

**МИНИСТЕРСТВО ПРОМЫШЛЕННОСТИ,
ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА И ТОРГОВЛИ ПЕРМСКОГО КРАЯ
УПРАВЛЕНИЕ ПО РАЗВИТИЮ ПОТРЕБИТЕЛЬСКОГО РЫНКА
АДМИНИСТРАЦИИ г. ПЕРМИ**

**ПЕРМСКИЙ ИНСТИТУТ (ФИЛИАЛ)
ФЕДЕРАЛЬНОГО ГОСУДАРСТВЕННОГО БЮДЖЕТНОГО
ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО УЧРЕЖДЕНИЯ
ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«РОССИЙСКИЙ ЭКОНОМИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ
имени Г.В. ПЛЕХАНОВА»**



***Сфера обращения:
проблемы и перспективы развития***

Коллективная монография

Пермь 2016

УДК 339.13
ББК 65.42
С 919

Редакционная коллегия: **Е.В. Гордеева** (председатель),
М.Н. Лунева (зам. председателя),
Ответственный редактор – **М.Н. Лунева**
Ответственный за выпуск – **М.С. Оборин**

Сфера обращения: проблемы и перспективы развития: Коллективная монография/ Пермский институт (филиал) ФГБОУ ВО «Российский экономический университет им. Г.В. Плеханова». – Пермь: Изд-во ООО «Радуга», 2016. – 273 с.

В коллективной монографии освещены вопросы функционирования сферы обращения в современных условиях, проблемы и перспективы ее развития.

Авторами проанализировано состояние внешней торговли Российской Федерации в связи с современными внешнеэкономическими и внешнеполитическими реалиями, дается оценка санкционного давления на потребительский рынок. Существенное внимание уделено проблемам импортозамещения в торговле и роли агропромышленного комплекса в этом процессе. Также в монографии рассмотрена институциональная составляющая предпринимательской деятельности, ее позитивное и негативное влияние на сферу обращения, исходя из того, что эффективное функционирование предприятий торговли и сферы услуг в условиях рыночной экономики обеспечивает качественное изменение во взаимоотношениях между участниками рынка и государством. Определенное внимание уделено развитию альтернативных каналов сбыта (системе государственной закупочной деятельности). В монографии представлены результаты исследований состояния и перспектив развития рынка туристско-рекреационных услуг, в том числе на кластерной основе.

По результатам исследований авторами выдвигается ряд рекомендаций, направленных на позитивное развитие сферы обращения в Российской Федерации и нивелирование влияния экономических санкций.

Монография адресована научным и практическим работникам, преподавателям, аспирантам и студентам, изучающим сферу обращения.

ISBN 978-5-9908422-4-3

© Пермский институт (филиал)
ФГБОУ ВО «Российский экономический
университет им. Г.В. Плеханова», 2016
© Издательство ООО «Радуга», 2016

СОДЕРЖАНИЕ

Тенденции развития сферы обращения в современных условиях	
<i>КАТЛИШИН О.И.</i> ЭКСПОРТ И ИМПОРТ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ В СОВРЕМЕННЫХ ВНЕШНЕЭКОНОМИЧЕСКИХ УСЛОВИЯХ.....	4
<i>КУЦИНА В.Н., ЛУНЕВА М.Н.</i> ПРОБЛЕМЫ И ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ ПРОДОВОЛЬСТВЕННОГО РЫНКА В СОВРЕМЕННОЙ РОССИИ.....	14
<i>МИНГАЗИНОВА Е.Р.</i> РОЗНИЧНАЯ ТОРГОВЛЯ ПЕРМСКОГО КРАЯ: СОВРЕМЕННЫЕ ТЕНДЕНЦИИ.....	29
<i>КИКА В.Г.</i> СОВРЕМЕННОЕ СОСТОЯНИЕ ПОТРЕБИТЕЛЬСКОГО РЫНКА В Г. ПЕРМЬ.....	43
<i>СОЛОВЬЕВА О.А.</i> АНАЛИЗ ЦЕН НА ПРОДОВОЛЬСТВЕННЫЕ ТОВАРЫ В РИТЕЙЛЕ ПЕРМСКОГО КРАЯ.....	55
<i>ШЕШУКОВА Г.Г. МОРОЗОВА А.А.</i> АНАЛИТИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ КОММЕРЦИАЛИЗАЦИИ ГОСУДАРСТВЕННЫХ ЗАКУПОК ПО ПРОГРАММЕ РАЗВИТИЯ НИУ.....	68
<i>ЧЕРДАНЦЕВ В. П.</i> СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКОЕ РАЗВИТИЕ СЕЛЬСКИХ ТЕРРИТОРИЙ - ВАЖНЫЙ АСПЕКТ ПОВЫШЕНИЯ КАЧЕСТВА ЖИЗНИ НАСЕЛЕНИЯ.....	79
<i>РЫБКИНА Т.М.</i> ЭКОНОМИЧЕСКИЙ КРИЗИС В РОССИИ: РИСКИ И ВОЗМОЖНОСТИ ЕГО ПРЕОДАНИЯ.....	90
<i>СИДОРОВА Т.М.</i> ТОРГОВО-ЭКОНОМИЧЕСКИЕ САНКЦИИ 2014-2016 ГОДОВ, ВВЕДЁННЫЕ США И ЕС ПРОТИВ РОССИИ	103
Институциональная составляющая предпринимательской деятельности.	
<i>ВОЗИЯНОВА Н.Ю.</i> ГОСУДАРСТВЕННОЕ РЕГУЛИРОВАНИЕ И МОДЕЛИРОВАНИЕ ИНСТИТУЦИОНАЛЬНОГО ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ УЧАСТНИКОВ РЫНКА ВНУТРЕННЕЙ ТОРГОВЛИ.....	120
<i>НАГОЕВА Т.А.</i> БАНКОВСКОЕ ПОТРЕБИТЕЛЬСКОЕ КРЕДИТОВАНИЕ В РОССИИ В СОВРЕМЕННЫХ ЭКОНОМИЧЕСКИХ УСЛОВИЯХ.....	143
<i>ПОЛУХИНА А.Н.</i> ИНСТИТУЦИОНАЛЬНЫЕ ОСНОВЫ РЕГУЛИРОВАНИЯ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА В СФЕРЕ ТУРИЗМА В РОССИИ.....	162
<i>ТЕТЕНОВА И.А.</i> ХАРАКТЕРИСТИКА МАЛОГО И СРЕДНЕГО БИЗНЕСА И ФОРМ ИХ ПОДДЕРЖКИ В ПЕРМСКОМ КРАЕ.....	182
Состояние и перспективы развития рынка туристско-рекреационных услуг	
<i>ГВАРЛИАНИ Т.Е., ВОРОБЕЙ Е.К.</i> ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ ТУРИСТСКО-РЕКРЕАЦИОННЫХ КОМПЛЕКСОВ И ИХ ОСОБЕННОСТИ НА ЮГЕ РОССИИ.....	196
<i>ГРЕЧИШКИНА Е.А.</i> РОЛЬ МАРКЕТИНГА ДЕСТИНАЦИЙ В РАЗВИТИИ ТУРИЗМА РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ.....	214
<i>ЛОГУНОВА Н.,</i> ФОРМИРОВАНИЕ СТРАТЕГИЧЕСКОГО ПОТЕНЦИАЛА КАК ОСНОВА РАЗВИТИЯ КРУИЗНОГО ТУРИЗМА.....	228
<i>ОБОРИН М.С.</i> КУРОРТНО-РЕКРЕАЦИОННАЯ ИНФРАКТУРА КАК ЭЛЕМЕНТ УСТОЙЧИВОГО РАЗВИТИЯ РЫНКА САНАТОРНО-КУРОРТНЫХ УСЛУГ.....	242
<i>ПОДСОЛОНКО В.А., ПОДСОЛОНКО Е.А.</i> ВЛИЯНИЕ КЛАСТЕРНОЙ ОРГАНИЗАЦИИ РАЗВИТИЯ КРЫМСКОГО РЕКРЕАЦИОННОГО МАКРОРЕГИОНА НА ПОВЫШЕНИЕ КАЧЕСТВА ЖИЗНИ И УРОВЕНЬ БЛАГОСОСТОЯНИЯ НАСЕЛЕНИЯ.....	257

ЭКСПОРТ И ИМПОРТ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ В СОВРЕМЕННЫХ ВНЕШНЕЭКОНОМИЧЕСКИХ УСЛОВИЯХ

КАТЛИШИН О.И.

*Пермский институт (филиал) ФГБОУ ВО
«Российский экономический университет имени Г.В. Плеханова»
Katol81@mail.ru*

Введение. За последнее время в Российской Федерации наблюдается процесс интеграции в мировую экономику. Уже два года Российская Федерация является полноправным участником ВТО. Однако в 2014 году развитие внешней торговли и отечественной экономики осложнилось рядом внешнеполитических факторов. Поэтому, целью работы было, опираясь на цифры статистики, проанализировать состояние внешней торговли РФ в связи с современными внешнеэкономическими и внешнеполитическими реалиями (санкциями и антисанкциями, кризис, отчасти до этих событий – вступление в ВТО).

Общеизвестно, из СМИ и других источников, что в 2014-2015 гг. имеет место падение объемов, но для оценки ситуации необходимо посмотреть на цифры реальной статистики.

Методика. Для достижения поставленной цели использованы абстрактно-логический, монографический, статистический, метод сравнительного анализа, а также другие научные методы исследования.

Результаты. Российская Федерация 22 августа 2012 г. официально была признана полноправным членом Всемирной торговой организации. Протокол о присоединении РФ к ВТО вступил в силу, и Россия стала 156 членом этой организации.

Официальное присоединение России к ВТО открывает новый этап в развитии ее внешней торговли и экономики. Наша страна должна выполнять принятые на себя обязательства, а бизнес перестраиваться в рамках норм и правил многосторонней торговой системы.

Вступление России в ВТО не может не отразиться на поведении участников российского рынка. Грядущие перемены заставят бизнес действовать более прозрачно, так как теперь его деятельность будут контролировать не только российские власти, но и представители других стран. В условиях, когда протекционизм внутреннего рынка может осуществляться исключительно тарифными методами в оговоренных объемах, необходимо было выбрать курс по удешевлению национальной валюты.

Рассмотрим краткие итоги развития внешней торговли РФ.

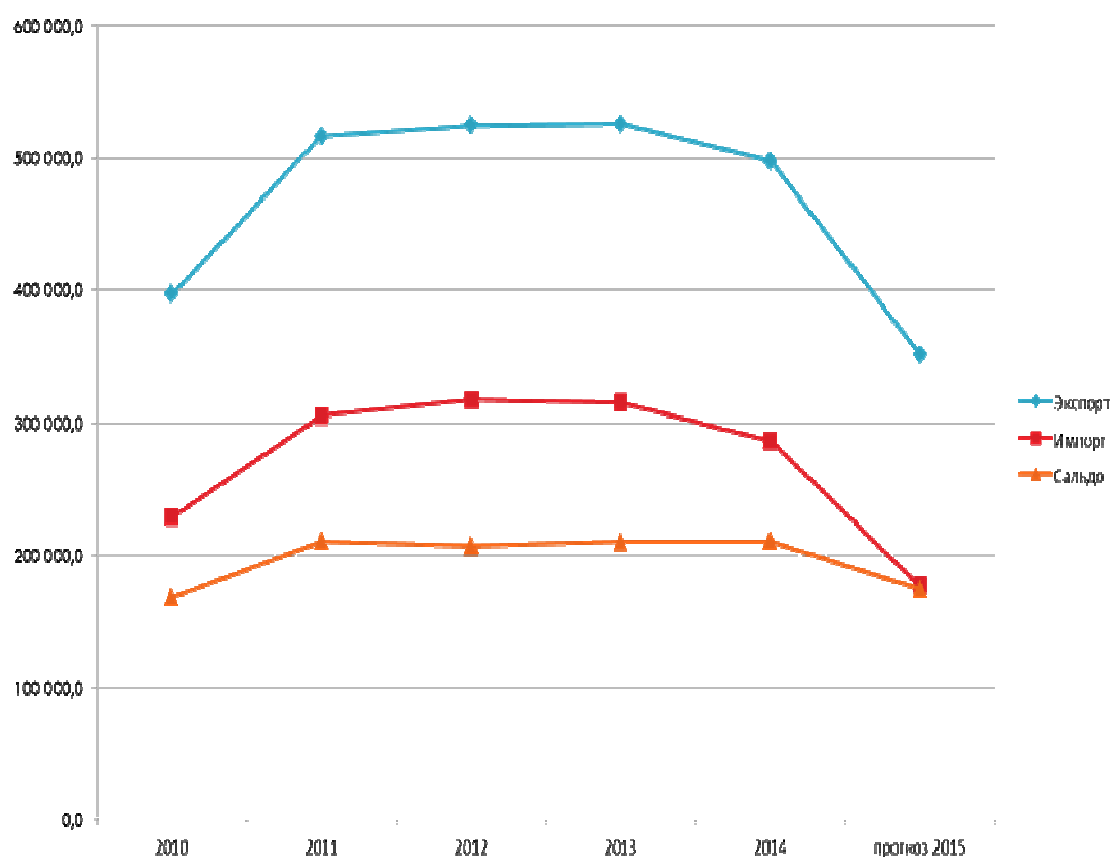


Рисунок 1. Динамика экспорта и импорта РФ, млн. долл.

Общие объемы внешней торговли РФ в посткризисный период 2008-2009 годов имели тенденцию к росту до 2012 года, в 2014 году наметился тренд к снижению внешней торговли (кризисные явления, санкции начали свое деструктивное влияние именно в 2014 году, но они сказались в основном в конце года и в том числе благодаря эффекту маховика итоги ВЭД 2014 года не столь печальны), но в 2015 году имеет место явный спад. По отношению к 2013, в 2015 году Объемы экспорта сократились на 33%, импорта просели на 44%.

За анализируемый период произошли и определенные изменения и в структуре экспорта. При общем падении на 33%, нет ни одной укрупненной группы кодов ТН ВЭД, которая показала бы абсолютный рост. Но относительно меньшее падение продемонстрировали древесина и продовольствие – всего 11,2 и 11,7% соответственно. По продовольствию неплохой показатель достигнут в основном вследствие рекордного урожая и экспорта зерна, что плохо по сути, так как это тоже фактически сырьевой товар. Ну и абсолютное падение суммы вывоза продуктов эксперты отчасти объясняют эффектом импортозамещения.

Таблица 1

Товарная структура экспорта РФ, млн. долл.

Наименование товарной группы	2013 год		2014 год		2015 год (прогноз)	
	стоимость	в % к итогу	стоимость	в % к итогу	стоимость	в % к итогу
Всего	525976,3	100,0	497833,7	100,0	351812,8	100,0
Продовольствие и сельскохозяйственное сырье	16261,7	3,1	18981,0	3,8	14358,9	4,1
Минеральные продукты	375814,6	71,5	350816,5	70,5	231428,9	65,8
Продукция химической промышленности, каучук	30827,2	5,9	29208,9	5,9	25442,9	7,2
Кожевенное сырье, пушнина и изделия из них	609,6	0,1	416,1	0,1	330,0	0,1
Древесина и целлюлозно-бумажные изделия	10987,1	2,1	11652,1	2,3	9761,2	2,8
Текстиль, текстильные изделия и обувь	937,2	0,2	1090,4	0,2	813,4	0,2
Драгоценные камни, драгоценные металлы и изделия из них	14303,0	2,7	11845,4	2,4	8480,0	2,4
Металлы и изделия из них	40777,4	7,8	40429,4	8,1	34260,6	9,7
Машины, оборудование и транспортные средства	28840,9	5,5	26411,3	5,3	22291,2	6,3
Другие товары	6617,7	1,3	6982,8	1,4	4645,7	1,3

При этом, за восемь месяцев 2014 года (август 2014 года к декабрю 2013 года) экспорт товаров сократился на 0,9%, импорт – на 11,9%, а сальдо торгового баланса увеличилось на 14,9%.

Также неплохо смотрятся среди других групп металлы, объясняется это тем, что мировая конъюнктура по ним гораздо благоприятней, чем по нефти и газу (т.е. падение цен не в разы, а на проценты).

Самое удручающее впечатление конечно вызывают экспорт нефти и газа, сокращение на 38%.

Ложкой меда в бочке дегтя является относительный прирост доли машиностроительной продукции при абсолютном падении на 22%.

Динамика и структура импорта еще более негативна. При общем снижении на 44%, наименее подвержены снижению химическая продукция, а также изделия из драгметаллов-камней и текстиль.

На 49% сократился объем ввоза машиностроительной продукции, что говорит о снижении инвестиций и падении потенциала экономики Российской Федерации на ближайшие годы.

Также проведено сравнение влияния внешнеполитических факторов на внешнюю торговлю с основными партнерами.

Уменьшение стоимостного объема экспорта в августе 2014 года по сравнению с декабрем 2013 года более чем на 85% связано с заметным ухудшением внешнеторговой конъюнктуры для нефти и природного газа.

Таблица 2

Товарная структура импорта РФ

Наименование товарной группы	2013 год		2014 год		2015 год (прогноз)	
	стоимость	в % к итогу	стоимость	в % к итогу	стоимость	в % к итогу
Всего	315297,5	100,0	286669,1	100,0	177170,4	100,0
Продовольствие и сельскохозяйственное сырье	43255,3	13,7	39905,0	13,9	25441,4	14,4
Минеральные продукты	6936,4	2,2	7385,3	2,6	5578,1	3,1
Продукция химической промышленности, каучук	50003,6	15,9	46461,6	16,2	33388,4	18,8
Кожевенное сырье, пушнина и изделия из них	1530,9	0,5	1282,2	0,4	814,8	0,5
Древесина и целлюлозно-бумажные изделия	6621,0	2,1	5904,8	2,1	3561,2	2,0
Текстиль, текстильные изделия и обувь	18040,0	5,7	16321,6	5,7	11073,9	6,3
Драгоценные камни, драгоценные металлы и изделия из них	880,1	0,3	1107,0	0,4	566,1	0,3
Металлы и изделия из них	21750,6	6,9	19350,5	6,8	11619,5	6,6
Машины, оборудование и транспортные средства	152773,1	48,5	136317,9	47,6	77668,8	43,8
Другие товары	13506,5	4,3	12633,1	4,4	7458,4	4,2

В значительной степени на динамику импорта в рассматриваемом периоде повлияло сокращение ввоза машин, оборудования и транспортных средств (без легковых автомобилей), товаров, относящихся к прочему импорту (в состав которых входят фрукты, кроме цитрусовых плодов, овощи, молочные продукты), а также легковых автомобилей.

За последние 15 месяцев (по август 2014 года включительно) непрерывно растет экспорт нефтепродуктов (их основную часть составляет топливо для реактивных двигателей) – необработанного никеля, жидких топлив и необработанного алюминия. За последние 7 месяцев снижается экспорт обработанных и необработанных лесоматериалов. В течение 10 месяцев уменьшается импорт легковых автомобилей и цитрусовых плодов, 9 месяцев – свежей мороженой рыбы, 5 месяцев – мебели.

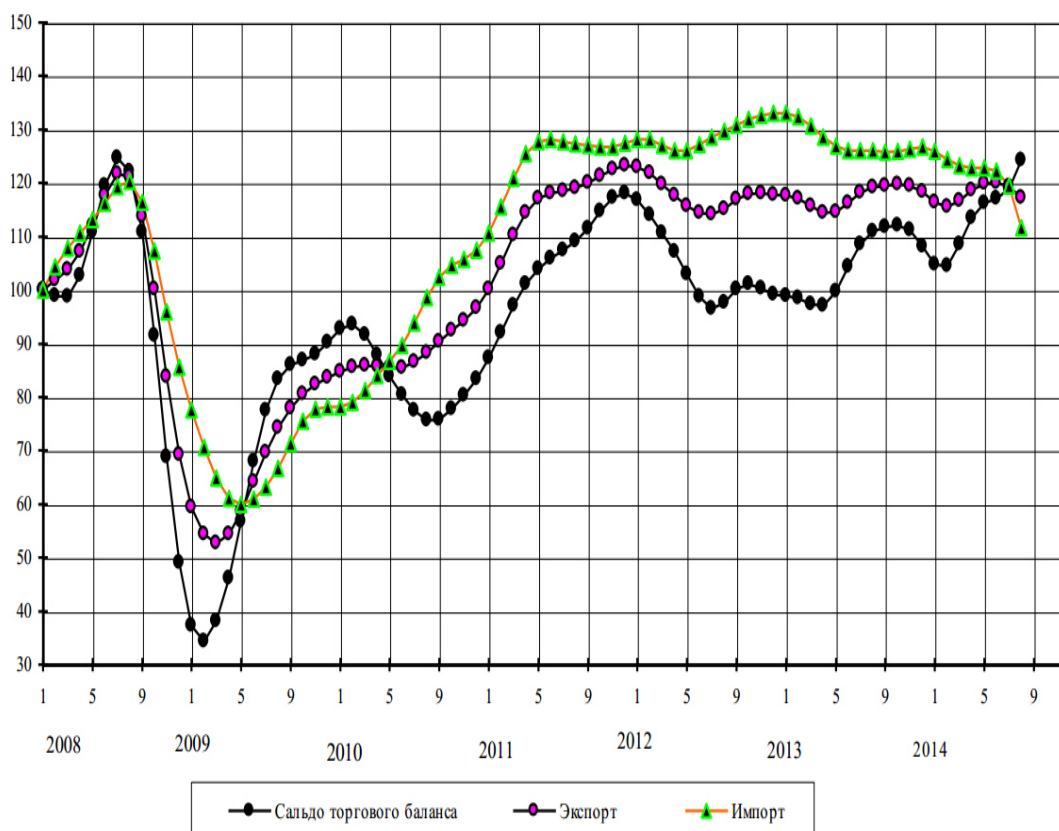


Рисунок 2. Динамика показателей внешней торговли в 2008 – 2014 гг.
(в % к январю 2008 г.)

Сокращение стоимостного объема экспорта в 2014 года по сравнению с 2013 годом на 0,9% в решающей степени обусловлено снижением контрактных (экспортных) цен при поставках товаров на внешний рынок. Сводные индексы физического объема и контрактных цен по сопоставимому кругу товаров в рассматриваемый период составили соответственно 1,00 и 0,9816.

В 2014 году импорт сократился на 11,9%, что обусловлено, в первую очередь, уменьшением закупок машин, оборудования и транспортных средств (без легковых автомобилей), товаров, относящихся к прочему импорту, а также легковых автомобилей. Сокращение стоимостных объемов импорта было обусловлено уменьшением физических объемов ввоза, что является адекватной реакцией на рост контрактных (импортных) цен, вызванным обесцениванием рубля на внутреннем валютном рынке.

Снижение стоимости импорта сдерживалось за счет увеличения закупок черных металлов, стальных труб, а также свежего и мороженого мяса птицы [1].

Также проведено сравнение влияния внешнеполитических факторов на внешнюю торговлю с основными партнерами.

В таблице 3 приведен список двадцати наиболее значимых партнеров по внешнеэкономической деятельности (внешнеторговому обороту) Российской Федерации в 2013 году.

Топ 20 партнеров РФ по ВЭД, 2013 год

Страна и место в объеме торговли РФ	% внешнеторгового оборота
1. Китай	10,5
2. Нидерланды	9,0
3. Германия	8,9
4. Италия	6,4
5. Украина	4,7
6. Беларусь	4,1
7. Япония	3,9
8. Турция	3,9
9. Польша	3,3
10. Соединенные штаты	3,3
11. Республика Корея	3,0
12. Соединенное королевство	2,9
13. Казахстан	2,8
14. Франция	2,6
15. Финляндия	2,2
16. Швейцария	1,4
17. Бельгия	1,4
18. Чешская республика	1,3
19. Латвия	1,3
20. Испания	1,3

Как видим, основной торговый партнер России это Китай, обеспечивающий более 10% внешнеторгового оборота. Однако, на втором месте находятся Нидерланды, объем экономики которых не сопоставимо меньше, чем ВВП Китайской Народной Республики, а по логистике Китай расположен удобнее.

В результате внешнеполитической турбулентности структура наиболее значимых торговых партнеров России претерпела значительные изменения (таблица 4).

Как видно на, в целом, пусть по ряду стран и не так значительно, но по отдельным странам поддерживающим санкции против РФ оборот падает, особенно по Украине, которая потеряла за 1,5 года звание ведущего торгового партнера и опустилась с 5 на 11 место. В то же время роль стран ЕАЭС и Турции возростала (в 2016 году товарооборот с Турцией закономерно упадет). При этом доля стран БРИКС устойчиво растет, особенно Китая и Индии.

Резюмируя вышесказанное, необходимо отметить сокращение внешнеторгового оборота Российской Федерации, сокращение импорта на (в том числе на продовольствие).

Таблица 4

Топ 20 партнеров РФ по ВЭД, 2015 год

Страна и место в объеме торговли РФ	% внешнеторгового оборота
1. Китай	11,7
2. Германия	8,7
3. Нидерланды	8,7
4. Италия	6,2
5. Турция	4,7
6. Беларусь	4,5
7. Соединенные штаты	4,1
8. Япония	4,0
9. Республика Корея	3,4
10. Казахстан	3,0
11. Украина	2,8
12. Польша	2,7
13. Соединенное королевство	2,2
14. Франция	2,1
15. Финляндия	1,8
16. Бельгия	1,6
17. Латвия	1,6
18. Индия	1,5
19. Чешская республика	1,2
20. Испания	1,0

К сожалению, падение импорта сегодня слабо связано с его замещением, однако, в сложившейся ситуации есть и положительные моменты. Россия должна преодолеть данную сложившуюся ситуацию, встать на пути создания высокотехнологичной эффективной экономики. Для укрепления позиций отечественных производителей на мировых рынках и внутри страны необходимо расширять источники конкурентного преимущества нашего государства за счет инвестиций и инноваций. Интенсивное развитие не сырьевого экспорта должно стать для России значимым источником увеличения экономического роста, эффективного использования интеллектуальных, трудовых и материальных ресурсов.

В целом, пусть по ряду стран и не так значительно, но по отдельным странам поддерживающим санкции против России оборот падает, особенно по Украине, которая потеряла за 1,5 года звание ведущего торгового партнера и опустилась с 5 на 11 место. В то же время роль стран ЕАЭС и Турции возрастает.

Резюмируя вышесказанное, необходимо отметить сокращение внешнеторгового оборота Российской Федерации, сокращение импорта на (в том числе на продовольствие). К сожалению, падение импорта сегодня слабо связано с его замещением, однако, в сложившейся ситуации есть и положительные моменты.

Россия должна преодолеть данную сложившуюся ситуацию, встать на пути создания высокотехнологичной эффективной экономики. Для укрепления позиций отечественных производителей на мировых рынках и внутри страны необходимо расширять источники конкурентного преимущества РФ за счет инвестиций и инноваций. Интенсивное развитие не сырьевого экспорта должно стать для России значимым источником увеличения экономического роста, эффективного использования интеллектуальных, трудовых и материальных ресурсов.

Подводя итог внешнеэкономической деятельности России, мы заключаем, что снижение стоимости экспорта оказалось незначительным относительно стоимости на импорт, что обусловлено падением стоимости национальной валюты.

Падение курса российского рубля обусловлено введением санкций против РФ и падением цен на энергоносители (причем второй фактор эксперты также часто увязывают с введением санкций).

Инициатором введения санкций против Российской Федерации стало руководство США. Оно преследовало цель международной изоляции России. К введению санкционного режима в России присоединились страны Евросоюза, несущие риск собственного экономического ущерба. Санкционный режим также поддержали государства Большой семёрки и страны, являющиеся партнёрами США и ЕС.

Доля сельскохозяйственных продуктов в экспорте ЕС составляет менее 5 %. Россия – крупнейший рынок сбыта продовольственных товаров ЕС. Объём экспорта сельскохозяйственных продуктов и сырья в Россию составил в 2013 году 12,2 млрд. евро. Экспорт продовольственных товаров в Россию составляет менее 1 % общего экспорта ЕС.

Ответом на санкции стало введенное в России продовольственного эмбарго. По самым скромным подсчетам, от продовольственного эмбарго понесут ЕС организовал экспертную группу людей, в обязанности которой входил контроль за экономическими потерями, понесенными вследствие введенных против России санкций. Для этого была выделена сумма в размере 400 млн. евро. В частности, 125 млн. евро было направлено на выплату компенсации фермерам, понесшими убыток от российского эмбарго. По заявлению Владимира Путина от 15 ноября 2014 года, Еврокомиссия оценила ущерб для экономики Европы от введения российского эмбарго в 5-6 миллиардов евро.

