Изображение товаров схематическое, поэтому рассмотреть товар каков он на самом деле не получится.

Нижнее бельё нужно просматривать полностью и искать свой размер, не возможности указать его и просмотреть товары только с нужным размером. Но есть возможность сравнения товаров.

Стоимость товара найти невозможно. Изображение только с одной стороны. Описание и характеристики отсутствуют.

Парфюмерия и косметика. Интернет-магазин, действующий на всей территории России - «Л'ЭТУАЛЬ». Имеется возможность приобрести женскую и мужскую парфюмерию, средства для макияжа и ухода за кожей, а также различные аксессуары и украшения. Можно указать диапазон цены, бренд, наличие на складе. Выбрав определённый товар есть возможность сразу же прочитать отзывы о нём. Наличие большого количества ежедневных акций.

На территории города Барнаула имеется только один магазин в данной области – это «Palet». Ассортимент товара не велик. Изображения имеются не у всех продуктов. Казалось бы, наоборот магазин один – «монополист», дело за малым привлекать клиентов и развиваться.

Бытовая техника и электроника. «М.Видео» действует на территории страны. На сайте можно выбрать такие товары как: телевизоры и цифровое ТВ, ноутбуки, планшеты, компьютеры, смартфоны, кухонная техника, автотехника, техника для кухни. В выборе товара поможет удобная панель с левой стороны, на ней можно выбрать нужные параметры: диагональ, бренд, цена, частота, цвет, акции. Выбрав нужный товар имеется возможность посмотреть его фото и комплектующих, ознакомиться с отзывами и подобрать аксессуары.

На территории города Барнаула - «ЕМастер» и «Сота GSM». Ассортимент товаров намного меньше. У некоторых товаров нет изображений. Не имеется возможность ознакомиться с отзывами.

Товары для детей. «Babadu» всероссийский онлайн-гипермаркет детских товаров. На сайте представлено огромное количество товаров для питания и гигиены, спорта и отдыха, а также одежда и обувь, автокресла, коляски, игрушки, детская мебель, обучение и творчество. Выбрав товар можно увидеть его изображение с различных ракурсов, возможность его увеличить. Почитать отзывы о нём. Подробное описание товаров, состав, материалы, используемые при изготовлении. Автоматическая рекомендация дополнительных товаров.

В Барнауле три магазина данной категории - «Shop22», «Ульянушка», «Толстый кот». Можно приобрести детскую мебель, коляски, одежду, обувь, спортивные комплексы для малышей и подростков, бассейны и многое другое. Быстро найти необходимый товар поможет меню каталога товаров. Изображение товара с различных ракурсов, возможность увеличить рисунок. Точное описание товара. Возможность задать вопросы и ознакомиться с отзывами.

Доставка готовых блюд из кафе и ресторанов осуществляется в городе Барнауле во многих местах общественного питания. По России

сложно осуществить такую деятельность из-за того, что товары могут испортиться.

Без сомнения, в крупных интернет-магазинах большой ассортимент, поэтому и навигация в нём осуществляется на высоком уровне. Клиентская база намного больше, чем в интернет-магазинах Барнаула, поэтому стараются использовать всяческие акции, лучшие способы просмотра изображений, сопутствующих товаров и отзывов. Зайдя на сайт крупного интернет-магазина зачастую можно купить «всё и сразу». На одном сайте представлено множество различных категорий товаров.

На сайтах интернет-магазинов Барнаула можно приобрести только одну категорию товаров. Отзывы присутствуют на многих сайтах. Предложение сопутствующих товаров только у магазина товаров для детей.

Интернет-магазины набирают обороты и естественно лучшие магазины у более известных компаний, которые не жалеют средств на вложения для создания интернет-магазинов. Потому что все затраты окупятся за счёт привлечения новых клиентов. Так же играет большую роль размер города, людям проще купить товар в интернет-магазине, чем ехать на другой конец города, простояв в пробке весь день.

В Барнауле и других подобных ему городах нет таких крупных компаний. Но более мелкие, те, которые заинтересованы в увеличении продаж, стараются создавать интернет-магазины и делать их более удобными. Наверное, нет такой потребности в интернет-магазинах, как в крупных городах, потому что доехать можно до обычного магазина и пробрести товар. Но не совсем так всё радужно, в связи с тем, что из года в год обстановка на дорогах и в больших и малых городах накаляется, всё больше людей стоят в пробках и каждая минута, проведённая дома ценна и всё чаще на ум, приходит идея за место того, чтобы куда-то ехать за покупками, приобрести их через интернет-магазин дома.

Всего базирующихся именно в городе Барнауле удалось найти 25 интернет магазинов. Магазины можно разделить на такие группы, как:

- техника, оборудование – 6 магазинов;
- цифровая и компьютерная техника – 3 магазина;
- мебель – 3 магазина;
- товары для детей – 3 магазина;
- автозапчасти – 3 магазина;
- подарки – 2 магазина;
- одежда – 3 магазина;
- другие – 2 магазина.

Состав магазинов, входящих в ту или иную группу, представлен в таблице 1.

Проанализировав информацию с вышеперечисленных сайтов можно сделать следующие выводы.

В целом большее количество данных на сайтах представлено, но, как и в большинстве случаев, несовершенства всё же имеются.

Информация о товаре в той или иной степени представлена на всех сайтах. Изображение товара есть везде, т.к. в большинстве случаев покупатель не обратит внимания на товар без картинки, а даже если и обратит, то заказывать его не станет. Характеристика и описание товара на одних сайтах представлены раздельно, на других частично совмещены, а на третьих отсутствует либо описание, либо характеристика, что также не способствует увеличению заказов. Наличие товара представлено в 14 магазинах из 25, соответственно не представлено наличие в 12 магазинах. Можно сказать, что практически пятьдесят на пятьдесят процентов. Я бы не сказала, что это неотъемлемый элемент сайта, конечно, с ним удобнее совершать покупки, но ведь наличие товара можно уточнить по телефону. Цена товаров представлена абсолютно на всех сайтах, потому что покупатель всегда ориентировался и будет ориентироваться на цену товара, если её нет, то он не сможет оценить на какую сумму ему рассчитывать.

Контактные данные не представлены на 2 сайтах из 25, можно склоняться к тому, что это просто недоработка разработчиков сайта, и это не является поводом думать, что этому магазину есть, что скрывать и от кого скрываться.

Таблица 1 – Перечень интернет-магазинов города Барнаула

Название Интернет-магазина	Сайт	Вид деятельности
Техника, оборудование		
Barnaul-tools.ru	http://barnaul-tools.ru/	Сварочное оборудование
"ТехТорг"	http://www.tech-torg.ru/	Бытовая техника и электроника
ЕМАСТЕР	http://www.emaster.ru/	Бытовая техника и электроника
Prolo.ru	http://www.prolo.ru/	Климатическая техника, спортивные товары
ALLED.RU	http://alled.ru/	Светодиодная техника
Алтай Инструмент	http://altay-instrument.ru/	Техника для дома, сада, стройки, сельского хозяйства
Цифровая и компьютерная техника		
Sota GSM	www.sotagsm.ru	Цифровая техника
Gsm22	http://gsm22.ru/	Телефоны, планшеты, колонки, приставки
АрсиПортал	http://www.arsiportal.ru/	Аксессуары и расходные материалы для нее

Продолжение таблицы 1

Название Интернет-магазина	Сайт	Вид деятельности
Мебель		
Кресланов	http://kreslanov.ru/	Мебель
"Хорошо сидим"	http://www.hsmebel.ru/	Мебель
Мебельный Дом	http://mebelhouse.su/	Мебель
Товары для детей		
Shop22.ru	http://www.shop22.ru/	Детские товары
«Ульянушка»	http://lika-kids.ru/	Детская одежда
«Толстый кот»	http://tolkot.ru/	Детская и подростковая обувь
Автозапчасти		
VitalShina (ВиталШина)	http://www.vitalshina.ru/	Автозапчасти
Радиус	http://www.r-22.ru/	Автомобильные шины и диски
Автостекло	http://auto-altai.ru/	Автозапчасти
Подарки		
Подарки-Барнаул.ру	http://www.podarki-barnaul.ru/	Необычные товары, которые редко встречаются в обычных магазинах
Подаришка	http://podarishka.ru/	Яркие подарки и забавные сувениры
Одежда		
Империя чувств	http://shopimperia.ru/	Нижнее женское
«Галина»	http://magazingalina.narod.ru/	Женская одежда
"IN FURS"	http://shapkiopt.tiu.ru/	Зимние шапки, меховые жилеты, шубы и другие изделия из меха
Другие		
Palet	http://www.paletweb.ru/	Парфюмерия и косметика
"Пфайфер"	http://www.pfr-sedlo.ru/	Конская упряжь и комплектующие

Заказ обратного звонка в 9 магазинах, не самый наилучший показатель, но на многих сайтах если нет функции «Обратный звонок», то есть «Онлайн-чат». Если нет ни того, ни другого, то это либо недоработки, либо интернет-магазин не заинтересован в удобстве клиентов. Операторы онлайн-чата в интернет-магазине всегда должны быть на месте, чтобы любой посетитель сайта смог без труда связаться с оператором и задать вопросы по интересующему товару и услугах интернет-магазина.