Экономические убытки терпят Польша, Литва, Нидерланды, Германия и Испания.

Существует точка зрения, согласно которой продовольственное эмбарго может положительно повлиять на развитие агропромышленного комплекса РФ благодаря запрету ввоза импортной продукции и расширению рынка сбыта. Так, несмотря на ожидаемую стагнацию, в сентябре 2014 года промышленность в

России выросла на 2,8 %, рост сырной и мясной отраслей стал результатом введения продуктового эмбарго по отношению к ЕС. В октябре объём производства сыра и сырных продуктов по отношению увеличился на 18 %, был отмечен рост мясной продукции, птицы, но наблюдалось падение производства рыбы и молока [2].

Россия, однако, пока еще не в состоянии обеспечить себя полностью отечественными продуктами, вследствие чего прогнозируется дальнейшее увеличение цен.

Производители российской продукции, а также поставщики-импортеры стали увеличивать цены на продукты питания в связи с действием в России продуктового эмбарго. К концу 2014 года цены на рыбу, морепродукты, яблоки, овощи, сыры и молочную продукцию выросли на 30-40 % . Ожидается ухудшение качества продуктов, которое связано с низкой конкурентоспособностью продуктовых товаров [3].

До введения санкционного режима на долю импорта приходилось около 40 % расходов россиян на продукты питания. Повышение цен на продукты в связи с вводом санкций болезненно отразится на бюджете россиян, в особенности, на беднейших слоях населения. По прогнозам директора Центра агропродовольственной политики РАНХиГС Натальи Шагайды, вследствие действия продуктового эмбарго 30 % российских семей не смогут обеспечить себя необходимыми продуктами питания. Неплатежеспособность россиян объясняется исчезновением определенного вида дешёвых продуктов, а также ростом цен на продукты питания [4].

Резюмируя вышесказанное, необходимо отметить сокращение внешнеторгового оборота Российской Федерации, сокращение импорта на 9% (в том числе на продовольствие). При этом, основные негативные тенденции в динамике импорта и экспорта пришлись на конец 2014 года, поэтому реальную отрицательную динамику мы будем констатировать уже по итогам 2015 года.

К сожалению, падение импорта сегодня слабо связано с его замещением, однако, в сложившейся ситуации есть и положительные моменты. Россия должна преодолеть данную сложившуюся ситуацию, встать на пути создания высокотехнологичной эффективной экономики. Для укрепления позиций отечественных производителей на мировых рынках и внутри страны необходимо расширять источники конкурентного преимущества РФ за счет инвестиций и инноваций. Интенсивное развитие несырьевого экспорта должно стать для России значимым источником увеличения экономического роста, эффективного использования интеллектуальных, трудовых и материальных ресурсов.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ:

1. В России сокращается внешнеторговый оборот//Режим доступа: <http://www.tks.ru/reviews/2014/10/15/01>. (22.12.2014)
2. О текущей ситуации в агропромышленном комплексе Российской Федерации в декабре 2015 года// Режим доступа: <http://www.mcx.ru/documents/document/show/15381.htm>.
http://www.mcx.ru/documents/document/v7_show/31743..htm. (21.01.2015)
3. Аузан А. Россия в 2020 году: какой сценарий будет выбран? // Режим доступа:<http://daily.rbc.ru/opinions/economics/22/12/2014/5494286c9a79478ed3c52da9>. (22.12.2014)
4. Исследование РБК: как изменился импорт товаров в Россию. // Режим доступа:<http://daily.rbc.ru/special/economics/04/03/2015/54f041729a7947667810fad7>. (05.03.2015)

ПРОБЛЕМЫ И ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ ПРОДОВОЛЬСТВЕННОГО РЫНКА В СОВРЕМЕННОЙ РОССИИ

КУЦИНА В.Н., ЛУНЕВА М.Н.

*Пермский институт (филиал) ФГБОУ ВО
«Российский экономический университет имени Г.В. Плеханова»
lunewamarina2012@yandex.ru*

В настоящее время многие проблемы развития продовольственного рынка России, требующие решения, имеют истоки в экономической политике девяностых годов двадцатого столетия, когда экономика становилась открытой, интегрировалась в мировой рынок. Новая элита страны, российский бизнес, следуя либеральным идеям эффективности открытой экономики, стремились к быстрой интернационализации национального экономического пространства, ориентировались на позитивные результаты глобализации, рост экспорта и дешевого импорта, в том числе продовольствия. Возникающая при этом зависимость от западных стран (продовольственная, технологическая и др.) не вызывала опасений, доминировала надежда на иностранную помощь, западные инвестиции и технологии.

Безусловно, открытие рынка продовольствия, увеличение иностранных товарных потоков способствовало его развитию. Возросло разнообразие продаваемых продуктов питания, еще недавно бывших дефицитными. Широкий ассортимент товаров привлекал потребителей. Появились новые, более конкурентоспособные форматы торговых предприятий, использовались новейшие технологии розничных продаж. Стал развиваться малый торговый бизнес, несмотря на трансформационный кризис в экономике.

Торговая сфера менялась, становилась современной, соответствующей мировым требованиям. Российский рынок продовольствия вскоре стал крупнейшим в европейском пространстве, привлекая иностранных инвесторов.

Между тем изменение структуры продовольственного рынка России и ее регионов, рост в торговом обороте доли импортных продуктов питания негативно влияло на развитие аграрно-продовольственной сферы, сокращалось производство в аграрном секторе. Это явилось одной из причин (наряду с существенными просчетами в реформировании АПК и др.) падения производства продовольствия и роста цен на продукцию отечественных производителей в условиях ускоряющейся инфляции и демпинговой ценовой политики иностранных фирм.

Западные страны защищали интересы своих производителей, помогали им захватывать рынки бывших социалистических стран. Провозглашая

необходимость открытой экономики, устранения барьеров в международной торговле, они сохраняли за собой право скрыто и явно поддерживать протекционистскими мерами своих национальных производителей. В конкурентной борьбе широко применялись демпинговые цены на ввозимое продовольствие (с последующим повышением цен), реклама импортных продуктов питания и др. – вытеснялся российский производитель. Участвовали иностранные предприниматели и в приватизации предприятий пищевой промышленности, скупали популярные бренды.

Глобализация потребительских рынков, экспансия транснациональных корпораций на продовольственный рынок России привела к тому, что в настоящий период в большинстве подотраслей российского продовольственного рынка наибольшая доля принадлежит иностранным корпорациям: почти 60 % рынка переработки молока; более 70 % рынка соковой продукции; порядка 80 % рынка замороженных овощей и фруктов; более 90 % рынка плодоовощной консервации; более 89 % рынка пивоварения[7, с.7]. Реальные собственники «Вимм – Биль – Дана», «Балтики», «Хлебного дома» и др., - зарубежные компании, которые могут контролировать цены.

Активно участвуя в международных отношениях, развивая внешнюю торговлю, России необходимо было стать равноправным игроком на мировом рынке. В 2012 году, после длительного переговорного процесса, наше государство вступило в ВТО – наднациональный институт мировой экономики, функционирующий на основе доктрины либерализма, открытости стран членов ВТО. Членство в ВТО для России важно для дальнейшего развития экспорта и импорта страны. ВТО регулирует более девяносто процентов международной торговли, руководствуясь либеральными принципами. Один из них «отказ от протекционизма», то есть от защиты отечественных производителей от иностранной конкуренции. На практике это означает сокращение субсидий, снижение таможенных пошлин, отмена квот и т.д. Российская Федерация снизила таможенные пошлины на импортные продукты питания, в результате усилилась конкуренция на продовольственном рынке страны, в ней конкурентные преимущества получили иностранные производители. Конечно, не все так однозначно.

Выгоды экономики России от вступления в ВТО долгое время были объектом дискуссии. Ожидалось уменьшение дискриминации российских экспортеров в международной торговле, развитие конкуренции в стране, снижение цен, увеличение иностранных инвестиций и др. Существует мнение, что основные выгоды от вступления в ВТО получают сырьевые отрасли.

Мировая практика международной торговли показывает возможность эффективного участия стран в международном разделении труда на основе конкурентных преимуществ. В экономической науке это обосновано в теории абсолютных преимуществ А.Смита, в теории относительных, сравнительных преимуществ Д.Рикардо, Хекшера Олина и др. Возможности использовать свои конкурентные преимущества в международном разделении труда есть у отечественных производителей продуктов питания, однако существует контроль западных фирм наиболее значимых сфер торговли продовольствием.

Глобализация, интернационализация производства, обращение финансов неизбежно приводит к усилению взаимозависимости стран, возникают угрозы глобализации. Многие внутренние процессы и факторы в экономике стран являются отражением внешних. Более того, возникает «порочный круг»: зависимость от других стран следствие слабой экономики, а низкий уровень развития поддерживается этой зависимостью. Страна может надолго остаться зависимой от развитых стран, быть подчиненной их национальным экономическим интересам, не обеспечивая, например, продовольственную безопасность, которая связана с самыми насущными потребностями людей.

Американский экономист Дж. Гэлбрейт, исследуя глобализацию, обнаружил нарастание ее угроз. Наибольшие выгоды от глобализации получают развитые страны, а у развивающихся возникает риск угрозы национальной безопасности.

Так полное открытие внутреннего рынка продовольствия в случае существенного увеличения его импорта до, так называемой, критической точки (границы) подрывает продовольственную безопасность страны. По разным экспертным оценкам угроза безопасности возникает когда импорт продовольствия составляет от 18 до 35 % потребности в нем [1]. В девяностых годах прошлого столетия и в современной России эта граница превышена. Доля импорта продовольствия в общем объеме импорта в страну снижалась с 28 % в 1995 году до 15 % в 2015 году. Но «по данным Росстата, доля импорта в товарных ресурсах розничной торговли продовольственными товарами в России в третьем квартале 2015 года составила 27 %» [9].

Около одной трети потребностей населения в продуктах питания удовлетворяется импортными товарами (если не учитывать то, что производится в личном подсобном хозяйстве). Доля импорта в 2015 году в товарных ресурсах розничной торговли показывает, что структура и объем предложения на рынке продовольствия в настоящее время не соответствует требованиям национальной безопасности. По некоторым экспертным оценкам в общем объеме продовольствия доля импорта составляет от 30 до 50 % [1]. «Сейчас Россия не обеспечивает себя собственным производством, являясь

одним из крупнейших импортеров продуктов питания из мировой корзины. Годовой объем импорта продовольствия и сельско - хозяйственного сырья оценивается в размере 42,5 млрд., США» [7, с.7]. Хотя экспертные оценки различны, но они свидетельствуют о необходимости решения проблемы продовольственной безопасности или, говоря иначе, сохранения продовольственной независимости. Это стало очевидным фактом когда изменилась геополитическая ситуация в мире, усилились противоречия между Россией, США и Евросоюзом. Известно, что мировой рынок является ареной острой борьбы национальных интересов (экономических, политических). Западные страны во главе с США, несмотря на принципы ВТО, объявили санкции России, усложнилось для отечественных предприятий участие в международных торговых и финансовых отношениях, в которые интегрирована российская экономика, ее рынки. Со стороны нашей страны последовали ответные меры - антисанкции.

Развернувшаяся «санкционная война» привела к вынужденным защитным мерам, введению в августе 2014 года Россией эмбарго – временного запрета на ввоз ряда продуктов питания (мяса, мясопродуктов, рыбу, рыбопродукты, молочные продукты и др.) из стран инициировавших или поддержавших санкции против нашей страны (США, Евросоюз, Канада, Австралия и Норвегия). Россия испытывает санкционное негативное давление на экономику. Страны – наши торговые партнеры, из-за санкций также несут потери. Для России возникла новая экономическая ситуация, появился «санкционный стимул» развития аграрно – продовольственной сферы. Национальный продовольственный рынок не может дальше развиваться без увеличения производства продуктов питания собственного АПК, необходимо импортозамещение. Однако оно осуществляется в сложных условиях рецессии в экономике, действует «эффект запаздывания». Неслучайно сейчас многие эксперты утверждают, что импортозамещение нужно было заниматься раньше. Ситуация в экономике в условиях санкций ухудшилась, это нельзя отрицать, но также существует и падение цен на нефть, волатильность курса рубля, его падение, кроме того снижение внутреннего спроса и др.

В настоящее время в многочисленных исследованиях справедливо уделяется значительное внимание влиянию на продовольственный рынок России и ее регионов негативных факторов макросреды (экономических, политических, международных и др.). В открытой экономике все процессы, протекающие в стране и в мире, проявляются в большей или меньшей степени как на национальном, так и на региональном уровне. Глобализация, глобальная конкуренция оказывают значительное влияние на рынки продовольствия в

регионах. Их развитию присущи общие черты и тенденции, но есть и особенности.

Начиная с 2010 года, анализ показывает, что продовольственные рынки Поволжского Федерального Округа (ПФО) динамично развивались. Лидирующие позиции сейчас у Татарстана, Башкирии и Нижегородской области. Пермский край, занимая четвертое время в ПФО, также вошел в четверку лидеров.

Продовольственный рынок Пермского края длительное время характеризовался достаточной устойчивостью. Оборот розничной торговли (в процентах к предыдущему году) с 2010 года до 2014 года имел положительную динамику. Динамично развивался сегмент пищевых продуктов, включая напитки и табачные изделия, немного отставая от темпов роста объема продаж непродовольственных товаров (Таблица 1)

Таблица 1

Оборот розничной торговли в Пермском крае 2010-2015 годы [6, с.14].

Годы	В процентах к предыдущему году (в сопоставимых ценах)		
	всего	в том числе	
		пищевые продукты, включая напитки и табачные изделия	непродовольственные товары
2010	101,6	101,9	101,4
2011	105,8	104,4	107,1
2012	103,5	104,0	103,1
2013	105,6	104,2	106,9
2014	100,2	97,8	102,4
2015	86,9	85,2	88,4

В 2014 году, в условиях обострения противоречий между странами, значительное влияние на развитие розничной торговли стали оказывать, прежде всего, негативные факторы макросреды. В Пермском крае произошел спад продажи пищевых продуктов (включая напитки и табачные изделия). Оборот розничной торговли в сегменте продуктов питания снизился в 2014 году по сравнению с 2013 годом на 6,4 % и составил 97,8 %.

По данным Пермьстата, за 2015 год «оборот розничной торговли в Пермском крае по сравнению с 2014 годом упал на 13,3 %. Более половины оборота розничной торговли в Прикамье приходится на непродовольственные товары (снижение по сравнению с аналогичным периодом прошлого года – 14 %). Объемы розничных продаж пищевых продуктов (в том числе напитков и табачных изделий) снизились по сравнению с сопоставимым периодом 2014 года на 12,6 % [11].

Значительное падение оборота розничной торговли объясняется углубляющимся кризисом в экономике, действием деструктивных факторов, не

только внешних, но и внутренних. В их числе падение платежеспособного спроса, низкое качество жизни, рост бедности на фоне инфляции.

Действие этих факторов обусловило тенденцию сокращения физического объема продаж. Независимо от санкций происходит замена в продуктовой корзине россиянина импортного продовольствия на отечественный, если он дешевле, и уменьшение покупок в целом.

Между тем, в результате продуктового эмбарго 2014 года на товары западных стран, должно быть замещено 19,5 % импорта продовольствия. С первого января 2016 года также запрещен ввоз турецких продуктов (овощей, фруктов, ягод, некоторых видов мяса, гвоздика и др.) – это еще 4 % от импорта продовольствия [12].

В связи с импортозамещением у торговых предприятий возникла необходимость смены известных поставщиков на новых, как отечественных, так и зарубежных. Закупки альтернативного продовольствия связаны с дополнительными затратами: транспортными, логистическими, транзакционными, обусловленными сделками. Увеличились поставки продовольствия из стран, которые не попали под эмбарго: из Израиля, Ирана, Сербии, Марокко, Азербайджана, Северной Африки и др. Однако возникла ситуация: импортозамещение, например, польских яблок на сербские было успешнее, чем на отечественные. В то время как реальное импортозамещение означает замену импортного товара на произведенный отечественными производителями. По оценке экспертов в целом в 2015 году в Прикамье произошло сокращение импорта на 20,4 %. Оно сопровождалось ростом цен, например, рыбопродукты подорожали на 25 %, мясо и птица на 5,4 % [12]. Заметим, импортозамещение в условиях экономического кризиса – это фактор нестабильности.

Нестабильная экономическая ситуация оказывает неблагоприятное влияние на состояние деловой среды в розничной торговле, хотя в 2014 году сохранялся накопленный ранее ее позитивный потенциал. Так, анализ деловой среды, итоги выборочного обследования конъюнктуры и деловой активности в розничной торговле в Пермском крае свидетельствует, что и в 2014 году большинство респондентов – 73,6 % из числа опрошенных продолжали оценивать общую экономическую ситуацию как удовлетворительную, благоприятной ее считали 15,1 %, а неблагоприятной – 11,3 %. Однако обращает на себя тот факт, что в 2013 году мнение о неблагоприятной ситуации в розничной торговле высказывали только 5,5 % опрошенных руководителей. В 2014 году и в последующий 2015 год накапливаются негативные ожидания. Деловая активность в розничной торговле замедлилась. Предприниматели, как

показывают опросы, не ожидают повышения деловой активности и улучшения делового климата в 2016 году [6, с.17].

Исследования экспертов института статистических исследований экономики знаний ВШЭ в 2014 - 2015 году показали замедление роста основного индикатора обследования розничного рынка России – индекса предпринимательской уверенности и дальнейшее ухудшение экономической конъюнктуры в торговле [5]. Тренд индекса предпринимательской уверенности в Пермском крае также свидетельствует о возрастании влияния на торговый бизнес неблагоприятных факторов. Так, во втором квартале 2014 года этот индекс в розничной торговле снизился с 10,7 процентных пункта до 8,8, в последующий период произошел его некоторый рост и стабилизация на уровне 10,7 [6,с.18]. Несмотря на некоторое улучшение предпринимательских ожиданий в России и рост индекса предпринимательской уверенности в первом квартале 2015 года, выявленный экспертами ВШЭ, в третьем квартале этот индекс опустился до 1 % с 4 %, за предыдущий квартал. Данный индекс, таким образом, «вернулся к рубежу критических значений (1 %), где он находился осенью 2014 – зимой 2015 года. Рост индекса по итогам первого полугодия был лишь следствием фрагментарной сезонной активизации рынка» [5].

Индекс предпринимательской уверенности отражает изменения текущего экономического положения в отрасли и ожидаемые перемены в будущем. Итоги выборочного обследования деловой среды в розничной торговле Пермского края показывают снижение индекса предпринимательской уверенности в 2015 году. Хотя значительного ухудшения делового климата в крае, по сравнению с ситуацией в стране, не произошло. К факторам, ограничивающим развитие организаций розничной торговли предприниматели относят, прежде всего, высокие налоги, недостаточный платежеспособный спрос, высокую арендную плату, недостаток финансовых средств, значительные транспортные расходы, высокий процент коммерческого кредита [6,с.19]. Предприниматели Пермского края особо выделяют такой фактор как высокая конкуренция со стороны других организаций розничной торговли. Однако этот фактор скорее положительно влияет на развитие отрасли, чем отрицательно.

В процессе рыночной модернизации российского продовольственного рынка возникли новые форматы торговли, супермаркеты, гипермаркеты, дискаунтеры, стали развиваться торговые сети как крупные корпоративные предприятия торговли. Конкурентная позиция определяется преимуществами, которые и формируют положение предприятий любого формата на рынке.

По данным статистики в Пермском крае конкурентоспособность предприятий розничной торговли (от числа обследованных в 2014 году)

определена в качестве высокой у 1,9 % предприятий, что больше предшествующего года на 6,4 %, средней – 86,8 %, а низкой – 11,3 %. [6, с.18].

В условиях нестабильной ситуации предприятия уходят с рынка, в Прикамье закрылось десять магазинов «Добрыня». В настоящее время усиливается конкуренция между крупными торговыми сетями: международными, федеральными, местными. В Пермском крае больше представлены федеральные и местные розничные торговые сети.

Конкурентные преимущества сетей формируются в результате «эффекта масштаба», многоформатности (мультиформатности): в одной розничной сети развиваются торговые предприятия разного типа: - от супермаркетов до дискаунтеров. «Эффект масштаба» позволяет снижать издержки и цены, использовать новые технологии в области продаж и логистики, применять современные методы управления, информационные технологии, повышать качество обслуживания, привлекая высококвалифицированный персонал, проводя активную кадровую политику. Кроме того, сети имеют возможность влиять на производителей при заключении контрактов, достигать большей скорости возврата денежных активов, вложенных в товарные запасы, расширять ассортимент, соблюдать «баланс» между ценой и качеством продукции, стимулировать продажи, используя маркетинговые инструменты, рекламу и др. Мультиформатность сетей как форма диверсификации бизнеса придает им гибкость и большую устойчивость.

В Пермском крае лидерами среди сетей являются «Семья», «Виват», «Пятерочка». Об этом свидетельствуют проводимые исследования, рейтинги индексов конкурентоспособности. Анализ показывает, что каждая из сетей осуществляет определенную конкурентную стратегию, сохраняя и развивая свои конкурентные преимущества. Так, например, «Семья» привлекает потребителей широким ассортиментом, качеством обслуживания, его оперативностью, используя прогрессивные торговые технологии. «Пятерочка» выигрывает в результате ценовой политики. «Виват» опирается на современные стандарты работы, стимулирование продаж, активную кадровую политику, на обеспечение необходимого для потребителя соотношения цены и качества продукции. В 2012 году «Виват», наряду с другими торговыми сетями осуществил запуск собственного распределительного центра. Это позволило, во – первых, увеличить объем централизованных поставок; во – вторых, отказаться от аренды складов; в – третьих, контролировать не только количество, но и качество продуктов, полностью подготавливая их к продаже.

Еще одной проблемой является качество товаров, поступающих на потребительский рынок. По данным территориального управления Роспотребнадзора по Пермскому краю оно ухудшается. Если в 2010 году

забраковано и изъято из оборота (в процентах к общему объему проинспектированных товаров) рыбной продукции 33,9 %, то в 2014 году – 58,5 %, цельномолочной продукции соответственно 5,0 % и 66,4 %. Снижается качество хлеба и хлебобулочных изделий, сыров всех видов и др. [6, с.14]. По результатам опроса, проводимых Союзом потребителей России 82 % граждан в среднем 3 раза за последний год так или иначе сталкивались с некачественными товарами и услугами [8, с.60].

В условиях нестабильной экономической среды, по мнению экспертов ВШЭ, «розничным организациям остается рассчитывать только на гудвил или на неосязаемые факторы развития, заключающиеся в повышенной репутации относительно конкурентов, удобным местоположением, качеством обслуживания и т.д.» [5,с.35]. Если кризис продолжит углубляться, следствием может быть усиление предпринимательских рисков с допустимых до критических и катастрофических – завершающихся банкротством, тогда возможен передел рынка. Отсюда торговым предприятиям необходимо конкурировать за потребителя независимо от формата бизнеса, добиваться лояльности покупателей, повышая не только качество обслуживания, но и поддерживая баланс цена – качество товара.

Потребители стремятся сохранить достигнутый до кризиса уровень потребления (доказывает теория поведения потребителя и маркетинговые исследования). Однако снижение реальных доходов населения приводит к сокращению массового потребительского спроса и снижению покупок (альтернативой является увеличение микрокредитования).

Рациональный потребитель в условиях финансовых ограничений, откладывает на будущее новые покупки, но сократить потребление продуктов питания, товаров первой необходимости может только до определенного предела, позволяющего воспроизвести способность к труду. С точки зрения государства таким пределом является прожиточный минимум. Между тем в настоящее время население все больше сокращает покупки и потребление продуктов питания.

В Пермском крае в 2015 году уменьшились покупки продуктов питания на 12,5 %. На 28 % упали покупки фруктов, на 23,7 % - рыбы и рыбопродуктов, на 27 % - сахара, на 20 % - макарон, 19,8 % - овощей, 12,3 % - мяса и т.д. Снижение произошло практически по всей продуктовой линейке, в том числе меньше население стало покупать яиц птицы, кондитерских изделий, чая, кофе, соли, молочных продуктов. Спрос увеличился на картофель, его было продано на 8,6 % больше [13].

Абсолютное большинство потребителей, прежде всего, реагирует на цены (хотя поведение потребителей с разными доходами и потребительскими

предпочтениями отличается). Стимулируя продажи, торговые предприятия делают скидки, проводят акции. В условиях импортозамещения они частично обновляют ассортимент за счет отечественных товаров, заменяющих импортные, но в большей степени торговые предприятия ориентированы сейчас на товары новых зарубежных поставщиков.

В условиях экономического кризиса сложнее развиваться и просто выживать малым и мельчайшим торговым предприятиям. Теория и практика рыночных отношений показывает, что конкурентная среда в отраслях экономики, в том числе в торговле, формируется и развивается в результате роста малого бизнеса. Однако вследствие действия как экономических, так и административных факторов последовательно уменьшается количество традиционных форматов торговли, предприятий малого торгового бизнеса, киосков, павильонов, открытых рынков и др. У предпринимателей нет гарантий сохранения торговых площадей. Крупный бизнес вытесняет малый, поглощает средний. Индивидуальные предприниматели в торговле, создающие рабочие места нескольким наемным работникам, из-за ухудшения экономической ситуации, роста арендной платы, нестабильности правовых норм, нередкой отмены местными органами власти принятых ранее мер по поддержке малого бизнеса или нарушения их, вынуждены уходить из бизнеса.

Анализ оборота розничной торговли по формам проявления в Пермском крае показывает, что уменьшается продажа товаров на розничных рынках и ярмарках. Так, в 2014 году по сравнению с 2013 она снизилась на 7,1 % [6,с.8].

У малых и мельчайших торговых предприятий есть своя конкурентная ниша, особенные конкурентные преимущества. Такие предприятия, как правило, ориентированы на потребителей невысокого достатка, более оперативно реагируют на изменение спроса, обеспечивают доступность потребителей к продукции местного производства, находятся в шаговой доступности к ним и т.п. Но у малого бизнеса сохраняется много проблем, возникших еще в девяностых годах прошлого столетия, когда малый бизнес, выполняя важные экономические и социальные функции в рыночной экономике, стал развиваться, не имея серьезной государственной поддержки. Несмотря на федеральные и региональные программы, направленные на укрепление малого бизнеса, вплоть до субсидирования в условиях экономического кризиса, данный бизнес в настоящее время ориентируется, прежде всего, на стратегию выживания.

Анализ факторов, сдерживающих развитие розничной торговли в регионе, отражает ситуацию, сложившуюся в стране. Абсолютное большинство экспертов считает главным ограничивающим фактором развития отрасли является недостаточный платежеспособный спрос. «В первом квартале 2015

года недостаточный платежеспособный спрос в стране констатировали 52 % респондентов, против 47 % по итогам 2014 года» [5,с.30]. Более того делаются выводы, по результатам анализа делового климата в розничной, оптовой торговле, о невозможности нейтрализации негативных тенденций, сложившихся в настоящее время. Падение спроса наблюдается по многим группам товаров. Между тем в условиях кризиса правительство отложило, как вынужденную меру, поэтапное увеличение минимального размера оплаты труда до прожиточного минимума. По проекту Минтруда РФ повышение МРОТ предлагалось начать с октября 2015 года. Повышение МРОТ правительство решило осуществить с 1 апреля 2016 года. Отставание МРОТ от прожиточного минимума противоречит трудовому кодексу РФ. Низкая минимальная заработная плата сдерживает рост оплаты труда в бюджетной и внебюджетной сфере.

Сложившейся уровень оплаты труда во многих отраслях не обеспечивает формирование достаточного платежеспособного спроса. Рост реальной начисленной зарплаты на одного работника замедлился. «В 2007-м году ее рост составил 17,2 %, в 2012-м – 8,4 %, в 2013-м – 4,8 %, в первом квартале 2014-го – 4,4 % в годовом исчислении, во втором – 2,4 %» [3], в 2015 году реальная заработная плата снизилась. В условиях экономического кризиса заработная плата, как правило, «замораживается», снижаются и другие доходы. Первостепенной проблемой для обеспечения роста экономики, в том числе розничной торговли, является восстановление совокупного спроса. Без обеспечения достаточного и эффективного совокупного спроса, как доказал создатель макроэкономики Дж.Кейнс, выход из кризиса невозможен.

Динамики спроса на потребительские товары, в том числе и на продовольствие различны в регионах России. В тех из них, где осуществляются крупные инфраструктурные проекты, покупательная способность снижается в меньшей степени, так как появляются новые рабочие места, растут частные, государственные инвестиции и в условиях кризиса. Однако, в большинстве регионов остаются незащищенными экономически слабые слои населения. Минпромторг России предложил введение государственного субсидирования для малоимущих доли их расходов на продовольствие. Этот подход не является новым. Но нельзя отождествлять его с карточной системой, применяемой при социализме в условиях дефицита. Предлагается введение продовольственных карт для покупки продуктов питания отечественного производства. Это одновременно поддержка потребителей, а также и российских производителей продовольствия. Заметим, такие продовольственные карты применяются в США. Пилотный проект субсидирования расходов на питание уже действует в Кировской области. Предложение Минпромторга поддержали и Союз

независимых сетей России, Союз потребителей России, Торгово-промышленная палата, Ассоциация «Союзмолоко», Ассоциация компаний розничной торговли и др. [3].

Продовольственное обеспечение населения в соответствии с Программой продовольственной безопасности России является приоритетной задачей, поэтому импортозамещение в условиях санкционной войны стало стратегической целью правительства. Ее решение связано с развитием агропромышленного комплекса, пищевой промышленности и продовольственного рынка. Ситуация на региональных рынках продовольствия нестабильна, ее сложно прогнозировать. Тем не менее возникают вопросы: как осуществляется государственная программа импортозамещения? Каковы ее результаты?

Импортозамещение требует значительных ресурсов. В 2014 году правительством России была утверждена «дорожная карта» плана импортозамещения в сельском хозяйстве. В соответствии с ней в 2015 году объем субсидий для отрасли – 35,73 млрд. рублей, в том числе 18,8 млрд. рублей на выплаты кредитов растениеводством, 9,2 млрд. рублей – животноводству, 7,6 млрд. рублей на софинансирование займов, полученных малыми формами хозяйствования [14].

В специальном «антикризисном плане» для сохранения темпов кредитования в отрасли было выделено еще 50 млрд. рублей, на стимулирование спроса на отечественную сельхозтехнику дополнительно 4 млрд. рублей [14]. В 2015 году сельское хозяйство не снижало темпов роста, оказалось развивающейся отраслью [16]. Система субсидирования сельского хозяйства уже работает. Однако выполнение программы импортозамещения оценивается неоднозначно.

А.Климов, сенатор от Пермского края, утверждает, что «Российская Федерация уже полностью обеспечила себя зерном, маслом, сахаром, картофелем. Мы производим сами 9/10 необходимых жителям объемов мяса птицы и свинины, 4/5 молока и говядины. Правда остаются проблемы с фруктами и тепличными овощами, здесь импорт пока господствует» [2]. Между тем есть и другая оценка: «импортозамещение, курс на которое объявили власти в краткосрочный период, фактически провалилось из-за роста процентных ставок и, как следствие, дорогих кредитов, которые не позволили полноценно реализовать инвестиционные проекты и оказались малодоступными для предприятий» [12]. Действительно, остается еще немало нерешенных проблем, не все выделенные средства на поддержание сельского хозяйства своевременно осваиваются, процентные ставки остаются высокими, план по импортозамещению, в частности, по овощам выполняется

неполностью, только по картофелю и т.п. Велика доля валютной составляющей в производстве мяса птицы, семян, кормовых добавок, основные продукты питания подорожали на 8 - 40 % [10].

Можно выделить в настоящее время наиболее острые проблемы: во – первых, сохраняется высокая продовольственная инфляция; во – вторых, уменьшается спрос на продовольствие из-за снижения реальных доходов населения; в – третьих, сокращение объемов импорта продовольствия не достигает контрольных плановых заданий. Позитивной тенденцией является то, что сельское хозяйство увеличивает объемы производства, создавая сырьевую базу для развития пищевой промышленности. Возрастает доля отечественного продовольствия в розничной торговле, увеличился экспорт зерна.

В соответствии с правительственными планами по импортозамещению «до 2020 года, если все мероприятия будут реализованы, то производство сельскохозяйственной продукции, сырья и продовольствия существенно увеличится, а зависимость внутреннего рынка от импортного мяса снизится с 21,6 % до 7,7 %, от молочных продуктов – с 23,6 % до 16,6 %, от овощей – с 14,6 % до 10,1 % [15].

Регионы России, являясь активными субъектами конкурентных отношений, стремятся в настоящее время развивать свои продовольственные рынки наполняя их собственными продуктами питания, уменьшая зависимость от импорта. В Пермском крае разработаны и осуществляются проекты комплексного развития производства мясной и молочной продукции. Создается объединение производителей молока, в него вошли уже семнадцать хозяйств. Одной из задач объединения является создание и поддержание эффективных связей с перерабатывающими и торговыми предприятиями. Необходимо развивать всю систему доставки товара до конечного потребителя. Условием предпринимательской активности является, прежде всего, восстановление потребительского спроса.

Итак, необходимо развивать национальный рынок продовольствия, сохраняя и укрепляя конкурентные преимущества предприятий торговли, использовать потенциал отечественной аграрно – продовольственной сферы для обеспечения продовольственной безопасности экономики России, преодолевать негативные тенденции.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Виноградова С.В. Импорт продовольствия: проблемы и последствия. 2015. // Режим доступа: <http://go.mail.ru/search?fi> от herieferats.all btst.ru.

2. Климов А. Безопасность и продовольствие//Единая Россия в Прикамье №2 (113)0, 5 марта, 2016.
3. Куцина В.Н., Лунева М.Н. Проблемы развития рынка продовольствия и деловой климат в розничной торговле Пермского края// Современная торговля: теория, практика, инновации: Материалы VI Всероссийской научно-практической конференции с международным участием, посвященной 20-летию работы учебного заведения по программам высшего профессионального образования (Пермь, 10-18 ноября 2015 г.). Том 2 / Пермский институт (филиал) ФГБОУ ВО «Российский экономический университет им. Г.В. Плеханова». – Пермь: Изд-во «МиГ», 2015. – 299 с.
4. Остапкович Г., Лола И. Деловой климат в розничной торговле в 2014 году // Современная торговля №8, 2014.
5. Остапкович Г., Лола И. Состояние делового климата в розничной торговле в I и II кварталах 2015 года // Современная торговля. № 6, 2015.
6. Розничная торговля в Пермском крае. Статистический сборник. Пермь, 2015.
7. Снимщикова И.В., Лазгиев М.М. Направления транснационализации российского потребительского рынка в условиях глобализации // Научный журнал Куб ГАУ №108 (04), 2015. Режим доступа: <http://ej.Kubargro.ru/2015/Pds/07.Pds> .
8. Шелиц П., Янин Д. Права потребителей: тенденции 2014 года // Современная торговля. №9, 2014.
9. ЕМИСС Государственная статистика // Режим доступа: <https://www.fedstat.ru/indicator/37164.do>
10. Политика и экономика (современное политическое и экономическое обозрение) // Режим доступа: <http://www.news-usa.ru/pochemu-dorozhayut-otechestvennyye-produkty.html>
11. Пермская деловая газета №133. Оборот розничной торговли в Прикамье // Режим доступа: <http://test.business-class.su/news/2016/01/27/za-2015-god-oborot-roznichnoy-torgovli-v-prikame-snizilsya-na-133>
12. Российская газета от 01.12.2015. Кабмин опубликовал перечень запрещенных к ввозу турецких продуктов // Режим доступа: <http://rg.ru/2015/12/01/perechen-site.html>
13. Новый компаньон. Жители Пермского края отказываются от фруктов и мяса и переходят на картошку // Режим доступа: <http://www.newsko.ru/news/nk-2817989.html>

14. Газета Правда №4 (30335) Коров продолжают резать // Режим доступа:
<https://kprf.ru/pravda/issues/2016/4/article-53815/>
15. Российская газета от 01.12.2015 Замычат и отелятся // Режим доступа:
<http://rg.ru/2014/10/14/import.html>
16. О текущей ситуации в экономике Российской Федерации по итогам января-августа 2015 года // Режим доступа:
<http://economy.gov.ru/wps/wcm/connect/158121a5-26cd-4dc7-af4f-3de2be4d0085/202015.pdf?MOD=AJPERES>

РОЗНИЧНАЯ ТОРГОВЛЯ ПЕРМСКОГО КРАЯ: СОВРЕМЕННЫЕ ТЕНДЕНЦИИ

*МИНГАЗИНОВА Е.Р. к.э.н., доцент
Пермского института (ф) РЭУ им. Г.В.Плеханова
e-mail: mer6795@rambler.ru*

Розничная торговля является одним из наиболее динамично развивающихся секторов российской экономики. Однако в сложившейся макроэкономической и политической ситуации замедляется развитие реальной экономики, и остаются нерешенными ее структурные проблемы, как следствие - снижаются реальные располагаемые доходы населения. Одновременно малообеспеченные слои населения «перекредитованы» [16], а средний класс «копит депозиты» и предпочитает лишний раз не тратиться. В России на 01.01.2015 года они выросли по сравнению с аналогичным периодом 2014 года на 4,3% [23]. По данным Росстата сбережения населения, которые включают прирост (уменьшение) вкладов, приобретение ценных бумаг, изменение задолженности по кредитам, приобретение недвижимости, скота и птицы и изменение на счетах физических лиц-предпринимателей, по итогам третьего квартала 2015 года составили 11,3%, что на 4% выше, чем за аналогичный период 2014 года [26]. Если рассматривать Пермский край, то сбережения за 2015 год выросли в 2,6 раза и составили 12% от денежных доходов. В 2014 году данный показатель составлял всего 5,5% [7]. Все это приводит к сокращению спроса населения и обостряет проблемы развития розничной торговли. Таким образом, рассмотрение проблем и перспектив развития данного сегмента региональной экономики в Пермском крае, а также ряд факторов, оказывающие наиболее существенное влияние на него, является весьма актуальным.

Социально-экономическая ситуация в регионе, безусловно, оказывает непосредственное влияние на состояние розничной торговли в крае. Далее проанализируем некоторые важнейшие показатели, характеризующие ситуацию в регионе.

Сводный индекс потребительских цен в регионе в июне 2015 года по отношению к декабрю 2014 года составил 107,9%, в том числе на продовольственные товары – 110,6%, непродовольственные товары – 107,6%, платные услуги, оказываемые населению – 104,3%. Но по отношению к январю-июню 2015 года он значительно выше – 114,8% [13]. Если рассматривать сводный индекс потребительских цен в Пермском крае за 2015 год, то в декабре 2015 года к соответствующему периоду 2014 года он составил

уже 112,6% [4]. На продовольственные товары рост цен в регионе в декабре 2015 года к соответствующему периоду предыдущего года составил – 114,3%, на непродовольственные товары – 111,4%, на платные услуги, оказываемые населению – 111,8% [24]. При этом рост цен в Пермском крае сопоставим с потребительской инфляцией в России и в Приволжском федеральном округе: в округе индекс потребительских цен и тарифов за второй квартал 2015 года составил 108,0%, а в среднем по России – 108,5% . За 2015 год к декабрю 2014 года сводный индекс потребительских цен в Российской Федерации составил 112,9% (то есть на 0,3 % выше, чем в Пермском крае) [2]. В Приволжском федеральном округе по результатам года выше потребительская инфляция только в двух регионах - в Ульяновской и Самарской областях [4].

С одной стороны рост цен ведет к увеличению розничного товарооборота в действующих ценах, а с другой, отрицательно сказывается на покупательской способности населения, которая, безусловно, зависит от денежных доходов, в целом, жителей Пермского края и заработной платы, в частности [5,76].

Номинальные денежные доходы населения Пермского края в 2014 году составили 895,9 млрд. рублей, что на 8,7% больше, чем в 2013 году [6]. В январь-декабрь 2015 года рассматриваемый показатель, характеризующий покупательскую способность населения региона, сложился в сумме 1043,2 млрд. рублей или на 16,4% выше, чем в предыдущем году [7]. Реальные располагаемые денежные доходы, по оценке, в 2015 году, по сравнению с 2014 годом, выросли только на 1,5% [11]. Основная часть денежных доходов приходится на заработную плату.

В таблице 1 приведены данные о заработной плате населения региона.

Таблица 1

Динамика заработной платы населения Пермского края

	2014	2015
Среднемесячная номинальная начисленная заработная плата работников организаций, рублей	27099,3	28222,1
Реальная начисленная заработная плата, в % к предыдущему году	102,2	90,5

В 2014 реальная начисленная заработная плата выросла на 2,2%. За 2015 года среднемесячная номинальная начисленная заработная плата увеличилась по сравнению с соответствующим периодом 2014 года на 4,1%, реальная заработная плата снизилась на 9,5% [11]. Эта негативная тенденция говорит о снижении покупательской способности населения, а, следовательно, отрицательно влияет на оборот розничной торговли. При этом следует отметить и такой факт, как задолженность по заработной плате,

которая суммарно по кругу наблюдаемых видов экономической деятельности в Пермском крае по состоянию на 1 января 2016 года составила 3,3 млн. рублей (кроме субъектов малого бизнеса). Однако если рассматривать задолженность по заработной плате в течение 2015 года, то она была существенно выше. Например, на 1 января 2015 года она составляла 27,5 млн. рублей, на 1 июля - 33,1 млн. рублей, а на 1 октября задолженность была наибольшей – 37,7 млн. рублей [19]. Это также снижает спрос населения на товары и услуги.

По данным опроса, проведенного компанией Nielsen с 16 по 22 марта, снижение расходов россиян на товары повседневного спроса стало рекордным за последние восемь лет. Отмечено, что 44% опрошенных сократили объемы закупок в торговых сетях, в то время как в кризисные 2008–2009 годы количество экономящих на покупках товаров широкого потребления не превышало 30% [15]. Аналогичные исследования в июле 2015 года в 55 субъектах Российской Федерации проводило ООО «Инфом» по заказу Банка России. Почти две трети респондентов экономят на различных продуктах, товарах и услугах. Россияне отмечают, что вынуждены тотально экономить на дорогих товарах и услугах. При этом отмечено, что основные статьи экономии - это продукты питания, в первую очередь мясо и птица, рыба и морепродукты, сыры и колбасы, фрукты и овощи [5, 77]. Итоги опроса «Левада-Центра», проведенного в декабре-январе среди 1600 человек в 137 населенных пунктах 48 регионов показали, что 53% россиян считают, что России угрожают рост цен и обнищание широких слоев населения. Порядка 40% домохозяйств ощутили, что за последний год значительно ухудшился характер повседневного потребления (питание, приобретение предметов первой необходимости, лекарств, поездки на транспорте и т. п.) [22]. Общероссийские тенденции характерны и для Пермского края, и о восстановления потребительского оптимизма в ближайшее время, по мнению автора, говорить не приходится.

Существенное влияние на повышение цен оказывает рост курса валюты в условиях перехода к свободному курсу рубля. Наиболее значительно в декабре 2015 год по сравнению с аналогичным периодом 2014 года подорожали чеснок (-74,2%), масло подсолнечное (+45,7%), рыба мороженая разделанная (кроме лососевых пород) (+26,1%), рис шлифованный (+29,1%), яблоки (+24,3%), сахар-песок (18,5%), а подешевели куры охлажденные и мороженые (-3,0%), картофель (-16,4%) и капуста белокочанная свежая (-11,6%) [24]. Также существенно подорожали с начала года и ряд непродовольственных товаров: обувь женская на 11,0%, а мужская на 11,9%, телерадиотовары на 16,4%, ткани на 7,5%, холодильники на 17,6%, моющие и чистящие средства на 22,4%, ткани на 7,3%, медикаменты подорожали на 24,7% [1]. Безусловно, вызывает удивление рост цен на российские товары, в первую очередь продукты. Но дело

в том, что чисто российских товаров практически нет, так как в ряде случаев семенной и племенной фонды, витаминные добавки в корма, оборудование, комплектующие, сырье для производства товаров на отечественном рынке используются импортные, а, следовательно, с ростом курса доллара и евро растут цены и на значительную часть продукции, производимой в Российской Федерации [5].

Общеизвестно, что объемы продаж зависят не только от ситуации на валютном рынке, но и от ассортимента реализуемых товаров. На него определенное влияние оказали введенные санкции. Противоречия между Россией и США, а также странами Евросоюза давно перешли из политической плоскости в экономическую. Указом Президента РФ от 06.08. 2014 г. № 560 Россия ввела ответные и довольно серьезные санкции, которые 24.06.2015 года продлены еще на год. В течение действия санкций запрещается либо ограничивается осуществление внешнеэкономических операций, предусматривающих ввоз на территорию России отдельных видов сельскохозяйственной продукции, сырья и продовольствия. В развитие названного Указа Постановлением Правительства РФ от 7 августа 2014 г. № 778 (в ред. от 21.12.2015 № 1397) был утвержден Перечень сельскохозяйственной продукции, рыбы и морепродуктов, а также других видов продовольствия, страной происхождения которых являются Соединенные Штаты Америки, страны Европейского союза, Канада, Австралия и Королевство Норвегия (позже, к списку добавлены Албания, Черногория, Республика Исландия и Княжество Лихтенштейн). В частности, под полный запрет попали поставки говядины, свинины, плодоовощной продукции (в том числе овощей и фруктов), мяса птицы, рыбы, сыров, молока и молочных продуктов, колбасы и аналогичных продуктов из мяса, мясных субпродуктов или крови, а также готовые пищевые продукты, изготовленные на их основе. При этом в отношении Украины указанный запрет применяется с 1 января 2016 г. Данный документ вводит указанные ограничения до 5 августа 2016 г. (включительно).

К сожалению, импортозамещение, на которое рассчитывают власти, не может произойти быстро. В первую очередь это связано с тем, что реальное импортозамещение связано с высокотехнологическим производством конкурентоспособной по цене и качеству продукции [5,с.78].

Как показывают проведенные автором маркетинговые исследования в августе-сентябре 2015 года, на прилавках магазинов в Прикамье сократился ассортимент не только деликатесной продукции (сыров с благородной плесенью и твердых, выдержанных, морепродуктов, копченостей), но и фруктов. Причем, не смотря на сезон, цены на плодоовощную продукцию

держались необычно высокими по сравнению с аналогичным периодом прошлых лет [5, с.78]. Исследования, проведенные в марте 2016 года показали, что по-прежнему не восстановился ассортимент перечисленных выше продуктов, а также, в большинстве магазинов, том числе и сетевых, сократилось количество видов безалкогольных напитков, овощных и рыбных консервов, кондитерских изделий.

Безусловно, снижение реальных доходов населения региона приводит к изменению структуры потребления, что влияет на розничный товарооборот и его структуру.

В таблице 2 представлена динамика использования денежных доходов населения Пермского края на покупку товаров и услуг.

Таблица 2

Структура использования денежных доходов населения Пермского края [7]

Показатель	2014 г.	2015г.	В % к 2014г
Денежные доходы,	895,9	1043,2	116,4
Денежные расходы всего, млрд. рублей, в том числе:	824,7	913,9	110,8
- покупка товаров и оплата услуг, млрд. рублей	655,2	648,6	99,0
Доля в общей сумме на покупку товаров и оплата услуг, %	79,4	71,0	89,4
Доля расходов на покупку товаров и оплату услуг общей сумме доходов, %	92,1	87,6	95,1

Приведенные данные позволяют сделать вывод о снижении потребительских расходов в регионе. Анализ структуры использования денежных доходов населения края показывает, что происходит снижение доли расходов на покупку товаров и оплату услуг. Это может быть связано с ростом обязательных платежей и налогов, а также ростом денежных средств на руках у населения. Среднедушевые денежные расходы за январь-декабрь 2015 года составили 28880,6 рубля в месяц, из них 20495,9 рубля было потрачено на

покупку товаров и оплату услуг. С учётом изменения цен среднедушевые

расходы уменьшились по сравнению с соответствующим периодом предыдущего года на 3,2%, потребительские расходы – на 13,6% [7].

Структура расходов на покупку товаров и услуг отражается в структуре оборота розничной торговли.

В 2015 году изменилась покупательная способность денежных доходов населения Пермского края, на некоторые виды товаров она приведена в табл. 3.

Таблица 3

Покупательная способность среднедушевых денежных доходов населения по основным продуктам питания, кг. в месяц [7]

	2015	В % к 2014
Говядина (кроме бескостного мяса)	112,3	95,6
Рыба свежая	184,4	91,2
Масло сливочное	82,5	108,1
Масло подсолнечное	295,2	78,4
Маргарин	335,2	86,6
Молоко, литров	600,3	104,2
Яйца, десятков шт.	583,4	95,0
Сахар-песок	604,6	78,9
Хлеб и хлебобулочные изделия из пшеничной муки	671,1	102,3
Рис шлифованный	485,5	84,7
Крупа	801,5	90,8
Мука пшеничная	977,5	96,7
Картофель	1284,9	114,4
Капуста свежая	1104,0	80,7
Яблоки	373,5	86,6

Приведенные данные подтверждают снижение покупательской способности населения на большинство продовольственных товаров, исключение составляют масло сливочное, молоко, хлеб и хлебобулочные изделия, а также картофель. Наибольшее снижение произошло по маслу растительному и сахару. Существенный рост цен на масло растительное можно напрямую связать с санкциями, так как существенную часть сырья для его производства ввозилось из-за рубежа.

Если рассматривать структуру оборота розничной торговли региона в целом, то 2014 году наибольший удельный вес занимали товары непродовольственной группы (52,4%), доля пищевых продуктов, включая напитки и табачные изделия, составила 47,6% [11]. Интересно рассмотреть изменение структуры розничных продаж в течение года. За январь - июнь 2014 года розничный товарооборот от реализации продовольственных товаров составил 48,3% [7]. Снижение данного показателя по результатам года можно объяснить ажиотажным спросом на непродовольственные товары, особенно бытовую технику в конце 2014 года (в конце августа 2015 года такая тенденция проявилась вновь) [5, с.79]. В первом полугодии 2015 года наибольший удельный вес в структуре оборота розничной торговли в Пермском крае

занимали непродовольственные товары - 50,8%, доля пищевых продуктов, включая напитки и табачные изделия - 49,2%. По результатам года соотношение практически не изменилось. В структуре оборота розничной торговли устойчиво основную долю занимают непродовольственные товары - 50,7% [7].

Рост доли продовольственных товаров в структуре расходов населения на товары свидетельствует о снижении уровня жизни. Прусский статистик Эрнст Энгель еще в XIX веке выявил следующую взаимосвязь между доходами населения и структурой расходов. Он отмечает такую закономерность: с ростом доходов населения снижается удельный вес расходов на питание, доля расходов на одежду, жилище и коммунальные услуги меняется незначительно, но при этом растут затраты на удовлетворение духовных и других нематериальных нужд. Несущественно, но за анализируемый период доля расходов на продовольственные товары выросли. Что также подтверждает снижение качества жизни.

Рассмотрение розничного оборота в разрезе товарных групп показало, что в 2014 году, по сравнению с 2013 годом росли, в сопоставимых ценах, продажи большинства продуктов, за исключением свежих овощей (-7,6%), жиров (-1,0%), рыбы и морепродуктов (-7,95%), а также молочных продуктов (-4,9%) [11]. В январе- июне 2015 года в Пермском крае произошло увеличение продаж только по свежему картофелю. То есть, фактически увеличивая долю расходов на продовольственные товары, жители Пермского края приобрели по сравнению с первым полугодием 2014 года больше только картофеля, но существенно снизились продажи (следовательно, и потребление) свежих фруктов (-28,9%), рыбы и морепродуктов (-22,9%), мяса, включая птицу и консервы (-11,2%) [12]. Если рассматривать 2015 год в целом, то можно отметить следующее. В сопоставимых ценах в 2015 году снизились продажи большинства товарных групп как продовольственных, так и непродовольственных товаров, динамика представлена в таблице 4.

Таблица 4

Продажа основных товаров в розничной торговле Пермского края в январе-декабре 2015 года [18].

	Фактически продано во всех каналах реализации - всего, млн. рублей		2015 в % к 2014 (в сопоставимых ценах)
	2015	2014	
Продукты питания, включая напитки, и табачные изделия	240487,7	232183,2	87,4
Мясо (включая мясо домашней птицы и дичи, продукты и консервы из мяса)	29022,4	25853,5	97,4
Рыба и морепродукты	7128,3	6359,5	87,8

Пищевые масла и жиры	6067,9	5110,4	99,6
Молочные продукты	23266,9	21347,8	97,7
Яйцо птицы	4244,6	3776,1	92,4
Сахар	4250,9	3720,9	78,1
Крупа	1992,6	1802,6	78,6
Макаронные изделия	1533,7	1366,5	87,4
Хлеб и хлебобулочные изделия	7945,2	6290,3	111,7
Свежий картофель	894,8	854,6	103,7
Свежие овощи	6456,7	5156,6	94,7
Свежие фрукты	10518,9	8411,2	86,9
Непродовольственные товары	246939,8	255189,6	86,0
Синтетические чистящие, моющие и полирующие средства	3095,7	2679,0	103,1
Мебель бытовая	5669,5	5135,7	103,4
Посуда из стекла, керамики, фарфора и фаянса	644,2	594,9	98,4
Бытовые электротовары	4879,3	4862,3	82,6
Аудио- и видеоаппаратура	3019,9	2940,8	88,3
Верхняя одежда	24329,6	24358,0	92,8
Одежда из меха	2744,9	2863,8	91,6
Обувь кожаная	8844,2	9650,2	83,2
Фармацевтические, медицинские и ортопедические товары	11088,4	11001,0	80,8
Автомобили легковые	26916,7	48888,2	46,3
Ювелирные изделия из драгоценных металлов и камней	843,7	978,1	77,7

Анализирую данные, приведенные в таблице 4, следует отметить, что снижается потребление белковой пищи, овощей, кроме картофеля, в целом, как в фактических, так и в сопоставимых ценах снизился розничный товарооборот по непродовольственным товарам в Пермском крае, за исключением моющих средств и мебели.

По данным Пермьстата четверть населения Пермского края не может позволить себе регулярно покупать мясо и фрукты. Выборочно исследовав рацион питания жителей региона, специалисты статистического агентства пришли к выводам, что 24,6% прикамцев даже каждые два дня не могут себе позволить еду, содержащую мясо, птицу или рыбу. Порядка 25,4% населения Прикамья, согласно выводам Пермьстата, вынуждены отказываться от фруктов. 1,5% опрошенных признались, что им часто недостаточно еды, 3,1% — иногда недостаточно еды, а 35% — достаточно еды, но не всегда той, которую хотелось бы [3].

Тенденции в изменении структуры розничных продаж в регионе совпадают с общероссийскими, выявленными, как указано выше, ООО «Инфом» и «Левада-Центр».

Такая динамика подтверждает снижение качества жизни значительной части населения страны и Пермского края, в частности. Россияне вынуждены тотально экономить на дорогих товарах и услугах.

Каковы же в этих условиях показатели розничного товарооборота в Пермском крае?

Оборот розничной торговли в регионе за 2015 год составил 487,45 млрд. рублей, что в сопоставимых ценах составило 86,7% от оборота в крае в 2014 году. То есть реально он снизился по итогам года, по сравнению с соответствующим периодом прошлого года на 13,3% [14]. Следует отметить, что в 2014 году оборот розничной торговли в регионе, не смотря на уже формирующиеся неблагоприятные условия функционирования рассматриваемого сектора экономики, был, в сопоставимых ценах, выше, чем за аналогичный период 2013 года, хотя и незначительно (+0,2%) [25].

Оборот розничной торговли в 2015 году в Пермском крае на душу населения составил 184839 рубля [14], а в 2014 году – 184849 рубля, что в сопоставимых ценах на 0,2% выше, чем в 2013 году [25]. Анализируя статистические данные, характеризующие розничную торговлю в регионе, можно сказать о неравномерности розничного товарооборота на душу населения по муниципальным образованиям Пермского края. Наибольший товарооборот на душу населения приходится на столицу региона – г. Пермь (317,8 тыс. рублей), а наименьший – на Соликамский район (16,2 тыс. рублей), что, в первую очередь, определено покупательской способностью населения, а также приобретением жителями края ряда товаров в г. Пермь [25].

О направлениях развития розничной торговли можно делать выводы, исходя из анализа структуры каналов продаж.