Акции и скидки проводят ровно в половине интернет-магазинов. Они помогают уменьшить лишние запасы товаров, которые вышли из моды, тем самым освобождая место для востребованных на текущий момент продуктов. Для некоторых видов продукции, из категорий индустрии красоты, медицины, здорового образа жизни и других, распро-

дажи призваны поощрять клиентов, просто попробовать новые продукты. Если клиентам они нравятся, они становятся потенциальными заказчиками. А также поощрять постоянных покупателей скидками и выгодными условиями на приобретение других товаров.

Чем больше способов оплаты, тем лучше. При этом не должно быть каких-либо дополнительных комиссий. Какая цена товара указана, такую и должен платить покупатель - не больше. Оплата производится любым удобным способом, но не во всех магазинах. В каждом магазине оплата по банковской карте (безналичный расчёт). Другие виды:

- курьеру на месте;
- в офисе;
- по р/счету (для юр. лиц);
- предоплата на счёт;
- платежные интернет - системы.

На всех сайтах доставка платная. Иногда по центру города бесплатно. В основном распространена такая система, если заказ совершён на определённую сумму и более (каждый сайт устанавливает свою сумму), то доставка бесплатная. Такая система на 12 сайтах.

Интернет-магазин должен сопровождать заказ в автоматическом и ручном режиме. Т.е. уведомлять покупателя о текущем статусе заказа посредством E-mail и по телефону (это минимум, но достаточный) до самого получения заказа покупателем. На одном из сайтов помимо телефона и E-mail, возможно самостоятельно отследить заказ на сайте.

Интернет-магазин должен предлагать своим посетителям удобные инструменты для пользования сайтом и подбора товара. Эти опции необязательны, но для удобства заказчика стоит их разрабатывать. Если человек, зайдя на сайт интернет-магазина увидит, то что поможет ему в выборе товара, то возможно он ещё не раз вернётся на этот сайт.

Электронная коммерция становится важной составляющей жизни современного развитого общества. Простота осуществления заказов, скорость поиска необходимых товаров и услуг, широкий выбор предоставляемой продукции - вот тот небольшой перечень преимуществ электронных продаж по сравнению с традиционной покупкой в магазинах, ради которого им все больше и больше отдается предпочтение.

В связи с этим востребовано усовершенствование компьютерных технологий, которое ведет не только к упрощению использования системы виртуальных заказов, но и к улучшению качества осуществления операций, к повышению надежности оказываемых посредством интернет-услуг.

Несмотря на увеличивающийся интерес к виртуальным продажам, в сфере электронной коммерции и сегодня существует множество про-

блем, которые осложняют нормальное осуществление операций, соблюдение прав, заключающих электронный договор сторон.

Список использованных источников

1. Холодкова, К.С. Анализ рынка электронной коммерции в России / К.С. Холодкова // Современные научные исследования и инновации. – 2013. – №10.

Фомин И.С., магистрант
Алтайский государственный технический университет
им. И.И. Ползунова

ГОСУДАРСТВЕННАЯ ПОДДЕРЖКА ИННОВАЦИЙ В РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

С переходом общества в постиндустриальную стадию развития инновации стали играть важнейшую роль в современной экономике, являясь необходимым элементом её успешного функционирования.

Снижение продолжительности жизненного цикла товаров и услуг, возросшие потребности рынка и потребителей вынуждают производителей адаптироваться к меняющейся конъюнктуре рынка. Успешно вести свою деятельность в настоящее время способен тот, кто быстрее всех реагирует на перемены в обществе и воплощает в жизнь инновации. В развитых странах до 80% прироста ВВП по итогам последнего десятилетия приходится на долю инноваций, нашедших своё отражение в новых товарах и технологиях.

К сожалению, период экономических преобразований в стране в 90-е годы XX века сопровождался значительным спадом производства и платежеспособности населения. Данные обстоятельства повлекли за собой и неуклонное снижение инновационной активности всех предприятий. Если на конец 80-х годов XX века количество инновационно-активных предприятий в РСФСР находилось в пределах 60-70 %, то после начала рыночных реформ их число сократилось более чем в 5 раз. Уже в 1995 году общая доля промышленных предприятий, разрабатывающих и внедряющих новую (усовершенствованную) продукцию не превышала 7% (для сравнения - в развитых странах доля таких предприятий находится на уровне 60%). В период экономических преобразований в несколько раз сократились бюджетные расходы и дотации на НИОКР. В 1995 году они составляли лишь 0,3% от общей суммы ВВП (в развитых странах этот показатель составляет 2%). Значительно ухуд-

шились показатели общей эффективности экономики: производительность труда снизилась на треть, в два раза возросла энергоемкость производства [6].

В целях преодоления вышеописанных негативных тенденций в экономике Правительством Российской Федерации были впервые предприняты меры государственного регулирования инноваций. В 1998 году была разработана и принята Концепция инновационной политики Российской Федерации на 1998-2000 годы, включающая в себя также подробный план действий по ее реализации. В данной концепции власти попытались охватить вопросы законодательного и правового обеспечения инновационной деятельности на территории страны, выработать меры по активизации инновационной деятельности предприятий [4].

В 1999 году Государственной думой был принят закон «О статусе наукограда Российской Федерации», который определял порядок присвоения муниципальным образованиям статуса наукограда, меры государственной поддержки таких субъектов и контроля за соблюдением предприятиями научно-производственного комплекса наукоградов возложенных на них функций [1]. Именно так на территории Российской Федерации появились наукоориентированные города, один из которых находится на территории Алтайского края – город Бийск. К сожалению, после проведения вышеуказанных мер, нормативную основу государственной поддержки инноваций в Российской Федерации стали составлять невзаимосвязанные стратегические и программные документы, в должной мере не определяющие направления инновационного развития на территории страны.

Значительный прогресс в правовом поле государственной поддержки инноваций и развития соответствующей законодательной базы был осуществлен с принятием в 2011 г. Федерального закона от 21.07.2011 № 254-ФЗ «О внесении изменений в Федеральный закон «О науке и государственной научно-технической политике» и утверждением разработанной в соответствии с этим законом «Стратегии инновационного развития Российской Федерации на период до 2020 года». Согласно нормам этого Закона государственная поддержка инновационной деятельности определяется как совокупность мер, принимаемых органами государственной власти РФ для создания необходимых правовых, экономических и организационных условий, а также стимулов развития для юридических и физических лиц, которые осуществляют инновационную деятельность [2].

В принятом Законе представлен целостный комплекс форм государственной поддержки инновационной деятельности на территории Российской Федерации, включающий в себя следующие преференции:

1) предоставление льгот по уплате налогов, сборов и других обязательных платежей.

В соответствии с этим, налоговым кодексом РФ предусмотрено применение налоговых льгот для организаций, занимающихся освоением в производстве новой техники и технологий, содержащих объекты интеллектуальной собственности. Так, например, согласно ст.149 НК РФ к операциям, не подлежащим налогообложению, относятся выполнение организациями научно-исследовательских, опытно-конструкторских и технологических работ, имеющих отношение к созданию новой продукции и технологий или к усовершенствованию производимой продукции и технологий [3].

2) предоставление образовательных услуг.

С учетом лидирующей роли научных знаний в инновационном процессе стали предъявляться повышенные требования к уровню квалификации сотрудников и их качеству подготовки.

3) предоставление информационно-консультационной поддержки.

4) финансовое обеспечение исследований и разработок, а также формирование спроса на инновационную продукцию.

Финансовое обеспечение включает в себя субсидии, гранты, кредиты, займы, гарантии и взносы в уставный капитал инновационных предприятий. Кроме этого, государство размещает заказы на инновационную продукцию, создавая тем самым устойчивый спрос на неё.

Стоит также принять во внимание законотворческую деятельность региональных органов власти, которые стремятся укрепить правовые основы государственной поддержки и стимулировать в своих субъектах инновационную деятельность. Так, например, на территории Алтайского края действует закон Алтайского края от 04.09.2013 №46-ЗС «О государственной поддержке инновационной деятельности в Алтайском крае», принятый постановлением Алтайского краевого Законодательного Собрания. Он включает в себя меры организационного, нормативно-правового, финансово-бюджетного и информационного характера, стимулирующие инновационную деятельность в крае, а также стратегию развития инноваций в долгосрочной перспективе [5].