В 2014 году оборот розничной торговли края на 93,8% формировался торгующими организациями и индивидуальными предпринимателями, осуществляющими деятельность вне рынка, что в сопоставимых ценах на 0,6 % выше, чем в 2013 году [25]. Оборот розничной торговли края в январе-декабре 2015 года на 94,1% формировался торгующими организациями и индивидуальными предпринимателями, осуществляющими деятельность вне рынка, доля продажи товаров на розничных рынках и ярмарках составила 5,9% против 6,2% в январе-декабре 2014 года [10]. Динамика розничного оборота, формирующегося вне рынков, представлена на рисунке 1.

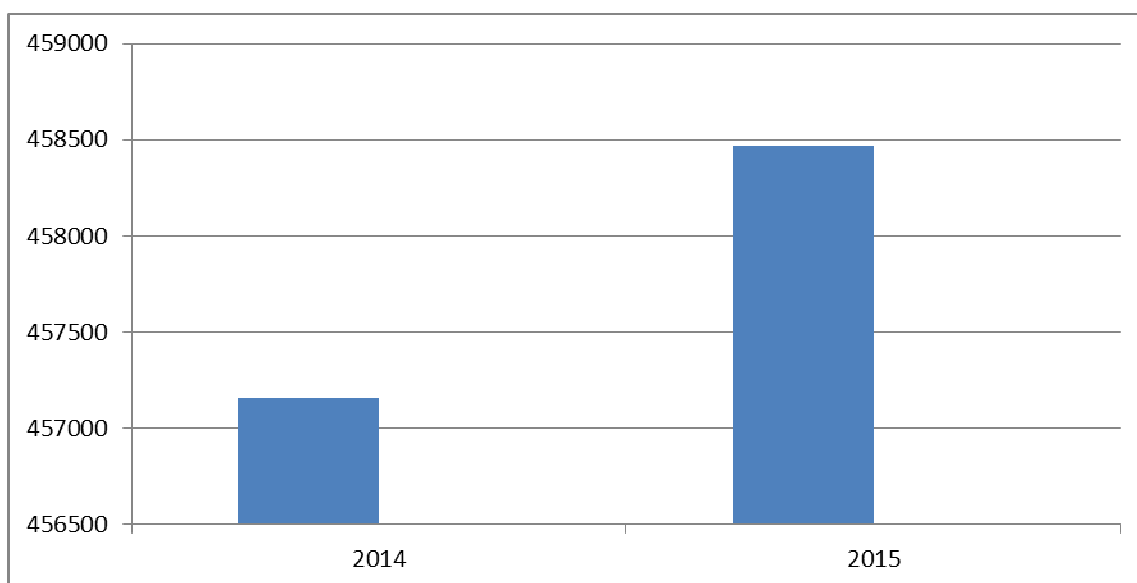


Рисунок 1. Оборот торговых организаций и ИПБЮЛ, формирующийся вне рынков

Таким образом, можно сказать, что тенденции развития розничной торговли в 2014 -2015 годах свидетельствуют о росте стационарных предприятий различного формата, которые могут предложить покупателю более высокую культуру и качество обслуживания, в том числе за счет использования современного торгового оборудования. Также обращает на себя тот факт, что большая часть организаций (53%), зарегистрированных на 1 января 2016 года в Статистическом регистре по Пермскому краю, занимается торговлей и операциями с недвижимым имуществом [15].

Интерес вызывает динамика хозяйствующих субъектов, осуществляющих в регионе розничную торговлю, которая представлена в таблице 5.

Таблица 5

Данные, характеризующие каналы розничных продаж в Пермском крае[25]

	2014	2015	Отклонение, %
Организации, осуществляющие розничную торговлю (кроме торговли автотранспортными средствами и мотоциклами) и ремонт бытовых изделий, единиц	5181	5234	101,02
Розничные рынки, единиц	13	14	107,69
Число торговых мест на рынках, мест	3072	2807	91,37
Индивидуальные предприниматели, осуществляющие деятельность в розничной торговле, человек	25970	25378	97,72

Приведенные данные свидетельствуют о снижении числа хозяйствующих субъектов, организующих розничную торговлю вне розничных рынков.

Снижение это происходит за счет уменьшения индивидуальных предпринимателей, осуществляющих деятельность в розничной торговле на 2,28%, при росте количества организаций, работающих в соответствующей сфере всего на 1,02%. Одновременно следует отметить, что, не смотря на увеличение розничных рынков, число мест на них снижается (-8,63%). Такая динамика хозяйствующих субъектов, осуществляющих в регионе розничную торговлю, вполне коррелирует с показателями розничного товарооборота по каналам продаж.

Подводя итог, можно сказать, что тенденции развития розничной торговли в Пермском крае являются негативными, что характерно и для Российской Федерации в целом (розничные продажи в 2015 году по России упали в сопоставимых ценах на 10,0% [21]). С ростом цен снижается покупательская способность населения, как следствие – меняется структура розничного товарооборота (на это также оказала влияние «санкционная война») и каналы продаж, что характеризует снижение качества жизни населения края.

По прогнозам экспертов нельзя рассчитывать, что потребительский спрос, — после падения реальных доходов населения в 2015 году будет драйвером экономического роста. Большая доля вероятности в том, что весь 2016 года нас ждет стагнация. Скорее всего, что в таких условиях населению придется смириться с падением реальных доходов, которое продлится до 2017 года [12].

Исходя из таких прогнозов, к сожалению, с нашей точки зрения, надеяться на изменение тенденций в рассматриваемом сегменте рынка, который, безусловно, является индикатором социально-экономической ситуации в стране, не приходится. Позитивной динамики можно ожидать только при устойчивом развитии агропромышленного комплекса и производства конкурентоспособных товаров на отечественном рынке (что требует инвестиций, которые при инфляции выше 5% прекращаются из-за рисков обесценивания вложенных средств [12]), устойчивом росте реальной заработной платы населения, снижении темпов роста цен, что в свою очередь связано с валотильностью на валютном рынке. Каких либо особых, отличительных условий развития экономики для Пермского края не существует, а, следовательно, растущий курс иностранных валют, снижение цен на нефть и экономические санкции сказываются негативно на условиях, в которых функционирует розничная торговля региона. Незначительный рост цен на нефть и укрепление рубля в начале марта 2016 года, если это не станет устойчивой тенденцией, не окажут существенного влияния на укрепление и повышение потребительского спроса, как следствие восстановление и рост оборота розничной торговли. Таким образом, хозяйствующим субъектам,

работающим в данном сегменте региональной экономики, необходимо искать внутренние резервы для повышения качества услуг и культуры обслуживания, что может несколько нивелировать неблагоприятную макроэкономическую ситуацию.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Индексы потребительских цен на товары и услуги// Режим доступа: <https://fedstat.ru> (28.02.2016)
2. Индексы потребительских цен на товары и услуги по Российской Федерации в 1991-2016гг//Росстат. Режим доступа: <http://www.gks.ru> (27.02.2016)
3. Каждый четвёртый житель Прикамья не может регулярно покупать мясо// Режим доступа: <https://news.mail.ru/> (29.02.2016)
4. Место региона в ПФО, № 2//Территориальным органом Федеральной службы государственной статистики по Пермскому краю. Режим доступа: <http://permstat.gks.ru> (10.02.2016)
5. Мингазинова Е.Р.Розничная торговля Пермского края: современные тенденции// Современная торговля: теория, практика, инновации: Материалы VI Всероссийской научно-практической конференции с международным участием, посвященной 20-летию работы учебного заведения по программам высшего профессионального образования (Пермь, 10-18 ноября 2015 г.). Том 2 / Пермский институт (филиал) ФГБОУ ВО «Российский экономический университет им. Г.В. Плеханова». – Пермь: Изд-во «МиГ», 2015. – 299 с.
6. Объем и структура денежных доходов населения//Территориальным органом Федеральной службы государственной статистики по Пермскому краю. Режим доступа: <http://permstat.gks.ru> (27.02.2016)
7. О денежных доходах населения в Пермском крае в январе-декабре 2015 года//Территориальным органом Федеральной службы государственной статистики по Пермскому краю. Режим доступа: <http://permstat.gks.ru> (10.02.2016)
8. Опрос: больше всего россияне экономят на продуктах питания <http://news.rambler.ru/business/31017158/> (10.08.15)
9. О состоянии розничной торговли в январе-июне 2014 года. Режим доступа: <http://permstat.gks.ru> (10.08.2015)
10. О состоянии розничной торговли в январе-декабре 2015 года// Территориальным органом Федеральной службы государственной статистики по Пермскому краю. Режим доступа: <http://permstat.gks.ru> (07.03.2016)

11. Основные социально-экономические показатели уровня жизни населения// //Территориальным органом Федеральной службы государственной статистики по Пермскому краю. Режим доступа: <http://permstat.gks.ru> (27.02.2016)
12. Полуин А. Улюкаев готовится к кошмару. Режим доступа: <http://svpressa.ru/economy/article/130409/>(27.08.2015)
13. Пермский край, I полугодие 2015 года //Территориальным органом Федеральной службы государственной статистики по Пермскому краю. Режим доступа: <http://permstat.gks.ru> (10.08.2015)
14. Пермский край, 2015 // Территориальным органом Федеральной службы государственной статистики по Пермскому краю. Режим доступа: <http://permstat.gks.ru> (02.03.2016)
15. Пермский край: предварительные итоги 2015 года Территориальным органом Федеральной службы государственной статистики по Пермскому краю. Режим доступа: <http://permstat.gks.ru> (07.03.2016)
16. Плохие долги населения России превысили триллион рублей. Режим доступа: http://finance.rambler.ru/news/2015-8-10/plokhie-dolgi-rossiian-prevysili/?utm_campaign=self_promo&utm_content=finance&utm_source=rambler&utm_medium=news (10.08.15)
17. Продажа основных товаров в розничной торговле Пермского края в 2014 году. Режим доступа: <http://permstat.gks.ru> (10.08.2015)
18. Продажа основных товаров в розничной торговле Пермского края в январе-декабре 2015 года// Территориальным органом Федеральной службы государственной статистики по Пермскому краю. Режим доступа: <http://permstat.gks.ru> (02.03.2016)
19. Просроченная задолженность по заработной плате на 1 января 2016 года
(по данным полученным от организаций, кроме субъектов малого предпринимательства) Территориальным органом Федеральной службы государственной статистики по Пермскому краю. Режим доступа: <http://permstat.gks.ru> (27.02.2016)
20. Россияне перешли в режим жесткой экономии. <http://news.rambler.ru/30001967/> (18.04.2015)
21. Розничная торговля// Росстат. Режим доступа: http://www.gks.ru/bgd/regl/b15_02/IssWWW.exe/Stg/d010/1-13-1.doc (08.03.2016)
22. Сколько лет продлится кризис. Режим доступа: <http://news.rambler.ru/> (12.02.2016)
23. Социальная сфера //Российская экономика: прогнозы и тенденции, №6 (267), 2015-С.19
24. Статистика в картинках. Выпуск №1_2016 (45) //Территориальным органом Федеральной службы государственной статистики по Пермскому краю. Режим доступа: <http://permstat.gks.ru> (14.02.2016)

25. Статистический ежегодник Пермского края, 2015 // Территориальным органом Федеральной службы государственной статистики по Пермскому краю. Режим доступа: <http://permstat.gks.ru> (14.03.2016)
26. Структура использования денежных доходов//Росстат. Режим доступа: <http://www.gks.ru> (27.02.2016)

СОВРЕМЕННОЕ СОСТОЯНИЕ ПОТРЕБИТЕЛЬСКОГО РЫНКА В Г. ПЕРМЬ

КИКА В.Г.

*Пермский институт (филиал) ФГБОУ ВО «Российский экономический
университет имени Г.В. Плеханова»
vgk2110.yandex.ru*

Одной из важнейших и наиболее развивающихся отраслей городского хозяйства является система потребительского рынка и услуг. Она призвана обеспечивать стабильно и на высоком уровне жителей, предприятия и организации города товарами и услугами. Предприятиями сферы потребительского рынка создаются новые рабочие места, вносится большой вклад в благоустройство города и его экономическое развитие.

Потребительский рынок современным социэкономическим словарем трактуется как рынок, на котором отдельные лица и домохозяйства приобретают товары и услуги для личного потребления. При этом потребительские товары и услуги определяются как товары и услуги, предназначенные для конечного потребления населением, для личного, домашнего и семейного пользования [1].

Однако, до сих пор не существует универсального определения понятия «потребительский рынок». До настоящего времени в отечественной и зарубежной литературе используются различные научные толкования для отражения различных аспектов этой экономической категории, дополняющие и конкретизирующие друг друга. У разных авторов свое понимание потребительского рынка:

- одни отождествляют его со сферой товарного обращения;
- для других он является совокупностью деловых операций и условий для производства и сбыта потребительских товаров;
- третьи под рынком понимают всю совокупность товарно-денежных отношений, выражающих экономические связи между производством и потреблением;
- четвёртым он представляется системой отношений между продавцами и покупателями, помогающей осуществлять обращение товаров.

Используя существующие трактовки, под потребительским рынком можно понимать систему товарно-денежных и организационно-экономических отношений, которые складываются между хозяйствующими субъектами, производящими и/или реализующими товары и услуги, и индивидуальными

потребителями, приобретающими эти товары для личного использования[8].

Являясь сферой конечного потребления товаров и услуг, потребительский рынок несет большую социальную нагрузку, отражает качество жизни населения. Вместе с тем, потребительский рынок вносит важный вклад и в экономику территории: он служит источником налоговых поступлений в бюджеты всех уровней, создает дополнительные рабочие места.

Таким образом, потребительский рынок – это сложная пространственно-экономическая система, состоящая из многочисленных элементов и связей между ними.

Социально-экономическое значение потребительского рынка представлено в таблице 1 [2].

Таблица 1

Значение потребительского рынка для социально-экономического развития территории

ПОТРЕБИТЕЛЬСКИЙ РЫНОК		
Социально-экономическое развитие территории	Непосредственные участники потребительского рынка	Участники, обеспечивающие работу потребительского рынка
Экономическое развитие:	Предприятия и организации:	Производители товаров и услуг:
<ul style="list-style-type: none"> • Вклад в ВВП/ВРП • Дополнительные доходы в бюджет от налоговых поступлений: <ul style="list-style-type: none"> – за счет роста предприятий потребительского рынка – роста занятости – оборота других участников 	<ul style="list-style-type: none"> • Изменение численности, состава и структуры предприятий потребительского рынка в городе • Рост степени конкуренции • Изменение форм и методов обслуживания потребителей, внедрение достижений прогресса • Повышение культуры торговли и качества обслуживания 	<ul style="list-style-type: none"> • Увеличение объема производства потребительских товаров • Создание собственных торговых марок, определяющих более высокие стандарты качества продукции
Социальное развитие:	Потребители:	Банковский и финансовый сектор:
<ul style="list-style-type: none"> • Новые рабочие места • Социальная защищенность • Привлечение дополнительных • Повышение квалификации за счет 	<ul style="list-style-type: none"> • Более высокий уровень предоставляемых услуг: широкий ассортимент, высокое качество, дополнительные услуги (покупка через Интернет, доставка, индивидуальная подборка товара) 	<ul style="list-style-type: none"> • Привлечение дополнительных кредитных средств • Большие объемы страхования • Развитие лизинга
		Поставщики оборудования и услуг:

<p>высоких стандартов обслуживания и международного корпоративного обучения</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Более низкие цены за счет увеличения общего предложения, конкуренции в отрасли, экономии на эффекте масштаба • Повышение стандарта жизни и уровня потребления населения 	<ul style="list-style-type: none"> • Рост спроса на оборудование • Рост спроса на услуги рекламных, кадровых и консалтинговых агентств, провайдеров информационного обеспечения
---	--	---

Непосредственными участниками потребительского рынка являются предприятия и организации торговли, общественного питания, бытовых услуг и конечные потребители, между которыми складываются товарно-денежные отношения.

К участникам, обеспечивающим деятельность потребительского рынка, относятся:

- органы власти, которые регулируют деятельность непосредственных участников на основе законов и административных ресурсов;
- банковский и финансовый сектор, который обеспечивает участников необходимыми финансовыми ресурсами;
- местные производители и поставщики оборудования.

Потребительский рынок в большей степени развит в крупных городах, являющихся областными или краевыми центрами. Это связано с концентрацией в них товаропотоков и высоким спросом на товары и услуги. Подтверждением служит и ситуация, сложившаяся в столице Пермского края, где сосредоточено более 50% оборота розничной торговли и общественного питания и около 40% оборота бытовых услуг.

Развитие торговли на Урале началось еще задолго до основания города Перми. Уже в XVII в. торговля Урала занимала значительное место в торговле государства. Быстрое развитие торговли в губернском городе было обусловлено его удобным географическим положением. В конце XIX века ускорился процесс концентрации торговых капиталов и создания крупных торговых фирм.

С одной стороны, торговые капиталы концентрировались в руках крупных оптовых купцов, с другой – стремительно росло количество мелких торговцев, а также магазинов, лавочек, ларьков, палаток, в которых шла постоянная торговля предметами первой необходимости. Все эти мелкие розничные предприятия развивались особенно быстро, потому что легче приспособлялись к потребностям населения.

В настоящее время в городе Перми – более 7 тыс. объектов потребительского рынка, включающих предприятия торговли, общественного питания, бытового обслуживания населения. По состоянию на 1 января 2015

года сеть пермского потребительского рынка представлена следующим количеством объектов:

- предприятия розничной торговли – 3145 объектов;
- нестационарная торговая сеть - 1252 объекта;
- предприятия общественного питания - 1218 объектов;
- предприятия бытового обслуживания - 1710 объектов;
- розничные рынки - 3 объекта [4].

Ведущим звеном потребительского рынка г. Перми является розничная торговля, которая непосредственно затрагивает интересы всего населения.

Современные розничные торговые сети представлены в виде огромных корпоративных предприятий торговли. Они используют новейшие технологии в области розничных продаж, высококвалифицированных менеджеров и прогрессивные методы управления предприятиями торговли.

Создание торгово-розничных сетей является одним из современных методов управления торговым капиталом, позволяющим получать экономию затрат в результате изменения масштаба деятельности. Известно, что капитал, привлеченный в качестве оборотных средств, должен компенсироваться продажей товара. Следовательно, усиливающаяся в торговле конкуренция приводит к необходимости скорейшего возврата денежных активов, вложенных в товарные запасы. На данном этапе развития розничной торговли наибольшая скорость возврата денежных активов обеспечивается именно розничными торговыми сетями. Поэтому сетевой рознично-торговый рынок является не только самым крупным, но и наиболее важным сектором, как для торговли, так и для экономики в целом.

По данным агентства InfoLine Retail Russia TOP-100 в 2014 г. зафиксировано резкое замедление темпов роста розничного рынка России - 3,9% против 6,3% в 2013 г. (в сопоставимых ценах, по данным Росстата). При этом сетевая розница в целом продолжает расти быстрее рынка: совокупная выручка участников RRTOP-100 по итогам 2013 г. выросла почти до 5,5 трлн. руб. или на 19,3%. Порог входа в ТОП-список составил более 10 млрд. руб., что на 21,2% больше, чем в прошлом году. ТОП-10 крупнейших компаний открыли в 2014 г. 2 746 торговых точек - на 9,8% меньше, чем в 2013 г. Однако, объем введенных торговых площадей оказался на 10% больше, чем в 2013 г. и составил 4,97 млрд. руб., что на 21,2% больше, чем в прошлом году.

Десять крупнейших розничных сетей России по версии рейтинга «InfoLine Retail Russia TOP-100» в 2014 году приведены в таблице 2 [5].

ТОП-10 крупнейших компаний России по результатам 2014 года

Место	Группа компаний	Выручка, млрд. руб.	Темп роста к 2013 г., %
1	"Магнит"	762,7	29,2
2	X5 Retail Group	631,9	8,9
3	"Ашан"	314,8	33,3
4	"Дикси"	227,1	22,8
5	"Метро Кэш энд Керри"	209,5	11,3
6	"Лента"	193,9	31,3
7	"М.Видео"	175,9	10,8
8	"О'Кей"	151,9	18,9
9	"Adeo Grupe"	118,6	18,0
10	DNS	115,1	28,0

При составлении InfoLine Retail Russia TOP-100 специалисты анализируют финансовые и операционные показатели более 1000 розничных сетей, относящихся ко всем сегментам розничной торговли, кроме продаж автомобилей и мотоциклов, а также моторного топлива. Основным параметром ранжирования компаний в «InfoLine Retail Russia TOP-100» является выраженная в рублях чистая розничная выручка от продажи товаров на территории Российской Федерации без учета НДС.

Однако, процесс функционирования ритейла в сложившихся экономических условиях оказался чрезвычайно сложен. Ослабление национальной валюты, высокий уровень нормы сбережения (14,3% в 2015 году против 9,3% в 2014 году) сдерживает потребительскую активность населения.

По оценке Минэкономразвития России оборот розничной торговли в 2015 году сократится на 8,5%. Вместе с тем, в базовом варианте прогноза предполагаемое в среднесрочной перспективе улучшение общеэкономической конъюнктуры будет способствовать росту потребительского спроса. В 2016 году динамика розничного товарооборота прогнозируется на уровне 0,4%, в 2017 году – 2,1% и в 2018 году – 2,3%. При этом, в прогнозный период динамика роста непродовольственных товаров будет опережать динамику роста продовольственных товаров. Если оборот продовольственной продукции в 2018 году по отношению к 2015 году предположительно увеличится на 2,3%, то оборот непродовольственной - на 6,8%.

В среднесрочной перспективе сохранится тенденция к консолидации отрасли и увеличению доли сетевой торговли в структуре оборота всей розничной торговли более чем на 30% от объема продаж, а в крупных городах до 50%, сократится число розничных рынков. Рост количества магазинов и павильонов, а также торговых площадей будет обеспечиваться за счет открытия магазинов современных форматов с соответствующим увеличением

обеспеченности населения качественными торговыми площадями [9].

Розничная торговая сеть находится в непосредственной близости к завершающему этапу цикла общественного воспроизводства и очень точно выражает требования покупателей, находящиеся в постоянном движении. Это дает возможность оказывать прямое влияние на деятельность производителей.

Последнее время характеризовалось открытием в городе предприятий потребительского рынка более высокого уровня комфортности, отвечающих современным требованиям архитектурных, дизайнерских решений, с применением высокотехнологичного оборудования, с широким выбором товаров и максимальными удобствами для покупателей.

Характерной особенностью современного этапа развития розничной торговли в России является укрупнение отечественных торговых сетей и расширение их территориального присутствия в регионах. Все труднее и труднее розничным торговцам становится выжить в сложившейся экономической обстановке, особенно остро эта проблема стоит перед одиночными магазинами. Но чтобы не потерпеть поражение в этой конкурентной борьбе, ритейлеру необходимо использовать все имеющиеся у него возможности и постоянно заботиться о формировании и поддержании конкурентных преимуществ.

Для достижения этой цели ритейлеру необходимо с одной стороны, знать какие есть предложения у фирм-конкурентов для удовлетворения потребностей покупателей, с другой стороны, изучить какие факторы влияют на уровень удовлетворенности потребителя качеством услуг, оказываемых розничной торговлей.

В основе успеха розничной торговли лежит полнота удовлетворения потребностей покупателя. Это значит, что предложение необходимых товаров должно быть в нужном месте, в требуемом количестве, по привлекательной цене и в удобное время. А также огромное значение имеет уровень качества обслуживания покупателей.

Поэтому еще на стадии проектирования первоочередной задачей ритейлера является выбор правильной концепции предприятия розничной торговли – это сформированный набор характеристик, наиболее полно отвечающих ожиданиям целевого сегмента покупателей и наиболее выгодно выделяющих магазин на фоне других предприятий розничного рынка. В перспективе это позволяет обеспечивать его конкурентоспособность.

На сегодняшний день значительно увеличилось количество торговых предприятий западного типа, таких как супер- и гипермаркеты, молы. Уровень конкуренции в секторе розничной торговли радикально меняется. Известные торговые сети, такие как «Седьмой континент», «Рамстор», «Перекресток»,

«Пятерочка», «М.Видео», «Старик Хоттабыч» увеличивают свои обороты. Кроме того, на российском рынке активно работают крупные международные игроки, такие как продовольственные сети Ашан (Auchan), Метро (Metro), сети магазинов для дома Оби (OBI), Икея (Ikea) и другие.

Известно, что международные операторы применяют в своей деятельности прогрессивные торговые технологии и современные стандарты работы. Этим, в свою очередь, обусловлена их большая эффективность по сравнению с местными игроками. Следует отметить, что существующие тенденции развития розничной торговли привели к обострению конкурентной борьбы и заставили ритейл изыскивать новые источники формирования устойчивых конкурентных преимуществ.

К факторам, влияющим на конкурентоспособность розничного торгового предприятия, можно отнести:

- удобство расположения;
- ассортимент;
- цены;
- качество предоставляемых услуг;
- уровень квалификации торгового персонала;
- применяемые технологии мерчандайзинга;
- снижение издержек;
- отношения с контрагентами - поставщиками и другие.

Одни факторы можно создать относительно легко, для других потребуется значительное время. Но прежде всего, для завоевания устойчивых конкурентных преимуществ, необходима лояльность покупателей. Одним из элементов ее достижения является правильное позиционирование магазина в своем рыночном сегменте. Важно, чтобы покупатель четко представлял, какие преимущества заключены в предложениях розничного торгового предприятия.

Магазин, как и товар, можно рассматривать с точки зрения совокупности некоторых характеристик, имеющих различную степень важности для покупателей. Предпринимателем, учитывая свои возможности и ограничения, принимается решение о том, на какую целевую аудиторию будет ориентирован магазин: с высоким, средним или низким уровнем доходов. Таким образом, последующие решения ритейлера при планировании характеристик будущего бизнеса нужно принимать с учетом потребностей целевой аудитории потребителей.

Большое разнообразие типов розничных торговых предприятий обусловлено несколькими факторами:

- размерами торговой площади;

- методами обслуживания населения;
- масштабами деятельности;
- товарной специализацией;
- обслуживаемым сегментом рынка товаров народного потребления.

Последний фактор во многом определяется значительной дифференциацией доходов населения и стал учитываться при типизации торгово-розничных предприятий не так давно. В настоящий момент находятся в стадии становления и развития предприятия торговли, специально ориентированные на категории покупателей по размерам доходов.

К ним можно отнести магазины - дискаунтеры, рассчитанные на массового потребителя. Для повышения интереса покупателей, важно строить имидж предприятия, делая акцент на сочетании низких цен и гарантии качества, которое отсутствует на рынке мелкооптовой торговли. Так, например, позиционируют себя магазины сети «Копейка», «Монетка», «Пятерочка». База для такого позиционирования строится в основном на соотношении цены и качества, а также предложения дополнительных услуг [6].

Следует отметить, что в связи с неустойчивой экономической ситуацией, изменениями в законодательстве, структурными изменениями спроса современный российский рынок сетевого ритейла претерпел множество изменений. Высокая конкуренция столичных игроков и активное насыщение розничного рынка обостряет борьбу за сохранение выручки и вынуждает ритейлеров идти на дополнительные затраты в виде реконцепции, сделок слияния-поглощения, экспансии в регионы и прочее. Наш, в том числе краевой центр, регион также не является исключением.

На сегодняшний день в Перми насчитывается около пятидесяти торговых центров, а их общая площадь составляет примерно 600 тыс. кв. м. Однако по уровню насыщенности качественными торговыми площадями Пермь пока не дотягивает до нормы и находится на шестом месте среди российских городов после Казани, Москвы, Екатеринбурга, Самары и Волгограда. Согласно европейским стандартам на каждого жителя мегаполиса должно приходиться по 1 кв. м общей площади торговых центров. В Перми на сегодняшний день этот показатель равен 0,6 кв. м. Таким образом, на фоне роста покупательской способности и среднедушевого дохода в Перми, а также дефицита качественных торговых площадей, можно прогнозировать широкое распространение ритейл-компаний на пермском рынке.

Как известно, сетевые ритейлы размещаются в крупных качественных объектах торговой недвижимости в качестве «якорей», либо строят собственные гипермаркеты. Как правило, приход в регион нового сетевика, совпадает с вводом в эксплуатацию новых торговых площадей или

реконструкцией старых.

Среди представителей продовольственных ритейлов наиболее распространённый формат - это супермаркеты и магазины в шаговой доступности. На Пермском рынке продуктовые игроки представлены как пермскими ритейлерами, так и региональными, федеральными и международными. Лидерами на этом рынке являются сети супермаркетов «Пятерочка», «Виват», «Семья».