К сожалению, несмотря на то, что в настоящее время в Российской Федерации вопросам инновационного развития экономики уделяется огромное внимание на всех уровнях власти - начиная с правительства Российской Федерации и заканчивая региональными администрациями, в стране наблюдается очевидная диспропорция между наличием инновационных возможностей у предприятий и их реальным осуществлением в хозяйственной деятельности. Доля предприятий, занимающихся инновациями, за период 2005-2015 год практически не изменилась, и

остается на уровне 10 % (данный показатель практически в 5 раз меньше, чем в развитых странах) [7].

Такая стагнация определена двумя ключевыми факторами. Во-первых, несмотря на все усилия властей, развитие инновационной системы в стране происходит стихийно и локализовано, не имея четкого системного характера. Согласно данным Федеральной службы государственной статистики в 2015 г. на территории Российской Федерации было внедрено 1347 передовых производственных технологий, однако 1158 (86 %) из них являются новыми только для Российского рынка, то есть являются заимствованными. Во-вторых, важную роль играет низкая заинтересованность промышленников в собственном инновационном развитии. В России до 70 % затрат на НИОКР выделяет государство, и лишь 30 % финансируется частным сектором экономики. В западных странах это соотношение обратно пропорционально [8].

Подводя итог, нельзя не отметить попытки федеральных и региональных органов стимулировать инновационную деятельность в Российской Федерации. Существующие на данный момент меры нормативного стимулирования не принесли ожидаемого увеличения инновационной активности в стране, поскольку возможности государственной поддержки в данном направлении ограничены бюджетом. Необходимо создать благоприятный инновационный климат в стране, планомерно снижая зависимость от импортных нововведений. Для выработки действенных мер по решению вышеуказанных проблем необходим системный подход на всех уровнях власти, развитие различных форм государственно-частного партнерства, а также повышение заинтересованности предприятий в самофинансировании научно-исследовательских и опытно-конструкторских разработок.

Список использованных источников:

1. Федеральный закон от 7 апреля 1999 г. №70-ФЗ «О статусе наукограда Российской Федерации» (с изменениями и дополнениями).- режим доступа: http://www. http://base.garant.ru/ 180307/ - загл. с экрана. – яз. рус.

2. Федеральный закон от 21.07.2011 № 254-ФЗ «О внесении изменений в Федеральный закон «О науке и государственной научно-технической политике»».- режим доступа: http://www. http://base.garant.ru/154321/ - загл. с экрана. – яз. рус.

3. Налоговый кодекс Российской Федерации (часть вторая) от 05.08.2000 № 117-ФЗ / Собрание законодательства РФ, 2000, № 32, Ст. 3340. Российская газета, № 220, 30.09.2013.

4. Постановление Правительства РФ от 24 июля 1998 г. №832 «О

Концепции инновационной политики Российской Федерации на 1998 - 2000 годы».- режим доступа: http://www. http://base.garant.ru/179112/ - загл. с экрана. – яз. рус.

5. Закон Алтайского края от 04.09.2013 №46-ЗС «О государственной поддержке инновационной деятельности в Алтайском крае».- режим доступа: http://regions.extech.ru/regions/region_info1.php?id=22- загл. с экрана. – яз. рус.

6. http://www.gks.ru/ – Официальный сайт Федеральной службы Государственной Статистики.

7. Прогноз долгосрочного научно-технологического развития Российской Федерации [Электронный ресурс] / Министерство образования и науки РФ: официальный сайт. URL:/http://mon.gov.ru/files/materials/5053/prog.ntr.pdf

8. Тюрина, А.В. Инновационное финансирование как фактор социально-экономического развития стран // Финансовый менеджмент. – 2014. – №3. – С. 88-96.

Фомин И.С., магистрант
Алтайский государственный технический университет
им. И.И. Ползунова

АНАЛИЗ СУЩЕСТВУЮЩИХ МЕТОДИК ОЦЕНКИ ИННОВАЦИОННОГО ПОТЕНЦИАЛА

В целях осуществления качественного и результативного управления инновационной деятельностью предприятия требуется объективная оценка текущего уровня его инновационного потенциала, а также оценка данного показателя в динамике для составления планов по его дальнейшему развитию.

Оценка инновационного потенциала необходима для разработки стратегии инновационного развития предприятия, которая позволит повысить его конкурентоспособность и экономическую устойчивость. Кроме того, оценка уровня инновационного потенциала хозяйствующего субъекта дает возможность:

- оценить способность организации к осуществлению инновационной деятельности;
- дать прогноз развития фирмы, определить ее слабые и сильные стороны;
- выработать рекомендации для развития инновационного потенциала предприятия.

Сравнительный анализ методик оценки инновационного потенциала выявил их значительное многообразие. Ряд ученых предпочитают балльные экспертные методы оценки, другие же применяют для оценки инновационного потенциала статистические данные и количественные показатели. Принимая во внимание тот факт, что некоторые факторы, отражающие инновационный потенциал организации, не поддаются количественной оценке, ряд нескольких ученых применяют смешанные методики [3].

Примерами использования метода экспертных оценок при анализе инновационного потенциала являются методики, представленные в научных трудах Л.Е. Чередниковой, А.А. Бовина, В.Я. Якимовича, В.Я. Горфинкеля, Б.Н. Чернышева, Р.А. Фатхутдинова, В.А. Сергеева и других. Основополагающей идеей данных методик являются диагностика и анализ внутренней среды организации. Перечень оцениваемых параметров состоит из функционального блока, организационного блока, блока ресурсов, продуктового блока и блока управления. Авторами таких методик определены два подхода к оценке инновационного потенциала организации – детальный и диагностический [2].

Детальный подход используется преимущественно для обоснования тех или иных инновационных проектов. Конечным итогом использования такого подхода становится определение возможностей формы по реализации и коммерциализации нововведений.

Диагностический подход используется в целях интегральной оценки текущего состояния предприятия соотносительно всех или части осуществляемых инновационных проектов [1].

Представленные методики оценки инновационного потенциала предприятия обладают следующими недостатками:

- экспертные оценки в существенной степени субъективны и зачастую не отражают реально существующего разброса характеристик, поскольку эксперты непроизвольно стремятся избежать крайних оценок;
- в ряде методик рассматривается ряд частных показателей, степень объективности которых недостаточно достоверна;
- чтобы оценить инновационный потенциал предприятия вышеперечисленными методиками требуется привлекать квалифицированных специалистов, владеющих достаточным опытом таких работ. Это означает, что у сотрудников организации могут возникнуть трудности при использовании результатов анализа.

В результате получается, что использование вышеуказанных методик требует весьма затратных в финансовом плане экспертных проце-

дур, а взамен не предоставляет уверенности в достоверности полученной оценки.

Перейдем к рассмотрению методики оценки инновационного потенциала организации, представленной Трифиловой А.А. Ее методика дает возможность ответить на следующий вопрос: хватит ли предприятию финансово-экономических ресурсов для обеспечения не только стратегической инновационной, но и оперативной производственной деятельности?

Такая методика имеет следующие преимущества:

- достоверность полученных результатов (оценка необходимых показателей производится на основе объективных данных бухгалтерского баланса и общепринятых финансовых коэффициентов);
- отсутствие необходимости привлечения сторонних специалистов;
- возможность контроля за правильностью установленного вектора инновационного развития предприятия с точки зрения его текущего финансового состояния.

Главным минусом этой методики является то, что посредством ее возможно оценить всего один аспект инновационного потенциала организации – обеспеченность финансово-экономическими ресурсами. Следует учитывать, что инновационный потенциал складывается не только из финансовой составляющей [4].

Согласно трудам Матвеева П.Г. и Горбунова В.Л. оценка состояния организации производится по широкому спектру параметров, определяющих ее инновационный потенциал.

Для каждого из разделов определяется ряд характеристик, которым впоследствии присваиваются рейтинговые оценки. Кроме того, для всех характеристик составляются критерии оценки деятельности предприятия. Эксперт использует их в качестве как условного ориентира развития по каждому из разделов.

По каждой характеристике обязательно высчитывается интегральная оценка, которая представляет из себя среднюю по всем разделам. Интегральная оценка деятельности организации представляется в виде итоговой таблицы. В нее включаются оценки по всем проанализированным разделам. Такая таблица дает возможность оценить инновационный потенциал предприятия и разработать рекомендации по его развитию [5].

Преимуществом данной методики является то, что она отражает взаимосвязь каждого из факторов инновационного потенциала. Однако некоторые из показателей оценки отражают лишь общий уровень разде-

лов, без учета его конкретных компонентов, имеющих непосредственное отношение к инновационному потенциалу.

Следующая методика представлена в трудах И.В. Шляхто. Согласно ним, чтобы получить интегральную оценку инновационного потенциала организации, необходимо оценить каждую из его составляющих: научно-технический потенциал, производственно-технологический потенциал, кадровый потенциал, финансовый потенциал, организационный потенциал, инновационная культура, управленческий потенциал и т.д.

Автором методики была выработана система показателей, которая включает в себя коэффициенты, с помощью которых определяются и оцениваются все элементы инновационного потенциала организации [7].