Представителями международных и федеральных сетевиков являются «Metro Cash & Carry», «Седьмой континент» («НАШ гипермаркет»), сеть «Магнит» и «Лента». Рынок ритейла бытовой техники в большей степени занимают федералы – это «DNS», «Эльдорадо», «М.видео», «Техносила». Меньшая доля принадлежит «Сатурн-Р», корпорации «Центр», «Эксперт».

Торговые центры формата DIY представлены преимущественно пермскими игроками. Первым был комплекс павильонов «Чкаловский», продающих строительные материалы. Затем были открыты ТЦ «Чкаловский-Народный», ТЦ «Чкаловский-Закамск», ТЦ «Чкаловский-Торговые ряды» и ТЦ «Евразия». Первым, приближенным к формату DIY, гипермаркетом стал открытый в 2006 году гипермаркет Baumoll. В 2008 году открылся гипермаркет «Масштаб», в марте 2010 года в Перми состоялось открытие гипермаркета Castorama и в 2015 году гипермаркета «Auchan». Поисками участков для гипермаркетов занимаются немецкие Real и Media Markt. Планируют прийти на пермский рынок небезызвестные IKEA и OBI.

Популярные торговые центры класса «А» на сегодняшний день в Перми представлены в таблице 3 [7].

Таблица 3

Торговые центры класса «А»

Название	Район	Год постройки (введения в эксплуатацию)	Общая площадь, кв. м	Торговая площадь, кв. м	Формат ТЦ
ТРК «Семья»	Сверд.	2004 –I очередь;	75 000	44 000	Региональный
		2008 –II очередь			
ТРК «Столица»	Инд.	2004	32 000	28 000	Региональный
ТРК «Колизей-Atrium»	Лен.	2005	30 000	16 000	Региональный
ТРК «Колизей-Синема»	Лен.	2007	30 500	16 000	Региональный
ТРК «Спешилов»	Лен.	2015	75 000	32 000	Региональный
ТЦ «Алмаз»	Лен.	2005	41 000	23 000	Суперокружной
ТЦ «Шоколад»	Сверд.	2008	25 000	14 500	Суперокружной
ТЦ «Семь Пятниц»	Сверд.	2005	20 000	14 300	Окружной
ТРЦ «Лайнер»	Мот.	2006	11 600	9 600	Окружной
ТЦ «Айсберг»	Лен.	2004	11 000	8 000	Окружной

Остальные торговые центры относятся к классу «В» и ниже.

Анализ существующего Пермского рынка розничной торговли и общих тенденций его развития позволяет сделать вывод, что городу нужны:

– сетевые крупные форматы площадью более 100 000 – 150 000 кв. м., которые в Перми еще отсутствуют (самый популярный ТРК «Семья» - 75 000 кв. м);

– МФК (многофункциональные комплексы, в состав которых могут входить крупные развлекательные, оздоровительные центры и т.д.);

– достойные аутлет-центры, специализирующиеся на продаже одежды известных марок со значительными скидками, retail-парки, торговые центры формата DIY (do it yourself).

Приход новых ритейлеров положительно скажется на потребителях, так как повысится конкуренция и как следствие - качество продукции.

Оборот розничной торговли г. Перми в 2015 году на 93,3% формировался торговыми организациями (включая малые) и индивидуальными предпринимателями, осуществляющими деятельность вне рынка, и на 6,7% – розничными рынками и ярмарками.

Структура формирования розничного товарооборота в г. Перми в 2015 году представлена на рисунке 1. [4]

Кроме того, важнейшими составляющими потребительского рынка являются общественное питание и бытовое обслуживание.

Роль сферы общественного питания все больше возрастает в жизни современного общества и каждого человека. Это обусловлено, прежде всего, изменениями в технологии переработки продуктов питания, развитии коммуникаций, средств доставки продукции и сырья, интенсификации многих производственных процессов.

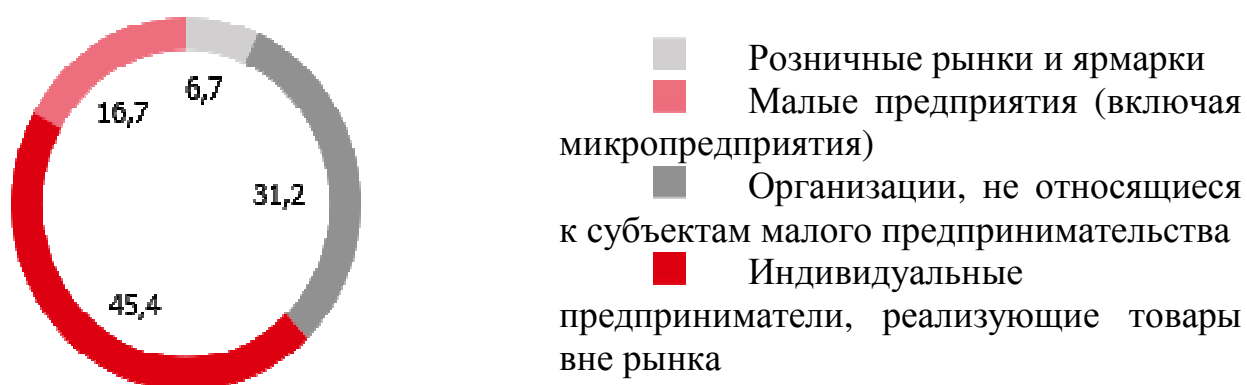


Рисунок 1. Структура формирования оборота розничной торговли в г. Пермь (в % к объёму оборота розничной торговли)

В сфере бытового обслуживания преобладают предприятия, которые

достаточно мобильны и имеют возможность быстро реагировать на изменения рынка, ориентируясь на индивидуальные запросы населения.

Однако, мировой финансовый кризис значительно повлиял на результаты деятельности организаций потребительского рынка города. Оборот розничной торговли по г. Перми за январь - декабрь 2015 года выразился в сумме 324,2 млрд. рублей, или 85,7% (в сопоставимых ценах) к аналогичному периоду 2014 года. Оборот общественного питания составил 17,3 млрд. рублей, что в сопоставимых ценах на 18,9% меньше уровня января - декабря 2014 года.

Населению города продано пищевых продуктов (включая напитки) и табачных изделий на сумму 156,3 млрд. рублей, непродовольственных товаров – на 167,8 млрд. рублей (в сопоставимых ценах соответственно 84,2% и 87,2% к уровню 2014 года).

Денежные расходы населения в январе – декабре 2015 года составили 558,2 млрд. рублей и по сравнению с январём – декабрем 2014 года увеличились на 15,6%, что вызвано ростом цен на потребительском рынке. Индекс потребительских цен в декабре 2015 года к декабрю 2014 года составил 112,6% (декабрь 2014 года к декабрю 2013 года – 110,4%).

Прирост стоимости продовольственных товаров сложился на уровне 14,3%, непродовольственных – 11,4%, услуг – 11,8%. Стоимость минимального набора продуктов питания в г. Перми по сравнению с декабрем 2014 года увеличилась на 302,3 рубля (на 9,7%) и составила 3443,10 рубля.

Большая часть денежных доходов населением была направлена на покупку товаров и оплату услуг – 75,6%. На оплату обязательных платежей и взносов пришлось 10,6% всех доходов. Сбережения составили 8,0%.

Среднемесячная начисленная заработная плата работников организаций г. Перми, не относящихся к субъектам малого предпринимательства (без организаций с численностью до 15 человек), в январе - декабре 2015 года сложилась в размере 35599,2 рубля и по сравнению с аналогичным периодом 2014 года выросла на 2,1%. Однако, размер реальной начисленной заработной платы составил 89,0%.

По итогам 2015 г. в отраслях потребительского рынка города работало более 30 тыс. чел., это порядка 5% от общей численности занятых в его экономике. При этом среднемесячная заработная плата в отрасли составляла около 18000 тыс. руб., что ниже средней по городу (с учетом субъектов малого предпринимательства) более чем 30% [3].

Итак, торговля, общественное питание и бытовое обслуживание населения являются одними из социально значимых отраслей экономики города. Удовлетворение общественных потребностей в товарах и услугах создает прочную базу для достижения экономической и политической

стабильности, обеспечивает благоприятный морально-психологический климат среди населения. Именно социальная направленность секторов потребительского рынка обуславливает необходимость постоянного управления ими со стороны государства. В сложившейся ситуации назрела необходимость в разработке основных направлений развития потребительского рынка г. Перми на долгосрочную перспективу.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Райзберг Б.А. Современный социоэкономический словарь. – М.: ИНФРА-М, 2009. – 358 с.
2. Новоселов А.С. Региональный потребительский рынок. Проблемы теории и практики / А.С. Новоселов, В.В. Кулешов. – Новосибирск: 2014. – 364 с.
3. Территориальный орган Федеральной службы государственной статистики по Пермскому краю. Официальная статистика.
http://permstat.gks.ru/wps/wcm/connect/rosstat_ts/permstat/ru/statistics/enterprises/trade/
4. Администрация г. Перми. Экономика. Торговля и услуги.
<http://www.gorodperm.ru/economic/main/trade-and-services/>
5. Infoline. Информационный бюллетень - <http://infoline.spb.ru/infoline-retailer-russia-top-100/>
6. Российская розничная торговля: Торговые сети – 2013. – <http://www.retail.ru/rbc/tradingnetworks/>
7. Кика В.Г. Состояние торговых сетей в современных экономических условиях (статья) Сборник. Современная торговля: теория, практика, инновации. Материалы VI Международной научно-практической конференции (Пермь, ноябрь 2014 г). \ Пермский институт (филиал) ФГБОУ ВПО «РЭУ им. Плеханова Г.В.» - Пермь: Изд-во «ОТ и ДО», 2014г
8. Кика В.Г. Потребительский рынок и его состояние в г. Пермь (статья) Сборник. Современная торговля: теория, практика, инновации. Материалы VII Международной научно-практической конференции (Пермь, ноябрь 2015 г). \ Пермский институт (филиал) ФГБОУ ВПО «РЭУ им. Плеханова Г.В.» - Пермь: Изд-во «ОТ и ДО», 2015г
9. "Прогноз социально-экономического развития Российской Федерации на 2016 год и на плановый период 2017 и 2018 годов"
(разработан Минэкономразвития России) <http://www.economy.gov.ru>

АНАЛИЗ ЦЕН НА ПРОДОВОЛЬСТВЕННЫЕ ТОВАРЫ В РИТЕЙЛЕ ПЕРМСКОГО КРАЯ

СОЛОВЬЕВА О.А.

*Пермский институт (филиала) ФГБОУ ВО «Российский экономический
университет им. Г.В. Плеханова»
e-mail: cjkjdmtdf2008@yandex.ru*

Рыночная трансформация российской экономики сопровождается усилением ряда негативных тенденций в производстве продовольствия, сокращением межрегионального обмена и расширением «агрессивного» продовольственного импорта. В то же время продовольственная политика представляет собой один из наиболее важных элементов государственного регулирования, поскольку непосредственно влияет на уровень и качество жизни. Кризис 2008-2009 гг., санкции 2013 — 2015 гг. отразились на всех секторах экономики и вопросы государственного регулирования в данном контексте становятся еще более насущными, нежели были раньше, поскольку влияют на темпы восстановления продовольственного рынка страны. Таким образом, существует острая необходимость в формировании региональной продовольственной политики, направленной на создание бесперебойно функционирующего продовольственного комплекса в том числе и на территории Пермского края и базирующейся на глубинном анализе ситуации на рынке продуктов питания.

Продовольственная политика представляет собой один из наиболее важных элементов государственного регулирования, поскольку непосредственно влияет на уровень и качество жизни населения. Более того, подобная политика косвенно воздействует и на другие показатели – такие как индекс потребительских цен (ИПЦ), норму сбережения и т.д. При этом продовольственная политика относится к тем сферам управления, где действия государства должны основываться на тщательно просчитанных, взвешенных решениях, призванных вести к достижению баланса интересов всех слоев общества и созданию условий для экономического прогресса. Разработка и внедрение детально проработанной системы регулирования отношений в данной сфере позволит создать базис для планомерного функционирования экономики Пермского края. Существует острая необходимость в формировании региональной политики обеспечения населения края доступными продуктами питания, выстроенной с учетом местных особенностей их производства и потребления, направленной на создание бесперебойно функционирующего продовольственного комплекса на территории края.

Развитие ситуации попробуем проанализировать через динамику средних цен на Пермском рынке товаров и услуг. В данной работе мы рассмотрим лишь изменение средних цен на наиболее часто приобретаемые продукты питания за четвертый квартал 2015 года и первый 2016 года и их динамику за данный период. А так же попробуем оценить изменение покупательской способности национальной валюты на территории Пермского края в это же время. Цены представлены, соответственно, на 31 декабря 2015 и 31 марта 2016 гг..

Составим таблицу средних цен на четвертый квартал 2015 года, используя данные основных продовольственных сетей Пермского края. Для анализа возьмем следующий продуктовый набор из 12 продуктов, которые может приобрести любой потребитель.

Таблица 1

Средние цены на продукты питания торговых сетей «Виват», «Карусель», «Лента», «Пятерочка», «Семья», «Свое» на IV квартал 2015 г. [2,3]

Продукт	Средняя цена, руб. за единицу измерения		
	Октябрь	Ноябрь	Декабрь
Сахар, 1 кг (8)	55	51	49
Молоко, 2,5 % жирности, 1 л (7)	40	42	45
Картофель, 1 кг (7)	19	19	21
Мясо, говядина, 1 кг (7)	450	430	420
Яблоки, 1 кг (6)	65	64	56
Чай, в/с, 1 кг (6)	1000	825	950
Рыба, горбуша см, п, сг, 1 кг (6)	209	250	322
Мука, белая, высший сорт, 1 кг (6)	37	38	39
Яйцо, столовое, 10 шт (8)	50	51	54
Капуста, белокочанная, 1 кг (7)	27	24	23
Масло растительное, нерафинированное, 0,8 л (8)	72	110	80
Соль поваренная, 1 кг (8)	15	15	15

(7) - цифра в скобках показывает сколько единиц цен в разных торговых точка указанных сетей было добавлено в базу по этому продукту для сравнения.

Для определения средней величины будем использовать простую среднюю арифметическую [1]:

$$x = \frac{x_1 + x_2 + \dots + x_{n-1} + x_n}{n},$$

где, x - значение показателя,

n - количество сравниваемых показателей.

На базе представленной таблицы рассчитаем динамику изменение средних цен на продукты питания на конец и начало четвертого квартала 2015, полученные данные выведем в таблице 2.

Таблица 2

Анализ динамики средних цен на продовольственные товары в Пермском крае, октябрь - декабрь 2015 г. [2,3]

Продукт	Средняя цена, руб. за единицу измерения		Темп прироста (Tnp), %
	Октябрь	Декабрь	
Сахар	55	49	-10.9
Молоко	40	45	+12.5
Картофель	19	21	+10.5
Мясо	450	420	-6.6
Яблоки	65	56	-13.8
Чай	1000	950	-5.0
Рыба	209	322	+54.1
Мука	37	39	+4.4
Яйцо	50	54	+8.0
Капуста	27	23	-14.8
Масло растительное	72	80	+11.1
Соль поваренная	15	15	+0.0
Средняя	167	173	12,37

Итак, что мы видим: в конце 2015 года прослеживается, что на 58,5 % (семь единиц) анализируемых продуктов питания наблюдается рост цен, и лишь на 41,5 % (пять товаров) сокращение.

Определим средний темп прироста по формуле [1]:

$$\overline{Tnp} = \sqrt[n]{Tnp_1 * Tnp_2 * \dots * Tnp_n},$$

где Tnp- темп прироста,

n – степень, в зависимости от количества оцениваемых показателей.

$$\overline{Tnp} = \sqrt[11]{(-10,9) * 12,5 * 10,5 * (-6,6) * (-13,8) * (-5,0) * 54,1 * 4,4 * 8,0 * (-14,8) * 11,1} = 12,37$$

Таким образом, если покупатель одновременно приобретет анализируемый продуктовый набор и в октябре и в декабре, то средний прирост его стоимости для него составит около 12,37 %.

Общий темп прироста средних цен на продовольственные товары поквартально определим по формуле [1]:

$$T_{np} = \frac{y_i - y_0}{y_0} * 100\%$$

где T_{np} - темп прироста,

y_i — показатель текущего года,

y_0 — показатель отчетного (базисного) года.

Рассчитаем темп прироста средних цен по представленной выше формуле.

$$T_{np} = \frac{173 - 167}{167} * 100\% = 3,59\%$$

Итак, если же смотреть еще и по общей средней цене, то ее прирост составит 3,59 %.

Абсолютное отклонение найдем по следующей формуле [1]:

$$\Delta = y_i - y_0,$$

где, Δ — абсолютное отклонение (прирост),

y_i — показатель текущего года,

y_0 — показатель отчетного (базисного) года.

Предположим, что одному и тому же покупателю на предложенный продуктовый набор в октябре, к примеру, понадобится 1000 рублей, а в декабре он затратит уже 1123,7 рублей, абсолютный прирост 123,7 рублей ($\Delta = 1123,7 - 1000 = 123,7$). То есть, если не изменятся предпочтения потребителя, разница в общей цене для него будет достаточно ощутима.

При этом покупательская способность 1000 рублей октября по отношению к декабрю составит 88,99 %, то есть произошло ее снижение на 11,01 %. Либо покупатель, имея в наличии ту же 1000 рублей, сможет приобрести те же продукты, на которые в начале квартала затратил бы 889,90 рублей.

Найдем абсолютный прирост стоимости продуктового набора, на основе его минимальных и максимальных возможных затрат:

$$\Delta = 1123,7 - 889,9 = 233,80$$

И так, если максимизировать убытки, то общая потеря средств за три месяца составит 233,80 рублей. Новый год встречает нас новым витком инфляции.

Далее рассмотрим, что же произошло со средними ценами на те же продукты питания в первом квартале текущего года. Полученные данные представим в таблице 3.

Таблица 3

Средние цены на продукты питания торговых сетей «Виват», «Карусель», «Лента», «Пятерочка», «Семья», «Свое» на I квартал 2016 г. [2,3]

Продукт	Средняя цена, руб. за единицу измерения		
	Январь	Февраль	Март
Сахар, 1 кг (8)	55	56	52
Молоко, 2,5 % жирности, 1 л (7)	40	40	39
Картофель, 1 кг (7)	21	18	19
Мясо, говядина, 1 кг (7)	430	450	480
Яблоки, 1 кг (6)	63	68	72
Чай, в/с, 1 кг (6)	980	1000	1050
Рыба, горбуша см, п, сг, 1 кг (6)	320	290	280
Мука, белая, высший сорт, 1 кг (6)	40	41	42
Яйцо, столовое, 10 шт (8)	68	65	58
Капуста, белокочанная, 1 кг (7)	25	32	27
Масло растительное, нерафинированное, 0,8 л (8)	84	98	96
Соль поваренная, 1 кг (8)	15	15	15

Мы так же рассчитаем динамику средних цен на аналогичные продукты на начало и конец I квартала 2015 г. Данные представим в следующей таблице 4.

Таблица 4

Анализ динамики средних цен на продовольственные товары в Пермском крае, январь - март 2016 г. [2,3]

Продукт	Средняя цена, руб. за единицу измерения		Темп прироста (Тпр), %
	Январь	Март	
Сахар	55	52	-5.5
Молоко	40	39	-2.5
Картофель	21	19	+5.0
Мясо	430	480	+11.6
Яблоки	63	72	+14.3
Чай	980	1050	+7.1
Рыба	320	280	-12.5
Мука	40	42	+5.0
Яйцо	68	58	+14.7
Капуста	25	27	+8.0
Масло растительное	84	96	+14.3
Соль поваренная	15	15	+0.0
Средняя	178	186	5,41

$$\bar{T}_{np} = \sqrt[11]{\begin{matrix} (-5,5) * (-2,5) * 5,0 * 11,6 * \\ * 14,3 * 7,1 * (-12,5) * 5,0 * \\ * 14,7 * 8,0 * 14,3 \end{matrix}} = 5,41$$

При сравнении средних цен за первый квартал 2016 года вырисовывается следующая картина: цены сократились лишь на три продукта питания из двенадцати, то есть теперь рост наблюдается уже на 75,0 % продовольственных товаров из представленного списка.

Средний прирост цены составил 5,41 %. Мы видим, что с начала текущего года стоимость продуктового набора из наиболее часто приобретаемых товаров опять выросла. Теперь для того чтобы приобрести свой стандартный набор продуктов в первом квартале 2016 года, покупателю, исходя из того что он за него в декабре заплатил 1000 рублей, необходимо затратить уже 1184,49 рубля. Соответственно он затратит уже на 184,49 рубля больше, чем в начале четвертого квартала 2015 года. Покупательская способность тысячи рублей стала 84,42% по отношению к декабрю, и снизилась на 15,58 %. Если проводить сравнительный анализ рубля, то получится, что 1000 начала квартала равна 844,20 рублям конца.

Рассчитаем новое изменение темпа прироста средней цены на анализируемый продуктовый набор:

$$T_{np} = \frac{186 - 178}{178} * 100\% = 4,49\%$$

Средняя общая цена повысилась на 4,49 %.

Далее проанализируем общую картину: проведем сравнение средних цен и покупательской способности 1000 рублей за весь период. Полученные результаты занесем в таблицы 5 и 6. Найдем первоначально средние цены за два квартала (таблица 5) и их динамику, а затем сравним их на конец и начало кварталов (таблица 6), для сопоставимости данных с ежемесячными округление будем производить до целого числа.

Таблица 5.

Анализ динамики средних цен на продовольственные товары
в Пермском крае, IV квартал 2015 — I квартал 2016 г. [2,3]

Продукт	Средняя цена, руб. за единицу измерения		Темп прироста (T_{np}), %
	IV квартал	I квартал	
Сахар	52	54	+3.8
Молоко	42	40	-4.8
Картофель	20	19	-5.0
Мясо	433	450	+3.9
Яблоки	62	68	+9.7

Чай	925	1010	+9.2
Рыба	260	297	+14.2
Мука	38	41	+7.9
Яйцо	52	64	+23.1
Капуста	25	28	+12.0
Масло растительное	87	93	+6.9
Соль поваренная	15	15	+0.0
Средняя	168	182	+7.4

$$\overline{T}_{np} = \sqrt[11]{\frac{3,8 * (-4,8) * (-5,0) * 3,9}{* 9,7 * 9,2 * 14,2 * 7,9 * 823,1 * 12,0 * 6,9}} = 7,4$$

$$T_{np} = \frac{182 - 168}{168} * 100\% = 8,3\%$$

Что мы видим из динамики средних цен проанализированного стандартного продуктового набора на Пермском рынке? На 83,3 % (10 продуктов) цены выросли. Средний темп прироста составил 7,4 %. Если снова брать абстрактную 1000 рублей оставленную в магазине покупателем в конце 2015 года, то в начале 2016 года приобретая те же продукты, он затратит уже 1074 рубля, его потери в среднем 74 рубля. Сокращение покупательской стоимости национальной валюты в 2015 к 2016 гг. будет 93,11 %, ниже среднеквартальной на 6,89 %, т. е., при общем сравнении, 1000 рублей I квартала 2016 года можно приравнять к 931,10 рублям IV квартала 2015 года. Средняя общая цена возросла на 8,3 %.

В таблице 6 проведем сравнение средних цен на продукты в начале и конце анализируемых кварталов за два года.

Таблица 6

Анализ динамики средних цен на продовольственные товары
в Пермском крае, IV квартал 2015 — I квартал 2016 г. [2,3]

Продукт	Средняя цена, руб. за единицу измерения		Темп прироста (Tnp), %	Средняя цена, руб. за единицу измерения		Темп прироста (Tnp), %
	Октябрь 2015 г.	Январь 2016 г.		Декабрь 2015 г.	Март 2016 г.	
Сахар	55	55	+0.0	49	52	+6.1
Молоко	40	40	+0.0	45	39	-13.3
Картофель	19	21	+10.5	21	19	-9.5
Мясо	450	430	-6.7	420	480	+14.8
Яблоки	65	63	-3.1	56	72	+28.6

Чай	1000	980	-2.0	950	1050	+10.5
Рыба	209	320	+53.1	322	280	-13.0
Мука	37	40	+8.1	39	42	+7.7
Яйцо	50	68	+36.1	54	58	+7.4
Капуста	27	25	-7.4	23	27	+17.4
Масло растительное	72	84	+16.7	80	96	+20.0
Соль поваренная	15	15	+0.0	15	15	+0.0
Средняя	167	178	+11.7	173	186	+6.97

$$\bar{T}_{np \text{ IV кв. 2015г.}} = \sqrt[9]{\begin{matrix} 10,5 * (-6,7) * (-3,1) * \\ (-2,0) * 53,1 * 8,1 * \\ * 36,1 * (-7,1) * 16,7 \end{matrix}} = 11,7$$

$$\bar{T}_{np \text{ I кв. 2016}} = \sqrt[11]{\begin{matrix} 6,1 * (-13,3) * (-9,5) * 14,8 * \\ * 28,6 * 10,5 * (-13,0) * 7,7 * \\ * 7,4 * 17,4 * 20 \end{matrix}} = 6,97$$

$$T_{np} = \frac{186 - 173}{173} * 100\% = 7,5\%$$

Если сравнивать средние цены на начало кварталов, то средний прирост цены составил 11,7 %, на 1000 рублей в январе 2016 г. мы можем купить объем продуктов аналогичной стоимости 895,26 рублей в октябре 2015 года. Либо на приобретение данного продуктового набора покупатель затратит уже 1117 рублей.

Вновь максимизируем убытки потребителя:

$$\Delta = 1117 - 895,26 = 221,74$$

Потери потребителя составят 221,74 рубля за три месяца, покупательская способность рубля на данные продукты составит 89,53 %, или упадет на 11,47 %, т. е. 1000 рублей января 2016 г. равны 895,30 рублям октября 2015 г..

Какие выводы можно сделать по концу квартала? И так, с декабря 2015 года по март 2016 года цены в среднем выросли на 7,5 %. Если делать заключение по общей средней, то к абстрактной тысяче рублей декабря покупателю чтобы купить тот же продуктовый набор в марте необходимо доплатить 75 рублей, либо он может приобрести 93,02 % продуктов от первоначального объема, либо 1000 марта 2016 года равны 930,20 рублям декабря 2015 года.

Рассмотрим изменение стоимости выбранного продуктового набора за весь анализируемый период. Возьмем цены на октябрь 2015 г. и март 2016 г и отследим их динамику и, соответственно, покупательскую стоимость 1000 рублей.

Таблица 7

Анализ динамики средних цен на продовольственные товары
в Пермском крае, IV квартал 2015 — I квартал 2016 г. [2,3]

Продукт	Средняя цена, руб. за единицу измерения		Темп прироста (Тпр), %
	Октябрь 2015 г.	Март 2016 г.	
Сахар	55	52	-5.5
Молоко	40	39	-2.5
Картофель	19	19	+0.0
Мясо	450	480	+6.7
Яблоки	65	72	+10.8
Чай	1000	1050	+5.0
Рыба	209	280	+34.0
Мука	37	42	+13.5
Яйцо	50	58	+16.1
Капуста	27	27	+0.0
Масло растительное	72	96	+33.3
Соль поваренная	15	15	+0.0
Средняя	167	186	+10.69

$$\overline{T}_{пр} = \sqrt[9]{\frac{(-5,5) * (-2,5) * 6,7 * (-10,8) * 5,0 * 3,4 * (-13,5) * 16,1 * 33,3}{1000}} = 10,69$$

$$T_{пр} \text{ I кв. 2015 – VI кв. 2016 гг.} = \frac{186 - 167}{167} * 100\% = 11,38\%$$

За полугодие стоимость двух товаров (16,7 %) сократилась, три (25,0 %) остались на прежнем уровне и на семь (58,3 %) цена возросла. На 1000 рублей в конце марта 2016 г. потребитель может приобрести столько же продуктов как на 903,42 рубля в октябре 2015 г., либо ему необходимо затратить 1106,9 рублей, при этом покупательская способность национальной валюты упала на 9,67 %. Общая стоимость 1000 рублей марта 2016 г. будет равна 903,3 рублям октября 2015 г..

Находим абсолютный прирост общей стоимости продуктового набора при условии, что не меняется его объем: $\Delta = 1106,9 - 903,42 = 203,48$.

При максимизации убытков, если же приобретается тот же объем продуктов, покупателю необходимо затратить уже на 203,48 рубля больше. Средняя общая цена выросла на 11,38 %.