По нашему мнению, использование относительных показателей при оценке инновационного потенциала дает получить более объективный и независимый от предпочтений приглашенного эксперта результат, чем применение метода экспертных оценок. Анализ структуры инновационного потенциала и параметров его оценки согласно методике И.В. Шляхто позволяет получить расширенный анализ инновационного потенциала организации. К недостаткам данной методики можно отнести отсутствие критериальных значений коэффициентов, представленных в ней. То есть, оценивать инновационный потенциал системы по данной методике возможно только в динамике, сравнивая результаты предыдущего и текущего отчетных периодов. Получается, что актуальный уровень инновационного потенциала, соответствующего определенному моменту во времени определить не удастся [6].

Сравнительный анализ методик оценки инновационного потенциала организаций представлен в соответствии с таблицей 1.

Таблица 1 – Сравнительный анализ методик оценки инновационного потенциала организации

Авторы методик	Характеристика метода оценки	Итоговый результат	Недостатки	Преимущества
1	2	3	4	5
Фатхутдинов Р.А., Горфинкель В.Я.,Чередникова Л.В. и другие	Метод экспертных оценок	Определение способности фирмы по реализации инновационного проекта	Отсутствие интегральной оценки инновационного потенциала организации	Возможность оценить состояние ресурсной базы предприятия
		Выявление сильных и слабых сторон организации на основе элементов его внутренней среды	Существенная субъективность и ограниченность применяемых параметров оценки	Определение интегрального значения уровня инновационного потенциала

Продолжение таблицы 1

1	2	3	4	5
Трифилова А.А.	Финансово-экономический анализ (на основе показателей финансовой устойчивости)	Определение обеспеченности фирмы финансовыми ресурсами для реализации инноваций	Не подвергается оценке каждый элемент инновационного потенциала	Высокий уровень объективности
Горбунов В.Л., Матвеев П.Г.	Метод экспертных оценок+ аналитический метод (преимущественно экспертные балльные оценки, балльные коэффициенты)	Определение интегрального уровня инновационного потенциала.	Большой объем обработки информации; ряд показателей характеризует общий, а не инновационный потенциал организации	Комплексная оценка инновационного посредством оценки интегрального уровня инновационного потенциала и оценки по компонентам
Шляхто И.В.	Аналитический метод (расчет комплекса показателей)	Определение состояния всех составляющих инновационного потенциала	Отсутствие критериальных значений показателей оценки	Высокий уровень достоверности, комплексная оценка инновационного потенциала

На основе представленного в таблице 1 сравнительного анализа методик можно выявить ряд недостатков, характерных для каждой методики:

- отсутствие единого понимания термина «инновационный потенциал» авторами методик при выделении его составных частей;
- каждая из методик включает в себя разное количество показателей с различающейся степенью детализации и конкретизации;
- использование балльных и экспертных оценок описываемых факторов, что дает высокий уровень субъективизма итоговой оценки инновационного потенциала предприятия.

Выявленные недостатки проанализированных методов оценки дают возможности по разработке некоторых предложений по их совершенствованию:

- оцениваемые факторы должны иметь непосредственное отношение к инновационному потенциалу организации и его компонентам;
- требуется максимально снизить уровень субъективных оценок при определении инновационного потенциала, то есть отказаться от использования экспертных оценок и весовых коэффициентов;
- набор показателей при оценке инновационного потенциала должен ограничиваться небольшим числом, но при этом включать в себя все компоненты потенциала;

- для каждого показателя следует определить критериальные значения, базирующиеся на данных государственной статистики и других объективных данных.

Подводя итог, хочется отметить, что, несмотря на богатство существующих в настоящее время методик по оценке инновационного потенциала предприятий, каждая из них обладает рядом недостатков и отражает позицию ее автора и специфику применения. Для достоверного определения уровня инновационного потенциала необходима разработка единой методики, которая будет учитывать в себе все составляющие инновационного потенциала, позволит получить его объективную оценку, станет доступна для использования и понятна сотрудникам организации.

Список использованных источников

1. Бовин, А.А. Управление инновациями в организации : учеб. пособие / А.А. Бовин, Л.Е. Чередникова, В.Я. Якимович. – М.: Омега – Л, 2014. – 415 с.

2. Гунин, В.Н. Управление инновациями: 17-модульная программа для менеджеров «Управление развитием организации» / В.Н. Гунин, В.П. Баранчеев, В.А. Устинов, С.Ю. Ляпина. – М.: Юнити, 2013. – 328 с.

3. Трифилова, А.А. Оценка эффективности инновационного развития предприятия / А.А. Трифилова. – М.: Финансы и статистика, 2015. – 304 с.

4. Горбунов, В.Л. Методика оценки инновационного потенциала предприятия [Текст] / В.Л. Горбунов, П.Г. Матвеев // Инновации. – 2014. – №8. – С. 67-69.

5. Шляхто, И.В. Оценка инновационного потенциала промышленного предприятия / И.В. Шляхто // Вестник Брянского государственного технического университета. – 2015. – №1 (9). – С.109-115.

6. Пчелинцева, И.Н. Экономическая сущность инновационного потенциала предприятия и его составляющие / И.Н. Пчелинцева, Е.А. Лаптева // Инновационная деятельность. – 2015. – №4 (11). – С. 73-79.

7. Лаптева, Е.А. Классификация факторов развития инновационного потенциала предприятия / Е.А. Лаптева // Экономика и предпринимательство. – 2014. – №9. – С.495-498.

Чжэн Явэнь, магистр менеджмента
Урумчи, КНР

РАЗВИТИЕ ЭКОНОМИКИ ЗАПАДНОГО КИТАЯ

В последние десятилетия Китай значительно преуспел в своем развитии, превратившись в одну из сильнейших стран мира, поражающую темпами своего экономического роста. За годы реформ жизнь населения в целом достигла среднего уровня. Однако подобное ускоренное развитие привело также к ряду негативных последствий. Среди них - значительный разрыв в экономическом состоянии западных и восточных районов страны.

Прогрессивные районы Китая характеризуются не только высокими экономическими показателями, но и неблагоприятными экологическими условиями, а также нехваткой энергетических ресурсов. В свою очередь, западные районы Китая обладают огромным ресурсным потенциалом, который может быть эффективно использован в экономическом развитии не только отсталых районов, но и всей страны. Ускоренное развитие западных районов должно привести к созданию новых источников роста национальной экономики. Таким образом, развитие экономики западных районов является одним из наиболее актуальных вопросов, стоящих в данное время перед Китаем.

Образ стремительно развивающегося в XX в. Китая сформирован в основном за счет развития Восточного Китая. Образ Китая XXI в. будет сформирован за счет Китайского Запада, стратегия полномасштабного освоения которого неуклонно реализуется в наше время.

Предпринятое исследование позволяет точнее очертить круг проблем, с которыми сталкивается Китай в процессе экономического развития западных регионов.

Целью исследования является изучение проблемы отставания Северо-западных регионов Китая, анализ сложившейся экономической ситуации и обоснование наиболее эффективных путей развития данного региона.

Гипотеза.

Правительство КНР выдвинуло стратегию освоения западных районов Китая для того, чтобы способствовать рациональному регулированию структуры развития региональной экономики, стимулировать ускорение развития экономики западных районов. При реализации стратегии основания западной части необходимо держаться курса "исходить из реальности, активно работать, действовать по мере своих сил, комплексно планировать, выделять самое главное и реализовать поэтапно".

Обращая особое внимание на проблему развития западных регионов, китайское руководство понимает, что для осуществления обозначенных стратегий необходимо предпринять реальные шаги. Улучшение состояния инфраструктуры обеспечит основу для масштабного развития западных регионов. Эти усилия должны быть направлены на реконструкцию транспортной сети, телекоммуникаций, системы охраны водных ресурсов, телевидения и радиовещания, а также других секторов инфраструктуры, что позволит преобразовать преимущества наличия региональных ресурсов в факторы экономического роста.

Западный регион не должен идти по пути традиционных методов развития в рамках устаревшей экономической системы. Его развитие должно отвечать требованиям установления экономической структуры социалистического рынка, подразумевающим трансформацию путей экономического роста. Необходимо активно реализовать новые идеи и методы. Экономику отдельных районов необходимо развивать в соответствии со спецификой их природных ресурсов и особенностями географического положения. Особые усилия следует направить на развитие в западных регионах специальных, водосохраняющих и экологических отраслей сельского хозяйства, а также туризма и других перспективных направлений.

В XX веке народ Китая добился впечатляющих успехов. Еще в начале века Китай был бедной, отсталой, полуфеодальной, полуколониальной страной, находившейся в зависимости от империалистических государств. Однако, создание в результате освободительной войны Китайской Народной Республики (1949 г.), последовавшие затем в течение 50-летнего развития решающие сдвиги во всех областях политической, экономической и культурной жизни страны, экономические реформы и открыта экономики внешнему миру позволили достичь серьезных результатов, признанных во всем мире.