При анализе выбранного продуктового набора можно предположить, что доля потребления ряда продуктов сократится. Товары будут заменяться другими более дешевыми продуктами из списка. Как минимум сократится потребление мясных и рыбных продуктов, чая, они будут вытеснены картофелем, потребитель, возможно, перейдет на каши из дешевых круп. Проведя мониторинг цен, можно сделать следующий вывод о дальнейшем их росте на данный продуктовый набор.

Если переводить на приобретаемые покупателем продукты питания (12 предложенных единиц), то в октябре он мог бы купить на рассчитанную для декабря сумму, как минимум на одну единицу продукции больше, то есть 13 единиц, либо объем какого-либо продукта мог бы быть гораздо больше.

На базе проанализированной ситуации с предложенным продуктовым набором, учитывая существующую макроэкономическую ситуацию, можно спрогнозировать дальнейшее повышение цен на выбранные товары, и предположить рост цен и на другие товары и услуги при снижении покупательской способности национальной валюты. Если подобная ситуация будет продолжаться, то это приведет, в дальнейшем, к снижению уровня и качества жизни населения региона. Поэтому существует острая необходимость в формировании региональной политики обеспечения населения края доступными продуктами питания, направленной на создание бесперебойно функционирующего продовольственного комплекса на территории региона.

На базе таблица 7 рассчитаем прогнозное изменение темпа роста на конец первого полугодия 2016 г.. Выдвинем предположение, что существует связь между всеми возможными средних цен (X) и их темпом прироста (Y) носит линейный характер. Уравнение регрессии (построенное по анализируемым данным) будет иметь следующий вид: $\hat{Y}_i = a + bx_i + e_i$, где e_i – наблюдаемые значения (оценки) ошибок \square_i , $i = \overline{1, n}$, a и b соответственно оценки параметров регрессионной модели, которые следует найти в ходе проведения необходимых вычислений.

Для нахождения требуемых данных построим систему нормальных уравнений.

$$\begin{cases} a \cdot n + b \sum_{i=1}^n x_i = \sum_{i=1}^n y_i \\ a \sum_{i=1}^n x_i + b \sum_{i=1}^n x_i^2 = \sum_{i=1}^n y_i \cdot x_i \end{cases} \quad [1]$$

Таблица 8

Анализ прогнозируемого темпа прироста средних цен
на июнь 2016 года

Про-дукт	Средняя цена за ед. имз., март 2016 г.	Темп прироста, %	xY	x^2	Темп прироста, прогнозируемый, % $\hat{y}_i = a + bx_i$
Сахар	52	-5.5	-286.0	2704.0	+11.7
Молоко	39	-2.5	-97.5	1521.0	+11.8
Картофель	19	+0.0	0.0	361.0	+12.1
Мясо	480	+6.7	3216.0	230400.0	+8.3
Яблоки	72	+10.8	777,6	5184.0	+11.6
Чай	1050	+5.0	5250.0	1102500.0	+3.7
Рыба	280	+34.0	9520.0	78400.0	+9.9
Мука	42	+13.5	567.0	1764.0	+11.8
Яйцо	58	+16.1	933.8	3364.0	+11.7
Капуста	27	+0.0	0	729.0	+11.9
Масло растительное	96	+33.3	3196.8	9216.0	+11.4
Соль поваренная	15	+0.0	0	225.0	+12.1
Сумма	$\sum_{i=1}^{12} x_i = 2232$	$\sum_{i=1}^{12} y_i = 128$.28	$\sum_{i=1}^{12} y_i \cdot x_i = 23$ 077.5	$\sum_{i=1}^{12} x_i^2 = 1225$ 644	$\sum_{i=1}^{12} y_i = 116.7$
Сред-нее	$\bar{x} = 186$	$\bar{y} = 10.69$	$\overline{yx} = 2564.2$	$\overline{x^2} = 102137$	$\hat{y}_i = 9.7$

Используя данные таблицы, получим систему нормальных уравнений:

$$\begin{cases} 12 \cdot a + 2232 \cdot b = 128,28 \\ 2232 \cdot a + 1225644 \cdot b = 23077,5 \end{cases}$$

Преобразуем уравнение:

$$\begin{cases} a + 186 \cdot b = 10,69 \\ 186 \cdot a + 102137 \cdot b = 2564,2 \end{cases}$$

$$\begin{cases} a=12828-186*b \\ 186*(12828-186*b)+1225644*b=230775 \end{cases}$$

В результате получаем: $a=12,138$, $b=0,008$, e_i – наблюдаемые значения (оценки) ошибок принимаем за 0, \Rightarrow уравнение регрессии будет выглядеть следующим образом: $\hat{y}_i = 12,138 - 0,008 * x_i$.

Проверим качество уравнения и степень его достоверности с помощью средней ошибки аппроксимации по формуле [1]:

$$A = \frac{1}{n} * \sum \left| \frac{y - \hat{y}}{y} \right| * 100 \%$$

$$A = 1/12 * 1,18 * 100 = 9,83 \%$$

По полученным результатам делаем вывод, что фактические значения отличаются от расчетных на 9,83 %, что говорит достаточно хорошем построении тренда и относительной достоверности полученных результатов и выводов.

По данным таблицы мы можем предположить, что средние цены на анализируемый продуктовый набор в июле 2016 года возрастут в среднем на 9,7 % по сравнению с мартом этого же года. Соответственно произойдет снижение покупательской способности национальной валюты, в этот же период, до 90,3 %.

В ходе оценки средних цен в ритейле Пермского края за полугодие выяснилось, что минимальная стоимость анализируемого продуктового набора составляла 895,26 рублей в октябре 2015 года, а в марте 2016 г. уже 1106,9 рубля, а по нашим прогнозам его стоимость возрастает еще на 9,7, то есть, предположительно, в июне потребитель должен затратить 1214,27 рубля для приобретения соответствующего объема товаров к началу исследуемого периода.

Общий прирост цены может составить 319,01 рубля, а темп роста 135,68 % от первоначальной, получается, что цены с октября 2015 г. по июнь 2016 г. могут вырасти на 35,68 % (на треть). Соответственно покупательская способность национальной валюты составит 73,73 % от четвертого квартала 2015 года, сократится на 26,27 %.

По полученным данным можно сделать неутешительный вывод: у потребителя, при прочих равных условиях, к концу первого полугодия 2016 года на треть произойдет повышение стоимости анализируемого продуктового

набора с октября 2015 года, и, больше чем на четверть, снизится его реальный доход.

Получается, если у потребителя, за весь изучаемый период, в распоряжении находится абстрактная тысяча рублей, то к концу первого полугодия 2016 года он сможет приобрести на нее лишь две трети продуктов от объема октября 2015 года, а общая стоимость 1000 рублей составит уже 737,3 рубля к IV кварталу 2015 года. Если же провести сравнение в обратном порядке, то получится, что октябре 2015 г. покупатель смог бы приобрести как минимум 16 единиц продукции ($y_0 = y_i * Kp \Rightarrow 12 * 1,3568 = 16$), что на четверть больше, чем в июне 2016 г., и 1000 рублей июня 2016 г. равна 1356,80 рублей ($1000 * 1,3568 = 1356,80$) октября 2015 г.

Коэффициент роста [1]:

$$Kp = y_i / y_0$$

где Kp - темп роста,

y_i — показатель текущего года,

y_0 — показатель отчетного (базисного) года.

Повышение стоимости продовольственных товаров при неизменном размере доходов покупателей приведет к дальнейшему снижению спроса на ряд продуктов из анализируемого продуктового набора или количество какого-либо из них будет резко сокращено в сторону более дешевого и соответственно ниже качеством и калорийностью.

Отсутствие конкуренции с иностранными производителями в связи с введением санкции, продолжающийся финансовый кризис, будут далее провоцировать рост цен на продукты питания и другие товары и услуги и снижать покупательскую способность национальной валюты.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Статистика. Учебник для вузов./Под ред. Шмойловой Е.М.. М., ИНФРА-М, 2012 г. 646 с.
2. Цены на продовольственные товары в сети магазинов Пермского края // Режим доступа http://v-kurse.ru/news/economy/v_permskom_krae_produkty_pitaniya_podorozhali_na_10_1638556/
3. Средние цены на продовольственные товары, Пермский край // Режим доступа <http://tsenomer.ru/russia/region/4/>

АНАЛИТИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ КОММЕРЦИАЛИЗАЦИИ ГОСУДАРСТВЕННЫХ ЗАКУПОК ПО ПРОГРАММЕ РАЗВИТИЯ НИУ

ШЕШУКОВА Г.Г. МОРОЗОВА А.А.

Пермский государственный национальный исследовательский университет

sheshukova@psu.ru maltsevaanastazy@mail.ru

В механизме регулирования современной сферы обращения, как экономической формы доведения результатов производства до потребителей в условиях товарного обращения, особая роль отводится системе государственной закупочной деятельности, где государство выступает в качестве крупнейшего заказчика и потребителя продукции целого ряда отраслей. Система государственных закупок РФ направлена прежде всего на целевое эффективное распределение бюджетных средств, защиту отечественных товаропроизводителей на основе здоровой конкуренции и формирование инновационной модели российской экономики.

В современной российской контрактной системе государственных закупок, которые способны быть активным инструментом стимулирования и регулирования инновационной политики государства, появляется необходимость дифференцированного подхода к анализу эффективности госзакупок с учетом специфики деятельности государственного заказчика.

Среди крупнейших заказчиков продукции в системе государственных закупок выделяются учреждения высшего профессионального образования. Возрастающая роль инновационной направленности государственных закупок в развитии высокотехнологичных и наукоемких отраслей российской экономики и оптимизация системы высшего образования выводят национальные исследовательские университеты (НИУ) в ряд полноправных субъектов инновационной экономики, крупнейших участников системы государственных закупок.

На взгляд авторов, концепция государственных закупок в НИУ предусматривает их осуществление согласно действующему Федеральному закону «О контрактной системе в сфере закупок товаров, работ, услуг для обеспечения государственных и муниципальных нужд» от 05.04.2013 г. № 44-ФЗ; закупку оборудования, связанного с научными исследованиями в соответствии с национальными программами развития страны; особый учет и анализ использования высококачественного дорогостоящего инновационного оборудования, а также необходимость коммерциализации результатов, полученных на закупленном оборудовании. Причем, коммерциализация как

важнейшая составляющая государственных закупок в НИУ связана с их инновационной активностью и эффективным использованием закупочного оборудования в рамках национальных программ страны на основе контрактной системы Российской Федерации. Объединив образовательный, научный, опытно-производственный потенциал, национальные исследовательские университеты создают систему коммерциализации результатов научных исследований.

В экономической литературе сущность коммерциализации в НИУ раскрывается, как извлечение коммерческой выгоды университетами от использования результатов интеллектуальной собственности [3,4,5]. С развитием коммерциализации государственной закупочной деятельности НИУ все более четко проявляется значимость принципиальных подходов к ее реализации:

- целевой характер использования бюджетных средств и доходов в соответствии с Программой развития НИУ;
- обеспечение конвертации научно-технических разработок, полученных за счет средств госзакупок, в инновации;
- формирование комплексного подхода к взаимодействию между участниками процесса коммерциализации: инвесторами, организаторами, исполнителями разного уровня, партнерами, потребителями;
- обеспечение транспарентности коммерциализации (отчетность, декларирование и т.п.);
- стимулирование исполнителей и организаторов программы коммерциализации госзакупок;
- ответственность за выполнение программы коммерциализации результатов госзакупок;
- создание аналитического обеспечения коммерциализации результатов государственных закупок;
- анализ эффективности государственных закупок НИУ.

На данном этапе реализации Федерального закона №44-ФЗ коммерциализация результатов государственных закупок национальных исследовательских университетов еще не стала важным показателем эффективного использования именно покупаемого оборудования, тем более дорогостоящего высокотехнологичного инновационного оборудования, закупленного в рамках финансирования Программы развития НИУ.

Отчет НИУ по договору о финансировании Программы развития национального исследовательского университета содержит 1У раздел «Эффективность закупочной деятельности» [6,7,8], который ориентирован на наличие соответствующего аналитического обеспечения государственных

закупок по национальным проектам в НИУ (в том числе коммерциализации госзакупок). Однако в практике национальных исследовательских университетов фактически не сложился комплексный подход к формированию и обработке необходимой информации для периодического контроля и анализа результатов закупочной деятельности НИУ силами подразделений вуза, связанных с государственными закупками.

На примере ФГБОУ ВПО Пермского государственного национального исследовательского университета (ПГНИУ) - крупного регионального вуза, родоначальника системы высшего образования на Урале рассматривается опыт вуза и предложены рекомендации для особого контроля и анализа за целевым и эффективным использованием государственных закупок по национальным проектам НИУ и создания соответствующего аналитического обеспечения результатов закупочной деятельности НИУ.

Сложнейшими вопросами коммерциализации результатов исследований и разработок занимаются специальные подразделения вузов, например, в Пермском государственном национальном исследовательском университете этим занимается Управление инновационной деятельности (УИД) ПГНИУ. К основным целям Управления, согласно Положению о нем [9], относятся:

1. Создание благоприятных условий, в том числе путем формирования и развития инновационной (предпринимательской) инфраструктуры ПГНИУ, для организации и ведения целевой аудиторией УИД инновационной и предпринимательской деятельности, заключающейся:

- в практическом применении (внедрении) результатов интеллектуальной деятельности, правообладателем которых является ПГНИУ;

- в практическом применении знаний, полученных обучающимися ПГНИУ в рамках их подготовки по образовательным программам университета.

2. Разработка, реализация и совершенствование политики управления инновационной и предпринимательской деятельностью целевой аудитории УИД.

3. Формирование и поддержание у ПГНИУ имиджа инновационно и предпринимательно активного вуза России путем позиционирования его не только как образовательного и научного центра, но и как центра коммерциализации знаний (инновационного и (или) предпринимательского центра).

Функции УИД разделяются по основным сферам:

- молодежное предпринимательство;
- малые инновационные предприятия (МИПы);

- интеллектуальная собственность;
- правовая поддержка инновационной и (или) предпринимательской деятельности;
- инвестиции и связи с общественностью.

В состав УИД входят следующие структурные подразделения: Бизнес-инкубатор «МОЗГОВО», который был признан лучшим студенческим бизнес-инкубатором России, Сектор интеллектуальной собственности и Сектор инвестиций и PR.

Основные задачи УИД представлены на рис.1.

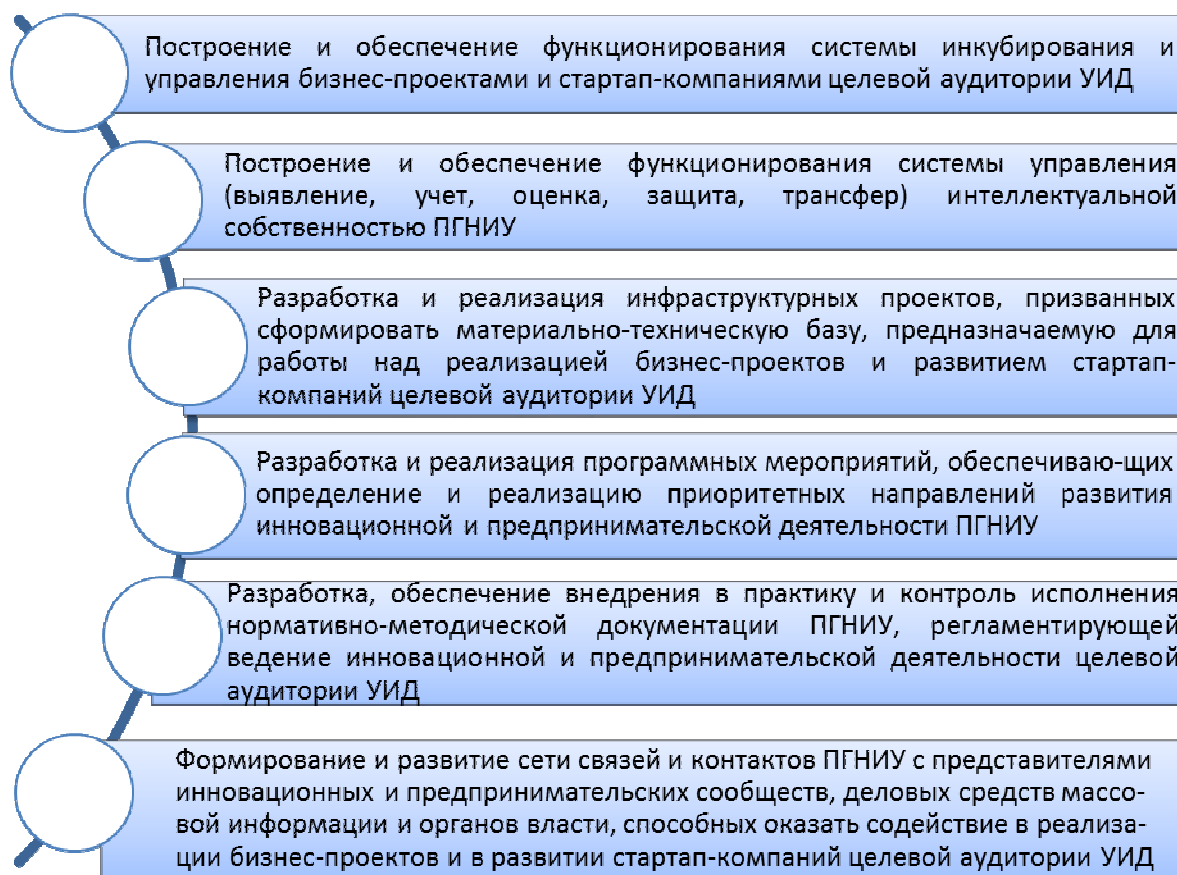


Рисунок 1. Задачи Управления инновационной деятельности ПГНИУ

Выявление эффективности использования оборудования, закупленного по национальному проекту и результатов коммерциализации, полученной как результат научных исследований на этом оборудовании, логично вписываются в направления деятельности отдела мониторинга НИУ. Очевидно, что важнейший показатель коммерциализации довольно сложно рассчитать, так как в заявках на приобретение оборудования не указывается возможность получения дохода от его использования и отсутствуют отчеты по конкретным научным разработкам, полученным на приобретенном оборудовании. Необходимо прежде всего создать базу аналитического обеспечения расчета

коммерциализации, в противном случае, остается неохваченным целый пласт данных, влияющих на эффективность расходования и результатов использования целевых бюджетных средств в рамках современной российской контрактной системы государственных закупок.

На основе изучения документов организации закупочной деятельности оборудования, закупаемого в рамках финансирования Программ развития НИУ, можно выявить несовершенства аналитического обеспечения коммерциализации государственных закупок оборудования, в том числе:

- 1) отсутствует единая методика оценки эффективности закупок оборудования, включающая анализ эффективности закупочной деятельности НИУ и результатов использования закупленного оборудования по национальным проектам;

- 2) отсутствует систематичность и график проведения анализа (анализ проводится неравномерно по факультетам и по времени закупки оборудования) по результатам закупочной деятельности;

- 3) не сложилась практика отчетов соответствующих подразделений перед руководством НИУ по результатам использования дорогостоящего высокотехнологичного закупочного оборудования по национальным проектам;

- 4) нет анализа качества закупленного оборудования;

- 5) нет аналитического обеспечения для выявления результатов коммерциализации закупочной деятельности с учетом ситуаций, в том числе по выполнению исследований и разработок в рамках возмездных договоров научно-исследовательской работы, результатов получения патентов, лицензий, создания на базе этих исследований малых инновационных предприятий.

С принятием и поэтапной реализацией механизма Федерального Закона №44-ФЗ правительство заявило о намерении контролировать рынок государственных и муниципальных закупок с привлечением государственных органов контроля и контроля общественности. Повышается ответственность за своевременность и достоверность отчетной информации поступающей от НИУ по эффективности использования закупленного оборудования.

Автором рекомендуется отделам закупок и мониторинга НИУ ежеквартально информировать проректора по стратегическому развитию, экономике и правовым вопросам НИУ о работе по проведенным закупкам и по анализу результатов использования оборудования, закупленного по программам национальных проектов. На основе этой информации проректор выявляет не только необходимость выносить отчеты отделов на обсуждение совместно с другими подразделениями, участвующими в закупочной

деятельности (например, ФЭУ), с инициаторами закупок для решения текущих задач управления закупочным процессом, но и своевременно получает данные по целевому и эффективному использованию дорогостоящего высокотехнологичного закупочного оборудования в образовательных, научных и коммерческих интересах.

Предлагается для аналитического обеспечения коммерциализации предусмотреть форму ежеквартального отчета «Анализ результатов государственных закупок по Программе развития НИУ». Данная форма имеет возможность размещаться в информационной системе университета ЕТИС и заполняться отделами закупок и мониторинга НИУ в электронной форме. ЕТИС позволяет вести учет и иметь информационную базу о роли конкретных подразделений и отдельных сотрудников в коммерциализации государственных закупок оборудования.

Рекомендуется отделу закупок заполнять форму (таблица 1) по каждому объекту оборудования, закупленного в рамках финансирования Программы развития НИУ, в 1 части формы «Анализ результатов организации закупок оборудования по нацпроекту» (графы с 1 по 11).

Сбор необходимых данных не приведет к значительному увеличению трудозатрат, поскольку отдел ведет реестр контрактов. Сотрудник отдела закупок формирует по каждому объекту оборудования по нацпроекту следующую информацию представленную в виде таблицы 1.

Таблица 1.

Часть I. «Анализ результатов организации закупок оборудования по нацпроекту»
(заполняется отделом планирования, прогнозирования и закупок)
(заполняется отделом планирования, прогнозирования и закупок)

№ п/п	Наименование оборудования	Инициатор закупки (факультет, кафедра / лаборатория)	Ответственное лицо от инициатора закупки	№ госконтракта, дата поставки	Организация закупок						
					Цена		Способ определения поставщика	Публикация извещения о закупке в соответствии с планом-графиком (если есть отклонения от плана, указать, какие именно)	Наличие трех коммерческих предложений для определения цены методом сопоставимых цен	Наличие жалоб в УФАС, проверка прокуратуры, выявленных нарушений	
					начальная (максимальная)	по контракту					
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	

Данные включают наименование объекта закупки, инициатора закупки (укрупненно – факультета и для детализации - конкретной кафедры или лаборатории), ответственное лицо, контролирующее проведение закупки, номер государственного контракта, а также ориентировочную дату поставки оборудования. Кроме того, указывается начальная (максимальная) и фактическая цены контракта, способ определения поставщика, отмечается наличие/отсутствие трех коммерческих предложений и отклонения от плана-графика в ходе проведения закупки (изменение объекта закупки, сроков размещения, способа проведения закупки). Также сотрудник отдела закупок подтверждает наличие либо отсутствие официальных жалоб со стороны участников закупки в уполномоченный орган (УФАС РФ) и проверок прокуратуры по данной закупке, при необходимости перечисляет выявленные нарушения.

Соответственно, сотрудники отдела мониторинга и аналитики имущественного комплекса продолжают заполнение формы ежеквартального отчет с 12 графы. На них ложится основная нагрузка в части формы «Анализ результатов использования оборудования по нацпроекту», а также по расчету общей оценки эффективности произведенной государственной закупки (таблица 2).

Таблица 2.

Часть II. «Анализ результатов использования оборудования по нацпроекту»
(заполняется отделом мониторинга и аналитики имущественного комплекса)

Обеспечение высокого качества закупки (анализ по акту приемки)			Анализ дисциплины исполнения контракта		
Характеристики закупленного оборудования полностью соответствуют техническому заданию и спецификации контракта	Присутствуют ли в акте приемки претензии к поставщику (перечислить)	Была ли проведена экспертиза (силами и сторонних организаций), ее результаты	Со стороны ПГНИУ (ОППЗ):		Со стороны поставщика: поставка произведена в соответствии с условиями контракта (сроки, количество, комплектность товара)
			Контракт подписан с соблюдением сроков, установленных законом	Информация о контракте размещена на сайте http://zakupki.gov.ru/ : сведения о заключенном, об исполненном контракте, отчет об исполнении	
12	13	14	15	16	17

Результаты использования данного оборудования				Коммерциализация результатов исследований и разработок, проведенных на данном оборудовании					Общая оценка эффективности закупок	Мероприятия по повышению эффективности закупок
Оборудование закуплено в соответствии с планом мероприятий факультета	Насколько полностью реализуются функции и закупленного оборудования (указать в %)	Проведение дополнительного обучения, повышения квалификации специалистов, работающих на данном оборудовании	Наличие публикаций, монографий, диссертаций и др. научных исследований	Наличие возмездных договоров научно-исследовательские работы (указать количество и суммы)	Наличие инновационных технологий и разработок (указать)	Закупка под потенциальными заказчиков	Наличие патентов или лицензий по разработанным технологиям (перечислить)	Наличие МИПов(перечислить)		
18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28

Отделом мониторинга данные заполняются в два этапа: непосредственно после исполнения контракта (графы с 12 по 17) и по прошествии шести месяцев с момента поставки соответствующего объекта оборудования (графы с 18 по 28). Рекомендуется обобщить следующую информацию.

1. *Анализ качества закупленного оборудования, проводимый в соответствии с актом приемки* - полностью ли соответствуют характеристики закупленного оборудования техническому заданию и спецификации контракта, есть ли зафиксированные в акте приемки претензии к поставщику, была ли проведена экспертиза поставленного товара и выявила ли она какие-либо нарушения.
2. *Анализ дисциплины исполнения контракта* - выполнены ли обязанности НИУ как государственного заказчика (подписан ли контракт с соблюдением установленных сроков и размещена ли своевременно информация о нем на официальном сайте государственных закупок) и поставщика (произведена ли поставка оборудования в полном соответствии с условиями контракта: по срокам, количеству, комплектности товара).
3. *Анализ результатов использования закупленного оборудования* – насколько полно реализуются все функции оборудования, было ли проведено дополнительное обучение сотрудников, выполняющих научно-исследовательские работы на закупленном оборудовании, имеются ли публикации, монографии, диссертации и другие научные исследования, написанные с использованием закупленного оборудования.

4. *Анализ работы по коммерциализации результатов исследований и разработок, проведенных на данном оборудовании* – выполняются ли на закупленном оборудовании в рамках возмездных договоров научно-исследовательские работы, получены ли в ходе использования закупленного оборудования инновационные технологии и разработки, закупки под потенциальных заказчиков, наличие патентов или лицензий по разработанным технологиям, создание малых инновационных предприятий, выход на импортозамещение.

Кроме заполнения данных полей формы отделу мониторинга рекомендуется проводить интегральную оценку эффективности конкретной государственной закупки, а также собирать, обрабатывать и готовить предложения по повышению эффективности использования закупленного оборудования. Оценивать эффективность каждой конкретной закупки по нацпроекту предлагается с помощью разработанной авторами методики на основе интегрального показателя эффективности[10].

Таким образом, данные по заполнению формы «Анализ результатов государственных закупок по Программе развития НИУ» позволяют:

1) оценить качество планирования и организации закупочного процесса в НИУ, выявить его нарушения и виновников.

2) оценить дисциплину исполнения государственного контракта как стороны отдела закупок НИУ, так и со стороны поставщика (исполнителя, подрядчика) и качество поставленного оборудования по НП.

3) определить общий объем исполнения государственных контрактов в рамках целевого финансирования Программы развития НИУ с учетом распределения закупок между факультетами вуза (а также внутри факультетов – между кафедрами и лабораториями).

4) определить экономию бюджетных средств (по отдельным государственным контрактам и в целом в НИУ).

5) оценить качество использования оборудования каждым подразделением университета, принять своевременные меры по повышению эффективности освоения предмета госзакупки в рамках нацпроекта.

6) выявить уровень участия в процессе исполнения госконтракта и стимулировать подразделения университета и конкретных участников, чья работа максимально направлена на развитие науки, внедрение в производство новейших технологий и извлечение коммерческой выгоды от использования результатов интеллектуальной собственности, реализации Программы развития НИУ.