За 20 лет реформ объем ВВП Китая увеличился примерно в 6 раз, а темпы ежегодного прироста ВВП составили 9,7%. В этот период Китай был страной с наиболее высокими темпами экономического роста в мире. Было покончено с существовавшей много лет дефицитной экономикой, на потребительском рынке рост предложения товаров опережает спрос. Ежегодные темпы роста внешней торговли составили 15,6%, удельный вес внешней и внутренней торговли в ВВП вырос с 9,8% до 34%. В 2000 году объем реально привлеченных иностранных инвестиций равнялся 459,6 млрд. долларов. По этому показателю Китай занимает первое место среди развивающихся стран. По объем использования иностранного капитала Китай среди всех крупных стран с населением свыше 100 млн. чел. к началу 90-х годов стал экономически

самой открытой страной мир-Рост экономики и торговли привел к коренным переменам в жизни народа. Уровень потребления городского и сельского населения, возросший за это время в 4,6 раз, означал преодоление уровня бедности для более, чем 200 млн. чел.

В тот же период реализовалась на практике система социалистической рыночной экономики. Произошли крупные изменения институционального характера: роль рыночных механизмов в распределении ресурсов постоянно возрастала, начато осуществление программ модернизации экономики. Уровень жизни народа в целом достиг показателей так называемого малого благосостояния. В XXI веке предстоит реализовать стратегию перехода Китая в разряд стран со средним уровнем развития, что станет новой вехой в истории развития китайской экономики. Для этого Китаю предстоит решить ряд задач, одной из которых является развитие северо-западных регионов.

Проблема преодоления региональных контрастов в уровне развития является одной из первоочередных и наиболее трудных в современном Китае.

Западные территории (провинции Шэньси, Ганьсу, Цинхай, Гуйчжоу, Сычуан, Юньнань, автономные районы Нинся-Хуэйский, Тибетский, Гуаньси-Чжуанский, Внутренняя Монголия, Синьцзян-Уйгурский, город центрального подчинения Чунцинз) исключительно важны для экономики Китая. Отсюда начинаются строящиеся ныне транспортные коридоры и газопроводы в Среднюю Азию. Здесь имеются колоссальные водные ресурсы рек Или и Черный Иртыш, которые приобретают особое значение, если учесть, что центральные районы Китая уже сейчас страдают от нехватки воды, меж тем 50% наземных ресурсов СУАР давно использованы.

В западных провинциях разведаны месторождения 120 из 140 видов полезных ископаемых, обнаруженных в Китае, причем запасы некоторых редкоземельных элементов – крупнейшие в мире. Регион лидирует в КНР по запасам калийной соли, природного газа и по 11 других важных видов полезных ископаемых. Здесь находятся огромные нефте- и газоносные пласты: в одном только СУАР ресурсы нефти оцениваются в 30% от общих по КНР, а газа – в 34%. О значении этих месторождений не нужно много говорить. Потребность Китая в энергоносителях растет с каждым днем начав импортировать нефть только в 1992 году, сейчас он потребляет четверть всей мировой добычи. Но, несмотря на это, в 1999 году на долю западных провинций пришлось всего 6,5% от общего объема внешней торговли страны и 11% от освоенных иностранных инвестиций. При дешевизне рабочей силы здесь до сих пор высокий уровень безработицы.

В западных районах производится менее 15% ВВП КНР, так как существует ряд неблагоприятных факторов, препятствующих развитию экономики и торговли невыгодное географическое положение, неразвитая транспортная система и слабая коммуникационная база. Еще в 1992 году Дэн Сяопин посетил Сычуань, где лично убедился в катастрофических масштабах ее нищеты и экономической отсталости. За поездкой последовали решения пленумов ЦК КПК об ускорении темпов экономической реформы в Китае.

Перспективные планы вывести из состояния отсталости эти обширные, потенциально богатые края созревали давно. Еще на начальном этапе экономической реформы в КНР была выдвинута идея постепенного перемещения социальной и экономической активности из Восточного Китая в северо-западные и центральные районы: В 90-е годы председатель КНР Цзян Цзэминь высказывался о проблемах развития региона о ходе реформ, развитии и стабильности. Необходимость активного включения внутренних районов в процесс модернизации страны получила официальное признание в 1992 г. на XIV съезде КПК и на сессии ВСНП 7-го созыва, которая провозгласила новые задачи в политике территориальной открытости, выработала принципиальные подходы вопросах региональной экономики. В докладе Цзян Цзэминя подчеркивалось, что при сохранении курса на динамичное развитие приморских районов следует стимулировать промышленный рост центральных и Северо-западных регионов Китая. По его словам экономический подъем этих территорий является "масштабной проблемой, определяющей всю архитектонику стратегии экономического развития Китая". Ликвидация разрыва в экономическом и культурном развитии приморских и внутренних районов стал рассматриваться не только как важное условие более полного и рационального использования природных богатств страны, создания общенационального экономического пространства, но и как важный фактор укрепления территориальной целостности государства и реализации принципа социальной справедливости.

В июне 1999 г., выступая в г. Сиане, Председатель КНР Цзян Цзэминь назвал программу освоения северо-западных регионов страны "крупной стратегической задачей и теоретическим прорывом".

В конце 1999 г. было принято решение Госсовета КНР о начале претворениям жизнь грандиозной программы развития северо-западных регионов Китая, а в январе 2000 г. при Госсовете КНР уже была создана Канцелярия по освоению и развитию севера западных регионов во главе с премьером Чжу Жунцзи.

В окончательном виде программа экономического подъема северо-западных территорий была сформулирована в докладе Чжу Жунцзи о работе правительства, от 5 марта 2000 года на 3-ей сессии ВСНП 9-го созыва. В нем говорилось: "Крупномасштабное освоение Запада и ускорение развития центральных и северо-западных регионов страны – это важное решение в духе стратегического курса Дэн Сяопина по модернизации Китая обращенное в новый век. Это будет иметь огромное значение для расширения внутреннего спроса, перехода к устойчивому развитию, сбалансированию развития разных регионов, для достижения, в конечном счете, всеобщего процветания, сплочения всех национальностей, укрепления социальной стабильности и обороноспособности страны.

По мнению экспертов, с вступлением страны в новую фазу реформ установлением системы социалистической рыночной экономики, а также на фоне глобализации мировой экономики, решение проблем Северо-западного Китая приобретает все большую актуальность в развитии китайской экономики.

Программа развития запада страны

За прошедший с начала 1980-х гг. период преобразований Китайская Народная Республика достигла определенного прогресса как во внутриполитической и экономической сферах, так и на международной арене. Объясняется это, прежде всего продуманной и научно обоснованной стратегией реформ. Еще в начале экономической трансформации была разработана концепция трехэтапного развития КНР, сущности которой сводилась к следующему:

– на первом этапе (до 1990 г) увеличить валовой внутренний продукт (ВВП) в 2 раза по сравнению с 1980 г., обеспечить население продовольствием и одеждой;

– на втором этапе (к концу XX в) увеличить ВВП еще в 2 раза, добиться достижения среднего уровня достатка населения страны;

– на третьем этапе реформ (в течение первой половины XXI в.) достичь уровне среднеразвитых стран по величине среднедушевого производства ВВП.

С середины 2000 г.г. КНР приступила к осуществлению третьего этапа реформ, общие стратегические цели которого – достижение к середине XXI в. среднедушевого производства ВВП на уровне среднеразвитых стран, осуществление в основном модернизации страны, превращение ее в богатое, демократическое и цивилизованное, социалистическое государство.

В осуществлении задач этого этапа одним из приоритетных направлений стала "реализация стратегии широкомасштабного освоения западных районов страны, которое не только ускоряет их развитие, но и предоставляет огромный рынок и перспективы восточным и центральным районам страны, оказывает содействие дальнейшему процветанию национальной экономики". Программа ускоренного развития западных провинций получила, по китайскому обычаю, краткое название "Идти на запад" (Go west).

Развитие двух китайских регионов - относительно развитых восточных приморских и экономически отсталых, но богатых ресурсами западных - базируется на сформулированной Дэн Сяопином, в начале 1980-х гг., идее "единства двух общих интересов". Согласно теории Дэн Сяопина, развитие страны должно проходить в два этапа, сначала должны развиваться передовые районы, которые большей частью расположены в приморских районах на востоке страны, а затем, используя экономическую базу более развитых приморских районов, надо подтягивать Запад к Востоку. Программа освоения западных районов включает четыре основных направления:

1) создание современной инфраструктуры;
2) охрана окружающей среды;
3) повышение квалификации и качества кадров;
4) развитие западных районов с учетом местной специфики.

Таким образом, в Китае стремятся уменьшить разрыв между Западом и Востоком, стабилизировать положение в западных районах.

Следует отметить, что в основе идеи "второго общего интереса" лежит также. стремление исправить социальный фон западных районов. Например, лидирующий район Шанхай опережает наиболее отсталую юго-западную провинцию Гуйчжоу по среднедушевому производству ВВП в 12 раз, а по среднедушевому потреблению населения - в 6 раз. Такой разрыв чреват вынужденной внутренней миграцией, напряжением во взаимоотношениях провинций, и поощряет экономический сепаратизм, затрудняет проведение реформ и дальнейшую модернизацию страны.

В плане предотвращения неконтролируемого перемещения местного населения на совещании руководства КНР и КПК в августе 2000 г. было особо подчеркнуто, что одна из главных целей программы "Идти на запад" - укрепление социально-политической стабильности среди этнических меньшинств.

В июне 2000 г. заместитель премьера Госсовета Ли Ланьцин изложил план дальнейшего развития регионов страны, включая масштаб-

ное освоение Западного Китая. Концепция и механизм реализации программы "Go west" была конкретизирована в 9 пунктах:

1) раскрепостить мышление и решать проблемы, возникающие в ходе освоения западных районов Китая, в духе практицизма и деловитости;

2) постоянно согласовывать цели масштабного освоения западных районов Китая и местные условия;

3) воплотить принцип межрегиональной заинтересованности в разработках политических установок, касающихся масштабного освоения;

4) преобразовать структуру собственности и содействовать более значительному развитию негосударственного сектора экономики;

5) поставить на первое место инфраструктурного обустройства вопрос о водных ресурсах;

6) подготовить и всемерно привлечь кадры для повышения культурного уровня управленческих работников в западных районах Китая;

7) решить экологические проблемы и сдерживать рост численности населения;

8) уделить большое внимание национальным проблемам, сохранить безопасность и социальную стабильность в приграничных областях;

9) усовершенствовать законодательную работу и создать механизм контроля за правопорядком.

По всей стране развернута общенациональная кампания для содействия выполнению поставленной цели, к программе привлекается внимание широких общественных кругов страны, изучается их мнение и отношение к проводимым правительством мероприятиям.

Руководство КНР первостепенное значение придает выработке теоретических обоснований, предстоящих практических шагов по реализации данной программы. Так, области финансового обеспечения освоения западных районов КНР решено применить новый механизм, отвечающий условиям рыночной социалистической экономики: период проведения экстенсивной финансовой политики капиталовложения в западных районах страны увеличиваются путем выпуска государственных облигаций, а после того, как макроэкономика этих районов станет нормально развиваться, будут внесены коррективы в распределение доходов.

На основе двадцатилетнего опыта реформ и предложений ученых Министерств земельных и природных ресурсов КНР также сформулировало "5 принципов освоения западных районов" в области земельной политики:

1) вести скоординированную работу по освоению и охране земельных ресурсов;

2) использовать земельные ресурсы в соответствии с рыночными принципами;

3) открыть зарубежному капиталу всесторонний доступ на китайский рынок земельных ресурсов;

4) использовать земельные ресурсы на основе научно-технических инноваций;

5) учитывать местные условия и придерживаться принципа комплексного планирования.

Все свидетельствует о том, что руководство КНР, достигнув стабильного экономического развития страны, реализует планы укрепления могущества за счет использования богатых природных ресурсов малоосвоенных северо-западных районов.

В руководстве экономикой проявляется комплексный и планомерный подход для обеспечения сбалансированного развития всех регионов, что уменьшит тенденции экономического сепаратизма развитых провинций. После достижения экономического прогресса северо-западный регион станет важным форпостом для реализации интересов КНР в сотрудничестве со странами Центральной Азии.

Большое внимание руководство страны уделяет планированию и научному прогнозированию широкомасштабного освоения Западного Китая. Ученые Академии общественных наук КНР подготовили специальный доклад по данной проблеме, который был представлен научной общественности в июне 2000 г. на международном симпозиуме в Чунцине.

В период с 2000 по 2010 гг., по мнению китайских исследователей, в западных районах должна быть создана оптимальная внутренняя и внешняя обстановка для экономического подъема, повышена местная способность к саморазвитию инновационной деятельности, остановлено углубление разницы в жизненном уровне населения восточных и западных провинций. В период с 2006 по 2010 г. в западных районах будет в основном ликвидирована бедность, в известной мере восстановлен экономический баланс и повышен на 15% уровень урбанизации. Далее, считают ученые АОН КНР, в 2010-2030 гг. в западных районах ВВП на душу населения возрастет и пересчете на нынешние цены составит 3-3,5 тыс. дол. За данный период в провинциях будут созданы совершенная промышленная, образовательная и информационная структуры; построены рационально спланированные, связанные друг с другом сети крупных, средних и малых городов; осуществлен качественный переход обрабатывающей промышленности, с использованием

местных ресурсов, на новую основу – с применением научных достижений и инновационной деятельности; будет создано современное сельское и лесное хозяйство, обеспечивающее экологическую чистоту и поставку сельхозпродуктов.

Планируется придать приоритетное значение применению прикладных технологий для освоения и комплексного использования ресурсов соленого озера в провинции Цинхай, нефтегазовых ресурсов в Таримской впадине (СУАР), а также в районе рек Суньхуацзян и Ляо на северо-западе Китая и в Сычуаньской впадине. Намечается внедрение передовых технологий для изготовления жидкого топлива из природного газа, производства тонкой химической продукции, повышения коэффициента нефтедобычи. Прорабатываются проекты по освоению и широкому использованию новых видов энергии солнечной, ветра и геотермической. Для содействия реализации указанной стратегии АН КНР разработала "План действий в западных районах" и намерена выделить 250 млрд. юаней.

Правительство КНР также планирует провести железную дорогу протяженностью 296 км от станции Цзиньхэ Северо-Синьцзянской железнодорожной магистрали до Кульджи и далее до КПП "Хоргос" на казахстано-китайской границе. Данный проект осуществляется в рамках освоения западных районов и направлен на развитие местной экономики, расширение внешних связей страны и консолидацию проживающих там многих национальностей. Всего в предстоящие 15 лет КНР выделит 100 млрд. юаней на строительства железных дорог в западных районах Китая, включая магистраль Китай - Киргизия - Узбекистан. Совершенствование коммуникационной системы свидетельствуют об однозначном намерении правительства КНР превратить Синьцзян в международный центр торговли со странами Центральной Азии.

Программа крупномасштабного освоения Западного Китая уже приобрела определенный международный резонанс. Наряду с открытием представительств зарубежных транснациональных корпораций, развитые государства мира стали учреждать здесь свои консульства. В Чунцине (четвертый после Пекина, Тяньцзиня и Шанхая город центрального подчинения, поддерживает торгово-экономические отношения со странами мира) открыты консульства Японии, Англии и Канады, открываются консульства Германии и Австралии; в Чэнду действует американское; в Куньмине консульства некоторых стран Юго-Восточной Азии. Хотя в масштабном освоении региона первое место занимают международные транснациональные компании, в этом процессе стала принимать участие и Россия. Началось пробное сотрудниче-

ство двух стран в СУАР и провинции Цинхай; российские ведомства разрабатывают планы поставок машин и оборудования, перекачки природного газа из западных районов Китая в его восточные регионы.

Первые успехи реализации программы экономического развития

Исследователи в полной мере констатируют положительные результаты масштабного освоения запада на протяжении нескольких лет. Осуществление масштабного освоения запада, ускорение развития западных районов Китая есть важная стратегическая установка, которую разработало китайское руководство, исходя из общих интересов политики реформ и открытости, осуществления социалистической модернизации страны. Под правильным руководством ЦК партии и Госсовета, благодаря упорной борьбе и самоотверженной работе многочисленных кадровых работников широких народных масс западных районов были достигнуты важные успехи в стимулировании масштабного освоения запада, ускорены темпы экономического развития в этом регионе, продолжала улучшаться жизнь народов всех национальностей. Практика показала, что стратегическая установка Центра об осуществлении масштабного освоения запада и его руководящий курс оказались правильными. Дальнейшее успешное осуществление этой стратегии имеет весьма большое значение для достижения грандиозных целей всестороннего построения общества среднего достатка.

За прошедшие годы в западных районах Китая были достигнуты существенные успехи в инфраструктурном строительстве. За этот период начали осуществляться несколько важнейших проектов, затрагивающих общее положение развития западных районов страны, такие, как проект по прокладке Цинхай-Тибетской железнодорожной магистрали, проекты по строительству газопровода и электролинии для поставки природного газа и электроэнергии из западных районов в восточные.

Касаясь осуществления стратегии освоения западных районов и работы по переселению жителей города Чунцина из района будущего водохранилища "Санься" ("три ущелья") на реке Янцзы, благодаря освоению западных районов страны ускорились темпы строительства инфраструктуры в районе будущего водохранилища, что создало благоприятные условия для отселения жителей из этого района.