Анализ результатов использования государственных закупок, проводимый отделами закупок и мониторинга, дает возможность

руководству университета систематически получать информацию для принятия управленческих решений по совершенствованию закупочного процесса. Формирование аналитического обеспечения коммерциализации результатов освоения государственных закупок способствует не только улучшению организации закупочного процесса, контролю за качеством закупки, дисциплиной выполнения условий контракта, а также стимулированию участников процесса закупки. Аналитическое обеспечение становится основой для разработки направлений повышения эффективности освоения бюджетных средств, а том числе связанных с приобретением дорогостоящего высокотехнологичного оборудования и для создания системы коммерциализации результатов объединения образовательного, научно-исследовательского и опытно-производственного потенциала в ходе исполнения государственных контрактов по поставке оборудования и практического использования результатов фундаментальных и прикладных исследований, выполненных на нем.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Федеральный Закон от 5 апреля 2013 г. № 44-Ф (ред.06.04.2015 г.) «О контрактной системе в сфере закупок товаров, работ, услуг для обеспечения государственных и муниципальных нужд»
2. Указ Президента России от 07. 10. 2008г. «О реализации пилотного Проекта по созданию национальных исследовательских университетов»
3. Приказ министра образования и науки РФ от 29 октября 2009 г. №246 О перечне показателей, критериях и периодичности оценки эффективности реализации программ развития университетов, в отношении которых установлена категория «национальный исследовательский университет»// Режим доступа [http : //mon.gov.ru / pro/new/](http://mon.gov.ru/pro/new/)
4. Борисенков, И.Л. Оценка деятельности вузов по коммерциализации результатов исследований и разработок./ И.Л.Борисенков, В.Л.Лясковский, А.И.Полубехин, С.В.Стукалин // Компетентность.- 2013.-№9-10.- С.110-111, С.16-22
5. Майкова С.Э., Головушкин И.А. Коммерциализация результатов научно-исследовательской деятельности как основной фактор инновационного развития национального исследовательского университета./ И.А.Головушкин, С.Э.Майкова // Известия высших

учебных заведений. Общественные науки. Экономика.- 2012.- №4(24).- С.110-117.

6. Отчет по договору №12741360018 «О финансировании Программы развития ФГАОУ ВПО Национальный исследовательский университет- Высшая школа экономики» // Режим доступа [www.hse.ru/data/2014/09/1316986070/1.Отчет о финансовой Программе развития.2013.pdf](http://www.hse.ru/data/2014/09/1316986070/1.Отчет_о_финансовой_Программе_развития.2013.pdf)
7. Отчет по договору №12741360016 «О финансировании Программы развития «Рациональное природопользование: технология прогнозирования и управления природными и социально-экономическими системами» // Режим доступа [www.psu.ru/files/docs/niu/itogovyi - otchet-pgniu-2013.pdf](http://www.psu.ru/files/docs/niu/itogovyi_-_otchet-pgniu-2013.pdf)
8. Отчет по договору №1274136009 «О финансировании Программы развития ГОУ ВПО Белгородского ГНИУ» // Режим доступа [www.bsu.edu.ru/ upload/blok/f1c/2013.pdf](http://www.bsu.edu.ru/upload/blok/f1c/2013.pdf)
9. Положение об Управлении инновационной деятельностью ПГНИУ [www.psu.ru/files/docs/podrazdeleniya/mozgovo/ Polozenie_UID_3.pdf](http://www.psu.ru/files/docs/podrazdeleniya/mozgovo/Polozenie_UID_3.pdf)
10. Шешукова Т.Г., Мальцева А.А. Методика оценки эффективности государственных закупок в национальных исследовательских университетах / А.А.Мальцева, Т.Г.Шешукова // Финансовая аналитика: проблемы и решения.-М., 2015.- №13(247).- С.2-9

СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКОЕ РАЗВИТИЕ СЕЛЬСКИХ ТЕРРИТОРИЙ - ВАЖНЫЙ АСПЕКТ ПОВЫШЕНИЯ КАЧЕСТВА ЖИЗНИ НАСЕЛЕНИЯ

ЧЕРДАНЦЕВ В. П.

*Пермский институт (филиал) ФГБОУ ВО «Российский экономический университет им Г.В.Плеханова»
e-mail: cherdantsev.vadim@yandex.ru*

Совершенствование организационно-экономического механизма управления социально-экономическими системами и повышение эффективности использования внутренних резервов обуславливает необходимость формирования условий для долгосрочного развития и определяет важность изучения компонентов развития аграрной сферы. Главным направлением развития АПК регионов России нужен комплекс мероприятий по социально-экономическому развитию села. Это позволит повысить качество жизни людей. Становлению АПК в России препятствует крайне не стабильная социально-экономическая обстановка жизни сельского населения. Из-за спада производства сельскохозяйственной продукции, изменения к худшему финансового положения сельского хозяйства за последние годы, в результате снижения темпов развития в социальной сфере и инфраструктуре села, значительно снизилась доступность образовательных, культурных, медицинских и торгово-бытовых услуг для жителей села. Более заметно проявилась разница условий жизнедеятельности между городом и селом. [1]

Наиболее важной проблемой стабильного развития экономики регионов становится понижение плодотворности мотивирующей составляющей высокоэффективного производительного труда. Прежде всего, это касается отдаленных регионов с большими сельскохозяйственными территориями, а также традиционного природопользования коренными народами севера. Большие изменения социально-экономической системы в процессе проведения реформ приведут к глобальному изменению условий развития мотивационных процессов. [6]

Проведение исследований выявило важность и необходимость наиболее эффективного развития аграрной сферы в территориях и обозначило его в качестве приоритетного направления в социально-экономическом развитии. В период импортозамещения продовольственное самообеспечение страны может осуществляться отечественным агропромышленным комплексом при условии

повышения эффективности деятельности и достижения конкурентоспособности каждого региона и страны в целом.

Под социально-экономическим потенциалом АПК Пермского края, понимается способность общества и аграрных отраслей региона с наибольшим социально-экономическим эффектом удовлетворять общественные потребности, осуществлять процесс воспроизводства, развивать конкурентоспособное производство для создания экспортного потенциала и внутреннего потребления. Данное определение совпадает с общепринятым понятием социально-экономического потенциала, оно учитывает все особенности аграрной сферы и поэтому в дальнейшем используется во всех обоснованиях.

Понятие «социально-экономический потенциал» включает в себя объединение природно-ресурсного, социального, агропромышленного, индустриального, финансового, научно-технического и территориально-топологического потенциалов аграрной сферы Пермского края (рисунок 1.):



Рисунок 1. Структура аграрной сферы региона на основе системы потенциалов социально-экономического развития Пермского края

Основное внимание в предложенной структуре классификации данных о социально-экономическом потенциале региона, необходимо уделить комплексной кадастровой оценке природно-климатического фактора и природных ресурсов (лесные, биологические, сельскохозяйственные), а исследуя социально-производственные возможности – трудовым ресурсам, населению и становлению отраслей хозяйствования [3].

Оценка самого потенциала и последствий его реализации данного потенциала являются основными этапами социально-экономического анализа процесса развития Пермского края. В качестве объектов оценки выделяются: природно-ресурсный и социально-производственный потенциал, а также те виды результатов освоения территории и природных ресурсов и в той мере, в какой они могут оказывать влияние на экономическую жизнь (таблица 1).

Таблица 1

Систематизация сведений о социально-экономическом потенциале региона

Исследовательская и изыскательская и деятельность	Объект
Природно-ресурсный потенциал	
1. Метеорологические наблюдения 2. Геодезические, топографические и землеустроительные работы 3. Гидрологические работы 4. Геофизические работы и геологоразведка 5. Лесотаксационные работы 6. Натурные обследования сельхозугодий, оленьих пастбищ, запасов рыбных, охотничьих, пищевых и лекарственных растительных ресурсов 7. Кадастровые работы	1. Климатические ресурсы (природно-климатические условия в отношении проживания и трудовой деятельности населения, работы техники и пр.) 2. Земельные ресурсы 3. Водные ресурсы 4. Минеральные ресурсы 5. Лесные ресурсы 6а. Сельскохозяйственные ресурсы (сельхозугодья и оленьи пастбища) 6б. Биологические ресурсы (рыбные, охотничьи, дикорастущие) 7. Комплекс природных ресурсов
Социально-производственный потенциал	
8. Исследование человеческого потенциала	8. Процесс развития человеческого потенциала
9. Социальные и демографические исследования	9. Население и трудовые ресурсы, социальная инфраструктура
10. Исследование производственного потенциала и транспортные изыскания	10. Производственный потенциал (промышленное производство, традиционные отрасли и др.)

В условиях интеграции мировой экономики и регионализации экономических процессов, по-прежнему не достаточно изучено влияние социально-экономическое развитие региона на совершенствование аграрной сферы. Это касается уточнения и изучения ряда вопросов: определение понятия «аграрная сфера региона»; исследование в развитии регионального хозяйства особенностей и роли аграрной сферы; развития стратегии аграрной сферы и разработка механизма ее формирования, учитывая комплексную оценку элементов, составляющих её социально-экономический потенциал.

К наиболее важным функциями АПК региона можно отнести: жизнеустройство, жизнеобеспечение, жизнедеятельность.

Совершенствование аграрной сферы в регионах, из-за больших региональных различий, происходит следующим образом: во-первых, учитывается специфика работы регионов, во-вторых, находят наиболее приемлемую форму развития территориального аграрного сектора, в-третьих, активизируется социальная, экономическая, природоохранная деятельность для реформирования рассматриваемой сферы.

Использование этого ресурса в практике регионов, позволяет решать комплекс проблем аграрной сферы Пермского края (экономических,

организационно-правовых, социально-демографических) и способствовать социально-экономическому развитию региона в целом.

В качестве оценки эффективности социально-экономического потенциала аграрной сферы используются не только отношение определенного эффекта к соответствующему ресурсу, но и общие показатели эффективности формирования реализации потенциала. Кроме того, эффект аграрного производства измеряется в зерновых (условных) единицах согласно научно обоснованным коэффициентам, переводящим различные виды аграрной продукции в условные единицы.

При использовании данных коэффициентов, возможно получение суммарного эффекта в условных единицах по каждой отрасли АПК, по аграрной сфере в целом для разных территориальных уровней агросистемы региона при разработке целевых программ и применения методики распределения субсидий на федеральном уровне. В итоге, на основе суммарных эффектов, формируется система показателей эффективности применения комплексного потенциала для всех территориальных уровней аграрной сферы.

Увеличение объемов внутреннего регионального продукта, является обеспечением положительного социально-экономического развития региона, а также создает условия для стабильного экономического роста. Проведенный системный анализ основных составляющих потенциала агропромышленного комплекса Пермского края показал следующее (Таблица 2).

Таблица 2

Основные показатели развития агропромышленного комплекса Пермского края

Показатели	Ед.измер.	2012	2013	2014
Валовая продукция сельского хозяйства:				
Хозяйства всех категорий	млн.руб.	36028,5	37651,8	41352,1
в т.ч. сельхозпредприятия	млн. руб	17736,6	18186,0	21337,7
хозяйства населения	млн. руб	17437,7	18400,9	18443,0
Все категории хозяйств:				
Зерно	тыс.тн.	321,6	274,7	364,7
Картофель	тыс.тн.	610,3	553,2	541,7
Овощи	тыс.тн.	226,6	236,4	227,3
Скот и птица в ж..в.	тыс.тн.	116,2	113,0	112,6
Молоко	тыс.тн.	484,9	460,9	472,2
Яйцо	млн.шт.	1010,	915,3	1001,3
Производство основных видов продукции предприятий перерабатывающей промышленности				
Колбасные изделия, тонн	тыс.тн	43,6	40,8	36,7
Цельномолочная продукция в пересчете на молоко	тыс.тн	228,0	242,3	216,7
Мука - всего	тыс.тн	192,2	185,7	181,4

Таблица составлена с использованием материала Пермьстата [10]

В представленном анализе видны положительные тенденции роста выпуска продукции.

Еще одной позицией перспективного развития аграрного производства является оценки экспортно-импортных операций (Таблица 3)

Таблица 3

Оценки экспортно-импортных операций

Вид продукции	Доля вывоза продуктов питания за пределы региона, (включая экспорт) (тыс.тн)			Доля завоза продовольствия в регион (включая импорт), (тыс.тн)		
	2012 г.	2013 г.	2014 г.	2012 г.	2013 г.	2014 г.
Мясо и мясопродукты	15,3	24,2	22,3	98,6	110,4	105,0
Молоко и молокопродукты	135,4	183,0	147,5	342,6	398,5	382,9
Яйца и яйцепродукты (млн.шт)	663,8	533,5	611,2	421,8	361,1	378,9
Картофель	15,8	9,3	11,4	10,6	9,1	24,8
Овощи и бахчевые	13,1	31,3	23,4	114,0	114,9	107,7

Таблица составлена с использованием материала Пермьстата [10]

Сдерживание преобразований в социальной сфере аграрного комплекса предопределяет низкий уровень зарплаты и неудовлетворительная структура расходов населения. Обеспеченность кадрами в сельскохозяйственной отрасли Пермского края остается в целом сложной, продолжается отток трудовых ресурсов из аграрной сферы, а квалифицированные кадры на селе все в большей мере становятся стратегическим фактором эффективного развития аграрной сферы (таблица4).

Таблица 4

Кадровый потенциал АПК Пермского края

Показатели	2012 г.	2013 г.	2014 г.
Среднегодовая численность работников – всего	26790	24369	22843
Среднемесячная зарплата, руб.	11761	13126	14822

Таблица составлена с использованием материала Пермьстата [10]

Демографический потенциал в повышении трудового резерва аграрной сферы Пермского края может быть задействован только в том случае, если будет проводиться эффективная государственная и региональная демографическая и миграционная политика.

При расширении мирохозяйственных связей велика вероятность закрытия доступа на российский рынок хозяйств населения.

В регионах Российской Федерации направлением развития аграрной сферы могут стать преимущественно кооперативные и интегрированные

агропромышленные предприятия, использующие энергосберегающие технологии, высокопроизводительную технику и обеспечивающие высокую производительность труда. Эти предприятия могут производить высококачественную продукцию, обеспечить конкурентоспособность и инвестиционную привлекательность российского аграрного производства, а также составить конкуренцию на мировых продовольственных рынках.

Проблемы снижения плодородия почв, сокращение населения, диспаритета цен, недостаточное поступление инвестиций, слабая поддержка аграрной сферы государством, являются основными причинами не достаточно интенсивного развития сельского хозяйства в регионе. Все эти непосредственно влияет на социальный аспект развития агросферы региона. Эффективность агропромышленного комплекса в условиях происходящих качественных изменений определяет сочетание многих факторов, включая активное развитие инфраструктуры.

Эффективный облик АПК непосредственно зависит от логичного сочетания многих факторов, включая состояние и активное воздействие инфраструктуры.

Структура аграрной экономики в большинстве регионов не всегда позволяет обеспечить устойчивые темпы роста, а реализация мер по повышению конкурентоспособности отраслей агропромышленного комплекса требуют развития инфраструктуры. Мерами, которые сейчас реализуются в рамках региональной аграрной политики, должны быть, не только повышение спроса сельскохозяйственных предприятий на новую технику и технологии, ускорение замены устаревшего оборудования, развитие программно-целевого подхода к структурным преобразованиям, но и развитие инфраструктуры на основе реализации федеральных, региональных, муниципальных и ведомственных целевых программ.

Институциональный феномен инфраструктуры, обеспечивая общие условия расширения основного производства, дифференцируется по признаку объектной определенности репродуктивного процесса на производственную, социальную, природоохранную составляющую.

Экономическая роль сферы производственного обслуживания аграрного сектора заключается в том, что она является звеном системы сельскохозяйственного производства, катализатором внедрения инновационных технологий и достижений. В сфере агропроизводства выполняется задача поддержания хозяйственных связей аграрного сектора, перерабатывающей и ресурсопроизводящей промышленности.

Инфраструктура агропромышленного комплекса как интегральный модуль, объединяет в процессе воспроизводства отрасли сферы

агропроизводства и обращения, являясь фактором активизации увеличения производства агропродукции и роста его эффективности.

Изменение темпов роста отраслей и сфер агропромышленного комплекса обуславливает необходимость в более интенсивном развитии инфраструктуры, что в свою очередь предопределяет необходимость теоретических исследований данной проблемы. Это касается, прежде всего, состава элементов инфраструктуры АПК (рисунок 2).

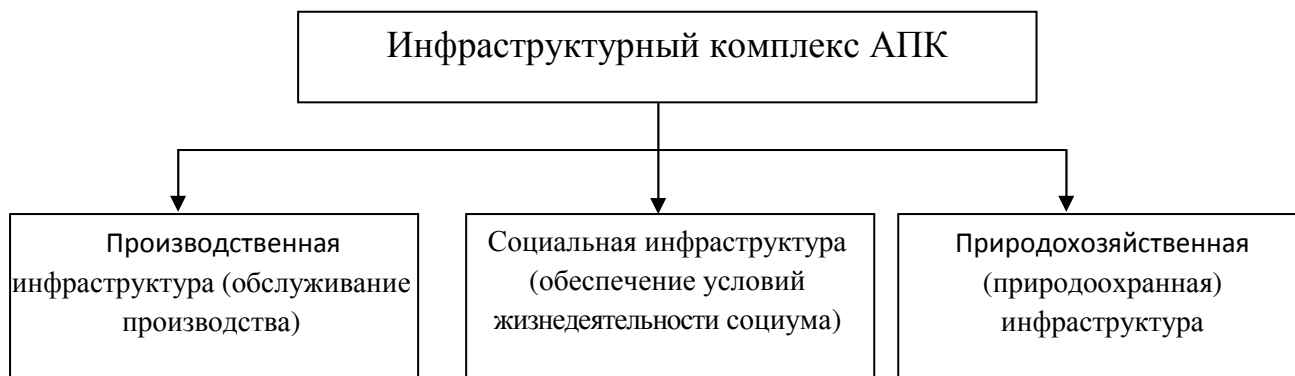


Рисунок 2. Составляющие инфраструктурного комплекса АПК

Функциональное разделение элементов производственной инфраструктуры регионального агропромышленного комплекса дает возможность разграничить службы материально-технического обеспечения и ремонтной базы, что обеспечивает целостность связей воспроизводственного процесса во времени и в пространстве (организация хранения агропродукции, обеспечение транспортом), продолжение процесса производства в сфере обращения. На основании анализа состояния отраслей экономики, обеспечивающих агропромышленное производство, проведенного на субрегиональном уровне, был выявлен дефицит служб, которые обеспечивают взаимодействие основных этапов воспроизводства в АПК. Причиной этого явилась приватизация ряда предприятий производственной инфраструктуры. Данный процесс привел к прекращению материальной поддержки (дотации и компенсации) из федерального и краевого бюджетов, что негативно отразилось на развитии производственной инфраструктуры сельских территорий.

Создание современных агропромышленных комплексов в Пермском крае должно стимулировать повышение объемов инвестиций в сельскохозяйственные производства, что даст возможность обновить основные фонды, внедрить новые технологии, пополнить предприятия материально-техническими ресурсами. Создание благоприятных экономических условий для привлечения инвестиций в АПК является одной из основных задач, которую необходимо решать при государственной поддержке всех уровней власти. Привлечение инвестиций в агропромышленный комплекс должно проводиться

всеми участниками сельскохозяйственного рынка. Для реализации этой задачи необходима продуманная государственная политика в отношении развития сельских территорий, которая бы опиралась на общую стратегию экономического развития Российской Федерации[9].

Инфраструктура агропромышленного комплекса, прежде всего, должна иметь социальную составляющую, которая представляется в качестве совокупности материальных и вещественных элементов, удовлетворяющей весь комплекс потребностей индивидов, семей и общества. Социальная инфраструктура является областью взаимодействия материально-вещественной среды и социальных субъектов, дает возможность рационально организовывать их жизнь и деятельность.

Инфраструктура социальной сферы представляется системой предприятий, учреждений и органов управления, которые обеспечивают результативность деятельности всех институтов социальной сферы. При этом разносторонние потребности индивидов, семей и общества в целом обеспечиваются многообразным и широким выбором товаров и услуг. Эта сфера делится по различным видам и направлениям деятельности социальных субъектов (трудовая, досуговая, культурная), а также по звеньям в каждом из видов (внешкольного образования, дошкольная, и т.д.), может рассматриваться на уровне общества, региона, отрасли, отдельного предприятия [7].

Социальная инфраструктура характеризуется числом организаций, учреждений, обеспечивающих процессы образования, медицинского, бытового и транспортного обслуживания, а также числом мест в них, объемом услуг. По уровню развития социальной инфраструктуры, можно судить о степени удовлетворения потребностей населения.

Приведение в жизнь деятельности социальной, производственной, природоохранной инфраструктур регионального агропромышленного комплекса основывается на координации их служебных функций с ориентацией их на воспроизводство условий жизнедеятельности общества.

Наиболее важную роль среди отмеченных инфраструктур АПК Пермского края играет природоохранная инфраструктура, которая тесно связана с формированием и претворением в жизнь программы устойчивого развития территорий и может быть представлена как отдельный вид деятельности. Учитывая ее влияние на социальный уровень жизни сельского населения, она, безусловно, может быть включена в состав комплексной социальной инфраструктуры [8].

Развитие и совершенствование инфраструктуры аграрного сектора основывается на создании регионально-интегрированных структур и создании логистической инфраструктуры, которая отвечает современным условиям

хозяйствования, способствует развитию межхозяйственной и межрегиональной кооперации. Немаловажное значение имеет стимулирование выхода региональной агропродукции на межрегиональные, международные рынки посредством организационной и таможенной поддержки в области товародвижения.

Более двадцати лет реформ принесли сельскому хозяйству Пермского края потерю всего ранее достигнутого в производственной и социальной сферах. Сельское хозяйство края находится в глубочайшем кризисе, не смотря на оживление в отрасли в целом по Российской Федерации.

Программы развития АПК, принятые Правительством Пермского края начиная с 2000 года оказались несостоятельными, а многие из них («Сельский дом», «Социальное развитие села» и другие) фактически закрыты.

Социально-экономическая политика в отношении сельских территорий основывается на анализе производственного потенциала, демографической ситуации, социальной инфраструктуры и еще многих факторов с учетом их потенциального изменения [2].

В настоящих условиях первоочередными направлениями аграрной политики России должны стать:

- обеспечение социально-экономических условий для развития и сохранения сельских территорий;
- возобновление сельскохозяйственного производства;
- обеспечение продовольственной безопасности страны [3];
- повышение благосостояния сельского населения.

Тактическая цель развития сельских поселений - достижение постоянного повышения уровня жизни населения, которое обеспечивается ростом экономики, развитием среды проживания и социальной сферы.

Одним из главных направлений социально-экономического развития сельских поселений региона должны быть:

- изменение направления сельской экономики, увеличение доходов и занятости сельского населения;
- развитие предпринимательства;
- компактное комплексное строительство сельских поселений;
- изменение к лучшему условий жизни сельского населения, модернизация социальной сферы села, в том числе учреждений образования, спорта, здравоохранения, культуры, и др.

Таким образом, система социально-экономического развития села в регионе многомерна и имеет различные уровни. Для программирования ее развития используется системный анализ связей, структуры и отношений компонентов этой структуры[4]. Формирование и реализация региональной

социально-экономической политики осуществляются благодаря комплексу мер, которые обеспечивают устойчивое развитие сельских поселений. Система перспективного развития инфраструктуры должна реагировать на социально-экономические изменения в соответствии с прогнозами потребностей в трудовых и материальных ресурсах.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Баландин Д.А. Реализация социально-экономической политики в отношении сельских территорий // Российское предпринимательство. — 2012. — № 15 (213). — с. 102-106.
2. Баландин Д.А. Социальная и демографическая ситуация в сельских территориях // Вестник Удмуртского университета. Серия Экономика и право. – 2012. – Вып. 3.
3. Логинов В.Г. Природно-ресурсный и социально-экономический потенциал МО «Красновишерский район» //Комплексное освоение ресурсов горной части севера Пермской области /Отв.ред.В.П.Пахомов. – Екатеринбург: Институт экономики УрО РАН, 2005. – 206 с. (авторских 4,7 п.л.).
4. Миков К.А. Организационно-экономические предпосылки развития АПК на муниципальном уровне // Российское предпринимательство. – 2012. – № 10. – С. 126–131.
5. Пыткина С.А., Миков К.А. Концептуальные аспекты организационно-экономического механизма программирования развития агропромышленного комплекса // Российское предпринимательство. – 2012. – № 9. – С. 118–123.
6. Татаркин А.И. Рыночные институты пространственного развития региональных и территориальных экономических систем //Экономика Крыма. – 2012. – № 1(38) – с. 36-45
7. Черданцев В.П., Шаклеина С.А. О необходимости государственной поддержки развития традиционных промыслов на северных территориях Пермского края // Материалы IX Северного социально-экологического конгресса «Российский Север: перспективы, долгосрочные прогнозы, управление рисками» 26-28 сентября 2013 года Архангельск
8. Черданцев В.П., Шаклеина С.А. Методика экспресс-анализа устойчивого развития сельских территорий // Аграрный вестник Урала. – 2016. – №3. – с. 113-118
9. Черникова С.А. Проблема инвестиционной привлекательности

предприятий агропромышленного комплекса (на примере Пермского края) // Российское предпринимательство. — 2014. — № 21 (267). — с. 126-134.

10. Официальная статистика Пермьстат: <http://permstat.gks.ru>

ЭКОНОМИЧЕСКИЙ КРИЗИС В РОССИИ: РИСКИ И ВОЗМОЖНОСТИ ЕГО ПРЕОДАЛЕНИЯ

РЫБКИНА Т.М.

*Пермский институт (филиал) ФГБОУ ВО «Российский экономический университет имени Г.В. Плеханова»
rtm20.03@mail.ru*

Политические события 2014 года обострили экономический кризис в России. Изменения на мировом рынке цен на нефть, дальнейшее обострение отношений России с Западом в связи событиями на Украине, западные санкции и российские контрсанкции ухудшили экономическую ситуацию в стране.

Кризис в финансово-валютной сфере повлиял на уровень жизни населения и его доходы, а, следовательно, на совокупный спрос, поэтому быстрее всего он поразил сферу обращения, прежде всего, розничную торговлю, общественное питание, а также рынок платных рыночных услуг (туризм, индустрию красоты и здоровья, массовые и зрелищные мероприятия т.д.).

Пострадал и банковский сектор, который через кредитование обслуживает эти сферы.

Еще одним сектором экономики, который понес существенные потери, стала энергетика. Снижение цен на нефть отразилось на показателях крупнейших нефтяных компаний, которые являются ключевыми налогоплательщиками. Значительно меньше, по мнению ряда экономистов, оказалась поражена сфера производства товаров и сфера государственных бюджетных расходов.

Затем постепенно кризис распространился с валютно-финансовой сферы на всю экономику и приобрел системный характер.

Ключевой причиной спада экономики стали структурные дисбалансы в развитии различных отраслей. Данные перекосы не проявлялись столь очевидно в период высоких цен на нефть и свободного доступа к рынку международного капитала. Экономический кризис, вопреки утверждениям российских руководителей, основанных на данных Росстата, по оценкам динамики ВВП идет уже 4 года [1].

Необходимо выяснить глубину кризиса, его причины и возможности выхода из него. Рассмотрим особенности протекания кризиса в наиболее

важных отраслях российской экономики, в том числе - в торговле и сфере услуг[6].

Кризис оказывает значительное влияние и на деловой климат отрасли, на формирование предложения и спроса на оптовом и розничном рынке. Спад производства сокращает предложение. Неоднозначно на предложение товаров потребительского сектора влияет импортозамещение.

Переживает кризис промышленное производство: по официальным данным Росстата спад промышленного производства в 2015 году по сравнению с 2014 годом составил 3,4%, в декабре 2015 г. по сравнению с декабрем 2014 года – 4,5%, в целом по отрасли за год составил 3,4% [7].

Промышленное производство, в целом, достигло пика своих возможностей к 2008 году. Эти возможности определялись уровнем максимальной загрузки мощностей, доставшихся от советской промышленной системы. Дальнейший рост производства был возможен только за счет создания новых производств и подготовки квалифицированной рабочей силы. Но этого за последние годы сделано не было. Текущий спад инвестиционной активности еще больше обостряет проблему промышленного потенциала и закономерно предопределяет дальнейшее сокращение производства промышленной продукции[9].

В настоящее время кризисные явления затронули и сельское хозяйство. В 2015 году посевные площади соответствуют уровню прошлого года. Но в 2015 году сев проходил исключительно трудно. И дело не только в трудных климатических условиях, но и не хватало сельскохозяйственной техники, финансовых ресурсов хозяйств, кредитов и субсидий государства. Пришлось для обеспечения сева ограничить закупки новой сельскохозяйственной техники и автомобилей, минеральных удобрений и гербицидов.