После завершения 4-го Пленума ЦК КПК 13-го созыва в 1989 году Тибет добился огромных успехов в проведении политики реформ, открытости и осуществления модернизации. В период с 1990 по 2001 гг.

среднегодовой прирост ВВП в Тибете составлял 11,3 процента, что выше среднего уровня в целом по стране. В 2001 году протяженность автодорог Тибета равнялась 36 тыс. км, при увеличении на 14 тыс. км по сравнению с 1990 годом; общая мощность электроагрегатов достигла 368 тыс. киловатт, увеличившись на 205 тыс. киловатт по сравнению с 1990 годом; общая емкость коммутаторов программой телефонной связи - 244 тыс. номеров или на 228,2 тыс. больше показателя 1990 года. В 2001 году чистые среднедушевые доходы крестьян и скотоводов Тибете увеличились в 2 с лишим раза по сравнению с показателем 1990 года совершенствуется политика оказания бесплатных медицинских услуг. Кроме того, средняя продолжительность жизни населения Тибета увеличилась с 35 лет в 50-е годы прошлого века до 67 лет в настоящее время.

По сообщению Госкомитета по делам развития и планирования, с 2000 года начато осуществление следующих 10 крупнейших проектов в западных провинциях:

– участок Сиань - Хэфэй железнодорожной линии Сиань - Нанкин протяженностью 955 км и стоимостью 23,23 млрд юаней (1 доллар США равен 8,2783 юаня);

– железная дорога Чунцин - Хуайхуа (640 км, 18,23 млрд юаней);

– шоссейные дороги: "5 вертикальных и 7 горизонтальных государственных автодорожных магистралей" (35 тыс. км);

– аэропорты в Западном Китае (в 2000 г. начато строительство Сяньянского международного аэропорта в провинции Шэньси; Будут возведены аэропорты в Чэнду (провинция Сычуань), Куньмине (провинция Юньнань), Сиане (провинция Шэньси Ланьчжоу (провинция Ганьсу) и Урумчи).

– эстакадные легкорельсовые линии городского транспорта в Чунцине;

– газопровод Сэбэй - Синин - Ланьчжоу (953 км);

– гидротехнические узлы в Цзыпинту на реке Миньцзян;

– восстановление лесных и травяных массивов, отведенных под сельхозугодья;

– освоение ресурсов калийной соли в провинции Цинхай;

– создание сети высших учебных заведений в Западном Китае.

В освоении Западного Китая первоочередное внимание уделяется относительно более развитым территориям - провинциям Сычуань и Шэньси, а также автономные районам Тибет, Синьцзян, Нинся.

В общем контексте освоения западного региона правительство КНР уделяет особое внимание развитию Синьцзян-Уйгурского автономного района (СУАР). В 10-й пятилетке в его экономику запланиро-

вано вложить 70 млрд юаней. Развернуто строительство газопровода Тарим - Шанхай (4212 км), который пересечет 6 провинций и 1 автономный район. Это крупнейший - после каскада гидроэлектростанций "Три ущелья" – проект.

Заключение

На основании проведенного исследования можно выделить следующие осиновые задачи Программы освоения западных регионов КНР:

– создание новых "точек роста" и поддержание в целом высоких темпов роста экономики страны;

– оживление внутреннего рынка через рост потребления и расширения капитального строительства в западных регионах;

– более активное подключение западных регионов к общей политике реформ и внешнеэкономической открытости.

За 4 с лишним года реализации стратегии масштабного освоения западных регионов страны были достигнуты большие успехи в инфраструктурном строительстве, экологии и развитии образования, науки и техники и других областях. Освоение западных районов не только ускоряло темпы развития этих районов, но и содействовало развитию других районов страны. Практика свидетельствует о правильности стратегических решений центрального правительства по масштабному освоению западных районов Китая.

Продолжение стратегии масштабного освоения западного Китая имеет важное значение для всестороннего построения среднезажиточного общества, формирование новой конъюнктуры развития народного хозяйства страны, а также обеспечения устойчивого развития и сохранения стабильности в Китае. Центральное правительство намерено активно продолжать поддержку стратегии масштабного освоения западных районов и содействия их экономическому развитию.

Широкомасштабное развитие западных регионов представляет собой долгосрочную нелегкую задачу и, одновременно - грандиозный системный проект, который потребует для своего осуществления усилий нескольких поколений. Ключом выполнения стратегии масштабного развития западных регионов является человеческий фактор. С одной стороны, в регионе следует уделить повышенное внимание воспитанию талантливых специалистов собственными силами. С другой – это широкое привлечение профессионалов из восточных областей и из-за рубежа. В западных регионах будет положено начало осуществлению проектов, которые могут быть очень привлекательные для талантливых людей. Чтобы максимально использовать их про-

фессиональный потенциал, необходимо создать соответствующие жилищные и рабочие условия, в процессе развития западных регионов следует исследовать новые идеи и вводить новые экспериментальные методы. Западные регионы должны, опираясь на местные кадры и трудящиеся массы, продемонстрировать дух самостоятельности и настойчивости, а также приложить совместно с согражданами огромные усилия для создания обновленного региона, совмещающего в себе экономическое процветание и прекрасные природные условия.

Список использованных источников

1. Шорохов, В.Б. Освоение западных районов КНР // Белорусский журнал международного права и международных отношений. – 2011. – № 1. – С. 12-24.

2. Кондрашева, Л.И. Китайская программа освоения западных регионов страны http://www.asiatimes. narod.ru.

3. Макаров, Д.В. Новая стратегия Китая // http://www.economy. bsu.by.

4. Китайский информационный Интернет-центр. - Режим доступа: http://www.ruschina.org.

5. Жуджунь Дин. Роль иностранных инвестиций в экономике КНР http://www.ruschina.com.

6. Ли Цзинвэнь. Перспективы экономического развития Китая в XXI веке http://www.abirus.ru.

7. Ли Фэнлинь. О стратегии "трех шагов" в экономическом развитии Китая http: //www.ruschina.com.

8. Цзэ Дачжао. Экономика Синьцзяна, отмеченная местной спецификой http://www.chinawest.gov.cn.

Яроцкий А.П., к.п.н., доцент
Алтайский государственный технический университет
им. И.И. Ползунова

МЕТОДИЧЕСКИЕ ВОПРОСЫ ПРОВЕДЕНИЯ ДЕЛОВОЙ ИГРЫ ПО ТЕМЕ «РАЗРАБОТКА ПЛАНА ПРОЕКТА «ОБОРУДОВАНИЕ ОФИСА»

Курс «Управление проектами» (УП) является важной дисциплиной в учебном плане подготовки студентов по направлению «Менеджмент». Современный менеджер должен быть не только знаком с основами и возможностями УП как новой управленческой культурой и не-

заменимым инструментом, а также владеть методами и средствами управления проектами. Именно этим и определяется роль и значение развития УП в профессиональной подготовке менеджера.

Одним из требований ФГОС ВПО является создание динамичной информационно-образовательной среды обучения для обеспечения использования активных и интерактивных методов обучения. Таким методом является деловые игры. Опыт применения деловых игр в преподавании информационных дисциплин [2] позволил автору использовать его и в курсе «Управление проектами».

Цель данной работы – представить методическую основу проведения деловой игры «Разработка плана проекта «Оборудование офиса».

ПРОВЕДЕНИЕ ДЕЛОВОЙ ИГРЫ [1, 2, 3]

1 Объект имитационного моделирования и цели игры. В основе деловой игры (ДИ) лежит имитационный процесс моделирования разработки плана учебного проекта «Оборудование офиса».

Предметом ДИ является изучение методов и процедур управления разработкой учебного проекта (УчП) как одной из важнейших фаз жизненного цикла проекта.

ДИ представляет собой универсальную игру, преследуя учебные, производственные и исследовательские цели.

Учебная цель: **закрепить** теоретические знания по методологии и методики управления разработкой проекта; **приобрести навыки** формирования плана конкретного учебного проекта; **научиться** применять весь комплекс методов, необходимых для управления разработкой УчП; **развить** творческое системное мышление и проектный подход, способности эффективного взаимодействия с членами команд и заказчиком; **получить** навыки сбора достоверной информации, ее анализа и использования в разработке документации плана УчП, а также навыки и умения управления УчП и командой. **Уметь** создавать современную информационную архитектуру электронного офиса, **управлять** разработкой УчП, используя новые ИТ.

Практическая цель - полученные результаты могут быть внедрены в производственную деятельность конкретного офиса, а также в учебный процесс.

Конечной целью деловой игры является создание плана учебного проекта «Оборудование офиса» с необходимой документацией.

2 Условия проведения деловой игры

Для формирования условий проведения ДИ учитывались следующие аспекты: игровой, целевой, имитационный, условный, временной, информационный и управленческий.

Целевой аспект учитывает интересы каждого из участников игры.

Имитационный и информационный аспекты - использовались в деловой игре заранее подготовленная информация – учебные материалы (текстовые документы, бланки, формы, структурные схемы, модели, инструкции, отчеты и др.). Такие условия проведения ДИ позволили интегрировать учебные, исследовательские и практические цели и максимально приблизить результаты обучения студентов к их будущей профессиональной деятельности.

Игровой аспект предусматривает распределение между участниками игры ролей управленческих – главного менеджера УчП, менеджера УчП, менеджеров команд и исполнителей, роль которых играют студенты в реализации отдельных работ УчП. Особо следует отметить роли информационные, которые реализуют участники ИТ-команды: менеджер и члены команды.

Условный аспект предполагал в моделировании «Разработки плана учебного проекта «Оборудование офиса» учитывать не все вопросы обязательные для реализации проекта.

Управленческий аспект реализовался путем создания организационной структуры управления УчП, элементы которой организовывали и координировали работу всех участников ДИ.

3 Последовательность, содержание стадий и основных этапов деловой игры

ПЕРВАЯ СТАДИЯ - ПОДГОТОВИТЕЛЬНАЯ

Этап 1.1 - Представление исходной информации о деловой игре. Главный менеджер УчП (преподаватель) знакомит студентов с активными методами обучения и более подробно с деловыми играми как наиболее распространенной формой и методом интенсификации учебного процесса. Излагает цель предстоящей ДИ, содержание, правила проведения и регламент. Студентам выдается раздаточный материал (требования к формулировке цели проекта и проведению мозгового штурма, шаблоны описания проекта, модели иерархической структуры работ (ИСР), шаблон табличного представления плана проекта, календарный план проведения игры и консультаций и др.).

Этап 1.2 - Цели и задачи разработки плана учебного проекта «Оборудование офиса».

Главный менеджер представляет УчП **«Разработка плана учебного проекта «Оборудование офиса»,** которые отличаются количеством человек, работающих в офисе и содержанием работ. Знакомит студентов с целями и задачами УчП.

Этап 1.3 - Проработка теоретических и методических материалов по вопросам «Разработка плана проекта». Деловая игра проводится на

практических занятиях отведенные на изучение темы «Разработка проекта».

Этап 1.4 - Тестовый контроль знаний членов команд проводится в соответствии с выделенными вехами в УчП и расписанием проведения аттестации.

ВТОРАЯ СТАДИЯ - ИНИЦИАЦИЯ УЧЕБНОГО ПРОЕКТА

Этап 2.1 - Формирование проектных команд. В ДИ «Разработка плана учебного проекта «Оборудование офиса» участвуют следующие группы игроков: группа управления УчП – Главный менеджер проекта, менеджер проекта, менеджер команды проекта. Разработчики - менеджер команды проекта и члены команды,

ИТ - команда УчП отвечает за создание современной технологической архитектуры электронного офиса и разрабатывает план конкретного учебного проекта «Оборудование офиса» в среде Microsoft Project 2013. Качественный состав ИТ-команды тот же, что и проектной команды.

Руководит игрой Главный менеджер УчП (преподаватель).

Каждый участник ДИ должен действовать в соответствии с инструкциями.

2.2 Этап - Выбор командами УчП. Осуществляется из предложенных Главным менеджером УчП, например, «Разработка плана учебного проекта «Оборудование офиса на 20 чел.» В дальнейшем УчП должен отличается от других концепцией по его оборудованию и содержанием работ в офисе.

2.3 Этап - Определение основных параметров, ограничений УчП. В ИСР должно входить 4-6 комплекса работ и 40-60 видов работ. Не учитываются ресурсы необходимые для выполнения работ.

2.4 **Этап** - Решение о начале и конце УчП. Определяется, исходя из расписания учебных занятий по курсу «Управление проектами» и часами отведенными на лекции, практические занятия, СРС и консультации.

2.5 Этап - Разработка концепции УчП.

Определение содержания и специфики деятельности офиса и его информационно-технологической инфраструктуры**.**

ТРЕТЬЯ СТАДИЯ - ПЛАНИРОВАНИЕ УЧЕБНОГО ПРОЕКТА

Третья стадия является основной в ДИ. Здесь имитируется процесс разработки календарного плана оборудования конкретного офиса. Она состоит из десяти этапов.

3.1 Этап - Формулировка цели выбранного УчП. Базируется на использовании требований к формулировке цели как конечного результата. Примеры рассматриваются на практическом занятии.

3.2 Этап - Разработка описания УчП.

В шаблоне приводятся восемь вопросов входящих в описание УчП, а в учебных материалах даются методические указания и примеры по заполнению формы описания УчП, которое обязательно должно согласовано с заказчиком.

3.3 Этап - Проведение мозгового штурма и формирование списка работ УчП.

Основная цель данного этапа сформировать список необходимых работ для достижения цели УчП. В учебных материалах приводится сценарий проведения мозгового штурма и табличная форма по представлению списка работ.

3.4 Этап - Разработка иерархической структуры работ (ИСР) УчП.

Первая процедура этого этапа связана с выбором модели создания ИСР. После чего выполняется структуризация списка работ полученного на этапе 3.3.

3.5 Этап - Определение взаимосвязей в ИСР.

В ИСР устанавливаются функциональные зависимости путем определения предшествующих работ.

3.6 Этап - Оценка продолжительности и трудоемкости выполнения работ УчП.

Здесь важно учитывать, что, если работа разделена на подработы, оценивать следует продолжительность работ по каждой подработе, а не по всей работе в целом. Задержки, например, поставки оборудования необходимо включать в план. Трудоемкость выполнения работ учитывается в чел./днях.

3.7 Этап - Распределение работы между исполнителями и создание организационной структуры управления УчП.

У каждой работы должен быть исполнитель, который обладает определенными навыками и ресурсами. Работы с нулевыми трудозатратами (задержки), работы, которые делятся на подработы, не имеют исполнителей, их контролируют менеджер проекта и/или менеджер команды. Все процессы и элементы управления разработкой УчП представляются в организационной структуре управления.

3.8 Этап - Разработка календарного плана УчП.

Календарный план УчП содержит даты начала и завершение работ. Необходимо иметь в виду, что даты в календарном плане отражают затраченное время, а не трудоемкость каждой работы. Используйте гра-

фик работы Вашего офиса, время на отпуск исполнителей, праздничные дни и неполную занятость отдельных исполнителей и др.

3.9 Этап - Согласование календарного плана УчП с заказчиком.

Ознакомившись с планом, заказчик будет делать предложения, которые Вы должны отклонить: выполнить проект быстрее и дешевле и отказаться от резерва.

3.10 Этап - Оформление и защита отчета об УчП.

Оформляется УчП в соответствии с требованиями представленными в учебных материалах «Отчет о проекте». Защита проходит в следующем порядке. Выступает Гл.менеджер УчП, который дает предварительную оценку выполненным работам и в целом ДИ. Затем менеджер УчП кратко в презентации представляет каждый проект и проект своей команды. Менеджеры и члены команд защищают свои УчП. Обязательно задаются вопросы и проходят обсуждения каждого УчП с фиксацией результатов работы. Ведется видеосъемка и аудиозапись процесса защиты. Проблемы, которые возникали в ходе проведения ДИ, представляются в отчете.

ЧЕТВЕРТАЯ СТАДИЯ - ЗАКЛЮЧИТЕЛЬНАЯ

Анализ и оценка проведения УчП и деловой игры. Проводится после защиты всех УчП на совещании менеджеров, на котором анализируются результаты защиты и выставляются оценки каждому участнику ДИ.

Список использованных источников

1 Ньютон, Р.Управление проектами от А до Я / Ричард Ньютон пер с англ. – М.: Альпина Бизнес Букс, 2007. – 180 с.

2 Яроцкий, А.П. Структурно-функциональный анализ информационных процессов. Деловая игра : методическое пособие к деловой игре «Системный анализ информационных процессов» для студ. очной и заочной форм обучения спец. 0719 «Информационные системы в экономике». – Барнаул : Изд-во АлтГТУ, 1998. – 56 с.

3 Яроцкий, А.П. Управление проектами. [Электронный ресурс] : модульное электрон. учеб. пособие. – Барнаул : Изд-во АлтГТУ. – 2010. - Электрон. текстовые дан., зв.

Наука и практика организации производства и управления (Организация - 2016)

Материалы международной научно-практической конференции (г. Барнаул, 1-2 декабря 2016 г.)

Издано в авторской редакции

Подписано в печать 29.12.2016. Формат 60х84 1/16.
Печать – ризография. Усл.п.л. 13,02.
Тираж 100 экз. Заказ 2017 –

Издательство Алтайского государственного технического университета им. И. И. Ползунова,
656038, г. Барнаул, пр-т Ленина, 46

Отпечатано в типографии АлтГТУ,
656038, г. Барнаул, пр-т Ленина, 46
тел.: (8-3852) 29-09-48