По данным Росстата посевные площади в 2015 году составили – 79,3 миллиона гектаров, а в 1990 году - 117,7 миллиона гектаров [7]. Таким образом, сокращение посевных площадей составило менее 40 миллионов гектаров, и возможности возвращения земель в хозяйственный оборот в настоящее время отсутствуют из-за нехватки сельскохозяйственной техники, горюче-смазочных материалов, семян. Тем не менее, влияние кризиса скажется на отрасли в самое ближайшее время. Это влияние проявляется в недоступности кредитов для выполнения сезонных работ, росте стоимости импортной техники и эксплуатационных расходов, гербицидов, минеральных удобрений [1]. Поэтому, с учетом этих обстоятельств, в 2015 году к соответствующему периоду 2014-го спад аграрного производства составил 4,4% [9]. Спад в аграрном производстве значительно повлияет на сокращение предложения сельскохозяйственной продукции.

В настоящее время одной из самых пострадавших отраслей от кризиса является торговля и рынок платных услуг. Оборот розничной торговли в 2015 году составил 27575,7 млрд. рублей, что в сопоставимых ценах составляет 90,0% к 2014 году.

Михаил Делягин отметил: « Годовое 10-процентное падение розничного товарооборота – это очень серьезно, так как торговля составляет основу потребления (по объему в 3,5 раза больше платных услуг, которые еще оцениваются значительно менее точно). Если учесть, что, по данным социологических исследований население ощущает годовую инфляцию на уровне 26% (что соответствует гипотезе о двукратном занижении официальной инфляции) реальное сокращение розничного товарооборота в 2015 году составило 19,4%»[1].

Во внешней торговле кризисные явления наблюдаются еще в большей степени. В 2015г. внешнеторговый оборот России составил, по данным Банка России, 534,4 млрд.долларов США (66,3% к 2014г.), в том числе экспорт - 340,3 млрд.долларов (68,4%), импорт - 194,1 млрд.долларов (63,0%). Сальдо торгового баланса оставалось положительным, 146,3 млрд.долларов США (в 2014г. - положительное, 189,7 млрд.долларов) [6].

При этом если по экспорту сокращение произошло преимущественно за счет снижения мировых цен, особенно, на топливо, то по импорту произошло зачастую просто катастрофическое снижение импорта в натуральном выражении из-за его дороговизны после девальвации рубля. Например, импорт машин и оборудования, который обеспечивает 60 – 70 процентов внутреннего спроса и более, сократился более чем на 50 процентов. Это тяжелейшим образом скажется на инвестициях уже в этом году. Примерное такое же сокращение произошло по многим потребительским товарам, что отразилось на объеме розничной торговле[9].

В 2015 году населению было оказано платных услуг на 7859,2 млрд. рублей. Удельный вес расходов на оплату услуг в потребительских расходах населения в 2015 году составил 20,7% против 20,2% в 2014 году[7].

Рынок платных услуг по разным оценкам сократился примерно на 20 – 35 процентов, вопреки незначительному сокращению, которое показывает официальная статистика – Росстат, т.к. они ориентируются на крупные предприятия, которые в сфере услуг имеются в небольшом количестве [4].

Начиная, с 2013 года наблюдается кризисное состояние бюджетной государственной системы. По данным Министерства финансов РФ, в 2014 году федеральный бюджет исполнен с дефицитом в 334,7 миллиарда рублей, а консолидированные бюджеты субъектов РФ (в которые входят

государственные бюджеты регионов и входящих в их состав муниципальных образований) имели дефицит 447,6 миллиарда рублей[5].

В 2015-м году ситуация в бюджетном секторе еще более ухудшилась. Совокупный дефицит бюджетной системы достиг 1955,2 миллиарда рублей [5], то есть, вся российская бюджетная система является дефицитной, крайне разбалансированной по своим доходам и расходам.

Помимо сокращения бюджетных запасов, происходит стремительное сокращение золотовалютных резервов Центрального банка. По официальной информации ЦБ РФ золотовалютные резервы России на 1 января 2014 года был равен \$509 млрд, а по состоянию на 1 января 2015 года стал равен \$385 млрд. На 1 января 2016 золотовалютные резервы России увеличились на \$15,3 млрд. и составили \$368 млрд. С 2014-го по 2016 год их величина снизилась с \$509 до 368 миллиардов долларов[5].

Однако наличие резервного фонда и фонда национального благосостояния позволяет пока преодолевать многие финансовые трудности. Но эти возможности не бесконечны. В 2016 году размер средств резервного фонда и фонда национального благосостояния достиг 151,9 миллиарда долларов. Годом ранее эта величина составляла 175,3 миллиарда долларов. Стоит отметить, что на борьбу с прошлым кризисом из фондов было использовано из резервных фондов в 2008 – 2009 годах 103 миллиарда долларов[4]. А прошлый кризис был в долгосрочном порядке более мягким и не носил столь системного характера, как современный.

Как сообщает Интерфакс со ссылкой на данные Министерства финансов РФ, Резервный фонд в 2015 - 2016 гг. сократится более чем в десять раз. И начнет вновь пополняться лишь в 2017 г., да и то незначительно[10].

Кризис охватил и банковскую отрасль. Объем выданных кредитов населению за 2015 год сократился на 43 процента по сравнению с соответствующим периодом 2014 года[3]. Такое же сокращение произошло в кредитовании предпринимательского сектора экономики. Это негативно сказалось на финансовом положении предприятий, и особенно на инвестициях. Из-за нехватки импортного инвестиционного оборудования можно ожидать более глубокого сокращения объема капиталовложений.

Если оценивать валютную политику ЦБ, с точки зрения поддержания курса рубля, то большая часть израсходованных средств была использована для поддержки российского рубля. Эти средства, потраченные в чрезмерном количестве, в конечном итоге лишили Центральный банк почти трети своих резервов, а курс рубля все равно снизился практически в более чем в 1,5 раза.

Повышение курса доллара имело катастрофические последствия для потребительского рынка и уровня жизни населения. Существует прямая связь между состоянием экономики и уровнем жизни населения.

Вопрос изменения потребительского поведения и спроса в условиях экономического кризиса — самый актуальный и самый сложный для ответа. Финансовые затруднения уже ощущает большинство россиян, а это напрямую влияет на формирование рынка товаров и услуг. Рост цен на продукты привел к снижению потребительского спроса на отдельные продукты питания, а также на отдых и развлечения.

Наиболее важными социальными последствиями кризиса стали сокращение реальных доходов населения, примерно на 10 – 12 процентов и рост розничных цен не менее чем на 20 процентов в годовом исчислении (любой потребитель легко обнаружит заниженность индекса потребительских цен Росстата) [1]. Росстат опубликовал официальные данные об уровне инфляции в России по итогам 2015 года. Предварительно инфляция в России в 2015 году оценена на уровне 12,9%. Для сравнения: По данным того же Росстата, инфляция за 2014 год составила 11,4%, за 2013, до начала всей этой темы с курсом доллара и санкциями, - 6,5%.

Кроме того, нельзя недооценивать негативное влияние санкций на потребительский рынок и рынок услуг. При обсуждении последствий санкций, для российской экономики, многие аналитики исходили из того, что по официальным данным, российский потребительский рынок формируется на 57 процентов за счет собственного производства и, соответственно, на 43 процента за счет импорта[5]. Между тем, повышение стоимости иностранной валюты повлекло за собой рост цен практически на все товары, независимо от места их производства. Это явление имеет довольно простое объяснение. Дело в том, что значительная часть продукции, формально произведенная в России, изготовлена из импортного сырья, материалов и комплектующих. Поэтому, по расчетам аналитиков, доля импорта на потребительском рынке составляет 68,3 процента от общей товарной массы[5].

По утверждениям российских экономистов, основанных на данных Росстата, отмечается, что 2015 год с большой вероятностью является, пожалуй, самым трудным для российской экономики в текущем десятилетии. В нашей стране происходят настолько серьезные и далекоидущие события, что просто необходимо вновь обратиться к теме ближайшего будущего экономики России. В настоящее время споры разгораются вокруг прогнозов, когда начнется экономический рост.

Что ждёт Россию в 2016-2017 гг. пока сказать невозможно.

Прогнозы экономистов должны быть основаны на точных экономических расчётах. В ближайшее время многие аналитики, опираясь на анализ совокупности факторов, действующих в условиях кризиса, прогнозируют рост курсов доллара и евро, а также рост инфляции. В условиях увеличивающейся инфляции будет расти число бедных россиян. В дальнейшем, закономерно, по мнению финансовых аналитиков, произойдет снижение денежных средств у предприятий и населения, снижение объёмов реального производства, сокращение штатов на предприятиях, уменьшение суммы реальной заработной платы и пенсии и следует ожидать лишь увеличения масштабов и форм проявления их негативных последствий [1].

«Несмотря на всю пессимистичность, прогнозы Bloomberg похожи на правду как минимум в той части, что ожидать роста российской экономики ранее второй половины 2016 года не стоит, – говорит руководитель аналитического департамента QV Finance Дмитрий Кипа. – Реальный, то есть не привязанный к нефтяным котировкам, рост экономики не начнется до тех пор, пока не восстановятся промышленное производство и сельское хозяйство. Этого пока мы не видим». Цены на нефть, от которых зависит федеральный бюджет, тоже пока на крайне низком уровне[10].

Учитывая инерционный характер глобальных экономических процессов, после сегодняшнего спада, экономике России предстоит постепенное и достаточно трудное восстановление утраченных позиций. Но ситуация кризиса не может продолжаться вечно. Тем не менее, ожидается, что период 2016-2017 гг. будет самым сложным. Необходим курс на стабилизацию экономики. После этого наступит время экономического развития.

Куда сегодня «идет» экономика страны? Понятно, что если экономический кризис, то явно движемся мы не вперед, а назад. Если назад, то, как далеко мы можем зайти в таком движении? Хочется большего понимания того, где мы находимся на самом деле, когда нам вновь и вновь говорят о прохождении очередного «дна» кризиса.

В 2015 году по данным официальной статистики уровень жизни людей уже снизился серьезнейшим образом.

Что ждет российскую экономику в следующем году: рост или повторение вялотекущего падения, как в ушедшем? К чему готовиться российскому бизнесу и россиянам? Многое зависит от того, станет ли 2016-й год переломным годом, в котором начнется оживление экономики или сбудутся самые пессимистические прогнозы.

Для оценки текущей ситуации и перспектив развития экономики рассмотрим экономическое положение в России впервые месяцы 2016 года.

Таблица 1

Социально-экономические итоги развития России [7].

	Январь 2016г.	В % к		Справочно январь 2015г в % к	
		январю 2015г.	декабрю 2015г.	январю 2014г.	декабрю 2014г.
Валовой внутренний продукт, млрд.рублей	80412,5	96,3		100,7	
Индекс выпуска товаров и услуг по базовым видам экономической деятельности	-	96,5	72,2	98,9	71,4
Индекс промышленного производства	-	97,3	80,3	100,9	78,8
Продукция сельского хозяйства, млрд.рублей	159,0	102,5	58,5	102,8	59,1
Грузооборот транспорта, млрд.т-км	428,3	100,9	93,3	96,1	95,8
В том числе железнодорожного транспорта	182,9	97,0	90,3	98,5	94,7
Объем услуг связи, млрд.рублей	148,4	102,5	100,7	102,3	99,0
Оборот розничной торговли, млрд.рублей	2125,1	92,7	73,6	96,4	67,3
Объем платных услуг населению, млрд.рублей	641,1	97,3	87,9	100,6 ¹⁾	88,1
Внешнеторговый оборот, млрд.долларов США	45,9	72,9	109,3	76,7	105,0
В том числе: экспорт товаров	28,4	74,0	111,3	77,5	104,4
Импорт товаров	17,4	71,2	106,2	75,4	106,0
Инвестиции в основной капитал, млрд.рублей	14555,9	91,6		98,5	
Индекс потребительских цен	-	109,8	101,0	115,0	103,9
Индекс цен производителей промышленных товаров	-	107,5	98,8	107,0	101,3
Реальные располагаемые денежные доходы	-	93,7	47,8	98,6	50,8
Среднемесячная начисленная зарплата работников организаций номинальная, рублей	32122	103,1	74,0	105,3	74,0
Реальная		93,9	73,3	91,6	71,3
Общая численность безработных, млн.человек	4,4	106,2	100,1	97,9	103,0
Численность официально зарегистрированных безработных, млн.человек	1,0	110,1	101,6	97,3	102,6

Анализ основных экономических и социальных показателей показал, что в январе 2016 года ВВП России сократился на 3,7 процента по сравнению с аналогичным месяцем прошлого года [7].

Потребительские расходы и инвестиции приносят основной вклад в ВВП страны. Если они падают, то экономика не может расти, и наоборот. «Потребление домохозяйств – это 50% ВВП, а инвестиции – это 20% ВВП.

Каждый процент прироста потребления домохозяйствами приносит 0,5% ВВП, а каждый процент прироста инвестиций дает 0,2% ВВП», – отмечают эксперты[11].

Наиболее резкий спад ожидается в инвестициях в основной капитал, которые в реальном выражении составили 98,5% в январе 2015 к январю 2014г. и снизились еще на 6,9% к январю 2016 г.[7].

Реальные располагаемые денежные доходы (доходы за вычетом обязательных платежей, скорректированные на индекс потребительских цен), по предварительным данным, в январе 2016г. по сравнению с январем 2015г. снизились на 6,3% [7].

Одним из факторов снижения реальных доходов населения в соответствии с прогнозами будет сохранение в течение двух лет двузначного темпа инфляции. Сейчас хуже всего предприятиям розничной торговли. Слабый спрос усугубляется еще и дешевым рублем, ведь многие товары (продукты, одежда, автомобили, бытовая техника) – импортные.

В январе 2016г. по сравнению с январем 2015г индекс потребительских цен составил 109,8%, в том числе в январе 2016г. цены на продовольственные товары выросли на 1,2% (в январе 2015г. - на 5,7%). Цены на непродовольственные товары в январе 2016г. увеличились на 0,7% (в январе 2015г. - на 3,2%) [7].

Снижение доходов ведет к сокращению спроса на товары и услуги со стороны населения. Оборот розничной торговли в январе 2016г. составил 2125,1 млрд. рублей, что в сопоставимых ценах составляет 92,7% к январю 2015 года. В январе 2016г. оборот розничной торговли на 92,7% формировался торговыми организациями и индивидуальными предпринимателями, осуществляющими деятельность вне рынка, доля розничных рынков и ярмарок составила 7,3% (в январе 2015г. - 91,1% и 8,9% соответственно). Оборот розничной торговли снизился на 3,6% в 2015 г. и на 7,3% в 2016 г[7].

Экспорт товаров в январе 2016г. составил \$22,7 млрд., что на 18,1% ниже, чем в январе 2015 года. Импорт товаров за отчетный период снизился на 17,7% в годовом выражении, составив \$10,1 млрд. Объем импорта в за анализируемый период сократился вследствие снижения курса рубля и сокращения спроса на импортную продукцию [7].

Реальные денежные доходы населения (доходы за вычетом обязательных платежей, скорректированные на инфляцию) упали на 4% по сравнению с 2014 годом. В январе 2016 года реальные доходы снизились уже на 6,3%.

Снижение реальных доходов обозначилось еще в 2014 году, но тогда это были малозаметные 0,5%. Таким образом, улучшение экономической ситуации в стране не произошло[7].

Проанализируем еще один важный показатель — реальный размер назначенных пенсий в 2015 году. Его падение составило 3,8%, поэтому, уже в 2015 году стала быстро расти численность населения с денежными доходами ниже прожиточного минимума, т.е. число бедных в стране стало значительно больше и достигло 20,3 млн. человек, или 14,1% от общей численности населения (за январь–сентябрь 2015 года). По сравнению с 2014 годом — это на 4,2 млн. человек больше. Свыше полутора десятков лет падающего уровня жизни у нас не было, главным образом из-за с высоких цен на нефть[7].

Когда из-за экономического кризиса уменьшаются зарплаты, когда растет безработица (за 2015-й — на 7,4%), когда пенсии индексируются всего лишь на 4% при официальной инфляции за 2015 год в 12,9%, когда работающим пенсионерам вообще перестали индексировать пенсии, когда остается высокой инфляция, то можно ожидать, что негативные тенденции в экономике будут усиливаться. Ситуация в первые месяцы 2016 года более чем понятна. Экономические показатели говорят, что наша страна находится в затяжном кризисе[11].

Что же дальше ждет российскую экономику? Чего ждать в нынешнем, 2016 году — падение или рост? Какие действия правительство будет предпринимать, какими ресурсами располагать?

Российское правительство подготовило бюджет на 2016 год исходя из среднегодовой цены на нефть в 50 долларов, в котором запланированы доходы бюджета-2016 на уровне 13,738 трлн. рублей, расходы - 16,098 трлн. Дефицит составит грандиозную величину — 2,36 трлн. - 3% ВВП (прогноз Минэкономразвития на будущий год — 78 трлн. 673 млрд. рублей) [11].

Главный финансовый документ страны существенно отлчается от предыдущих: во-первых, бюджет рассчитан только на один будущий год, а не на три, как было последние десять лет. Во-вторых, обременен дефицитом в 3% ВВП. А многие эксперты предсказывают, что он будет все 5%[9].

По данным РИА «Новости» со ссылкой на данные Казначейства дефицит федерального бюджета уже в январе – феврале 2016 года достиг 111,672 млрд. руб. Так доходы бюджета в феврале месяце составили 1,841 трлн. руб., а расходы — 1,952 трлн. руб. [9].

Не учтено в бюджете понижение цены на нефть, которая в январе-феврале премьер - министром Дмитрием Медведевым. Как сказал Медведев:...это «план действий правительства в экономике на текущий год, то есть план, направленный на обеспечение стабильного социально-экономического развития в 2016 году». Он выразил надежду, что новый антикризисный план позволит смягчить последствия экономического спада и поможет обеспечить своевременную выплату зарплат, пенсий и социальных

пособий. Для этого в план специально включен пункт о помощи региональным бюджетам. Также часть средств пойдет на поддержку рынка труда. Однако его исполнение будет зависеть от финансовых результатов России по итогам первого полугодия, объем расходов на реализацию плана Медведев не уточнил. уже составила 35\$ за баррель.

Следующее, что было сделано – это подписан план действий в экономике на 2016 год.

Текста нынешнего плана в открытом доступе нет, но основные его положения известны. Состоял он из 96 пунктов, объемы финансирования не были прописаны даже для половины. Но сумма одних только подсчитанных трат уже составила 737 млрд. руб. С учетом оставшихся пунктов можно говорить о расходах в 1,5–2 трлн. руб. Основные получатели государственной помощи — автомобилестроение, транспортное машиностроение, жилищное строительство и легкая промышленность[12].

Уже после того, как проект был согласован, сотрудники Минфина подготовили свои замечания, вычеркнув из списка 37 пунктов с общим финансированием на 210 млрд. руб.[12].

У правительства не хватает половины денег на реализацию антикризисного плана. Министр финансов Антон Силуанов напомнил коллегам из правительства, что из 250 млрд. руб. средств на его исполнение у правительства есть лишь 120 млрд. руб. антикризисного фонда. Остальные деньги можно получить либо изменив бюджет за счет сокращения расходов, либо из резерва, находящегося в распоряжении президента[12].

Российский кабинет министров рассчитывает использовать на антикризисный план 130 млрд. рублей из президентского резерва, сформированного за счет заморозки пенсионных накоплений, сообщил журналистам глава Министерства финансов Антон Силуанов. Напомним, что в бюджете 2016 года предусмотрены ассигнования на создание фонда в размере 342,2 млрд. рублей (за счет заморозки пенсионных накоплений в 2016 году). Эти средства могут расходоваться только по поручениям президента и правительства[12].

Поможет ли антикризисный план спасти экономику?

Примерно год назад Дмитрий Медведев также комментировал антикризисный план правительства и ровно в тех же выражениях говорил о его несомненных достоинствах. Тот план выполнен не был: «волатильность рубля, сначала пошедшего в гору, а потом рухнувшего в тартарары, вогнала чиновников в ступор. Большинство намеченных мер поддержки экономики никак не было связано с курсом валют, но списали все именно на него» [12].

Широко разрекламированный новый антикризисный план правительства сводится к вливанию денег в разные отрасли без четкой цели и необходимого финансирования.

Приведем мнения некоторых экспертов по антикризисному плану правительства[13]:

Оксана Дмитриева, депутат Госдумы, доктор экономических наук:

во-первых, это не план, во-вторых, не антикризисный, и никаких проблем он не решает. Это просто меры, которые предусмотрены в бюджете. Вся остальная кредитно-денежная политика проводится, чтобы загнать экономику в тупик.

По мнению депутата Госдумы Дмитрия Гудкова, «нехватка средств на антикризисный план – это еще одно свидетельство того, что российскому руководству следует как можно быстрее начать проводить экономические и политические реформы.

Успешная экономика невозможна без идеологии, а Россия никак не может определиться со своим путем. Даже самые авторитетные наши политики избегают четких формулировок, у сложившегося в России строя до сих пор нет общепринятого названия, у государства отсутствует идентичность. В результате экономические власти ведут себя точно так же — расплывчато, непоследовательно, латая старые дыры, вместо того чтобы ткать новую рубашку. Антикризисный план в стиле «туда 10 миллиардов, туда 5» — бессмысленная, преступная трата денег до тех пор, пока мы не можем четко сказать, к чему стремимся, какое общество хотим построить[13].

Сейчас, при обсуждении антикризисного плана, слово должен сказать президент: «Через пять лет нам необходима процветающая социально ориентированная страна с двухкладной моделью экономики, такой-то долей государственного участия, обеспечивающая себя такими-то продуктами на 100%, такими-то на 80%... Вот вам бюджет, печатный станок, наган и неограниченные полномочия. Через неделю мне помесечный план выполнения на стол — и приступайте» [12].

Взгляд экономистов: чего опасаться и на что надеяться в 2016 году?

Риски и возможности для российской экономики назвали эксперты.

Главный внешний риск – сохранение низкой цены нефти (\$35–40/барр.) на большую часть года или ее дальнейшее снижение. На этом фоне все остальные факторы, влияющие на нашу экономику, просто меркнут, считает Олег Кузьмин из «Ренессанс капитала» [14].

Главный экономист финансовой группы БКС Владимир Тихонов указывает: «Главные риски остаются неизменными – прежде всего, внешние:

цены на нефть, связанные с ними перспективы мировой экономики и геополитики (включая санкции) [14].

Евгений Надоршин из «ПФ Капитал» утверждает: «Переход цены нефти на уровень ниже \$40/барр., если только не произойдет быстрого отскока, запустит новую волну подстройки всех экономических агентов: безработица вырастет, потребление продолжит сокращаться».

Кроме нефти, впрочем, есть и другие риски, которые могут реализоваться. Это усиление геополитической напряженности, например, если Запад вдруг решит усилить санкции из-за возобновления конфликта на Юго - Востоке Украины или снова припомнит Крым.

Для экономики больше угроз представляют не сами внешние риски, а реакция властей на них, считает Дмитрий Полевой из ING. Неготовность проводить конструктивную антикризисную политику может вылиться в более продолжительный кризис, предупреждает Евгений Надоршин из «ПФ Капитал» [14].

Внутренние риски существенно меньше, хотя в долгосрочном плане они остаются сдерживающим фактором для роста: это низкая конкурентоспособность и эффективность экономики, большая доля госсектора, монополизация, слабо развитый финансовый рынок, коррупция и неэффективность управления, слабая защита прав собственности – все это мешало, и будет мешать, экономике расти»- считает Владимир Тихомиров [14].

Основной фактор, сдерживающий рост экономики в долгосрочном плане – внутренняя политика. Из-за неопределенности в экономической политике невозможно строить планы на будущее – считает Цепляева. Долгосрочная неопределенность вредит больше, чем низкая цена нефти и отсутствие доступа к технологиям из-за санкций, утверждает Наталия Орлова из Альфа-банка: нет предсказуемости – нет возможности просчитать инвестиционные риски. Было бы хорошо, если бы власти выработали стратегию развития страны, хотя бы на 10 лет вперед, говорит она: Какой экономикой мы хотим быть? Нет консенсуса, нет даже обсуждений. Продолжаем дрейфовать» [14].

Это не сценарии и не прогнозы, а поиск и оценка формирующихся тенденций и событий, которые в случае их реализации максимально повлияют на ситуацию в России. Министерство экономического развития взяло время на подготовку нового варианта антикризисного плана с учетом замечаний Минфина. Ждем с нетерпением... [14].

С моей точки зрения, до сих пор не ясно, насколько правдивы, окажутся все эти прогнозы, но россияне должны быть готовы к любым поворотам судьбы. Хочется только сказать, что ни один из кризисов не длился вечно. Рано или поздно наступят лучшие времена, которые позволят людям жить счастливо.

А пока остается надеяться, что российское правительство приложит все усилия, чтобы избежать окончательного краха экономики страны[15] .

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Г. И. Ханин, Д. А. Фомин. В России начался экономический кризис и, скорее всего, он будет долгим – «Terra economicus». 2013. № 2.
2. Д. А. Фомин. Современный валютный кризис в России – «ЭКО». 2015. № 6.
3. Т.М.Рыбкина. Проблемы экономики и их влияние на потребительский рынок. Материалы VI Международной заочной научно-методической конференции
4. Данные официального сайта Казначейства России // Режим доступа: <http://www.roskazna.ru/federalnogo-byudzheta-rf/oi/>
5. Данные официального сайта министерства финансов РФ // Режим доступа: <http://www.minfin.ru/ru/>
6. Данные официального сайта Банка России// Режим доступа: http://cbr.ru/hd_base/Default.aspx?Prtid=mrrf_7d
7. Официальный сайт Росстата // Режим доступа: <http://www.gks.ru/>
8. Главные риски и возможности для российской экономики // Режим доступа: <http://www.vedomosti.ru/> 2015. № 12.
9. Д. А. Фомин, Г. И. Ханин. Время проблем. Время надежд // Режим доступа: <http://www.svom.info/ru/>
10. Ю.Левыкин. Деньги у России закончатся уже в следующем году // Режим доступа: <http://www.utro.ru/>
11. К чему готовиться российской экономике в 2016-м. // Режим доступа: <http://www.vz.ru/Взгляд>
12. Почему не сработает антикризисный план// Режим доступа: <http://www.newsland.com/>
13. Антикризисный план правительства// Режим доступа: <http://www.rusplt.ru/>
14. Эксперты «Ведомостей» о рисках для экономики России в 2016году и возможности // Режим доступа: <http://www/Krizis-kopilka.ru/>
15. Кризис в России 2017-когда закончится, прогноз, причины // Режим доступа: <http://god2017.com/novosti/>

ТОРГОВО-ЭКОНОМИЧЕСКИЕ САНКЦИИ 2014-2016 ГОДОВ, ВВЕДЁННЫЕ США И ЕС ПРОТИВ РОССИИ

СИДОРОВА Т.М.

*Пермский институт (филиал) ФГБОУ ВО «Российский экономический
университет имени Г.В. Плеханова»
Asta56@list.ru*

Глобализация мировой экономики привела к тесной связи национальных экономик в единую систему мирового рынка. Торговые отношения Российской Федерации за последние годы с другими странами успешно развивались. По данным Федеральной таможенной службы за 2014 год, внешнеторговый оборот России составил \$782,9 млрд. против \$851,7 млрд. в 2013 году, что составляет 91,9 % к уровню предыдущего года или на 8,1 %. При этом снижение произошло как по экспорту, так и по импорту (на 6,3 % и 11,0 % соответственно).

Евросоюз по данным Минэкономразвития является основным торговым партнером России, доля которого в 2014 года составила 48,2% российского товарооборота, доля ЕС в объеме экспорта России составила 52,1% и 41,4% в объеме импорта. На долю стран Евросоюза за первые два месяца 2015 года приходилось 46%, по итогам года – 44,8%, а за первые месяцы 2016 года – 43% российского товарооборота (в 2013 году – 49,0 %). На страны СНГ в 2015 году приходилось 12,5% (12,3% в 2014г.), на страны ЕАЭС - 7,8% (7,1 % в 2014г.), на страны АТЭС - 28,1% (26,9% в 2014г.). Россия в свою очередь входит в тройку ведущих партнеров ЕС (после США и Китая).

Основными торговыми партнерами России в январе-декабре 2015 года среди стран дальнего зарубежья были: Китай, товарооборот с которым составил \$63,6 млрд. (71,9% к январю-декабрю 2014 года), Германия - \$45,8 млрд. (65,3%), Нидерланды - ;43,9 млрд.(59,9%), Италия - \$30,6 млрд.(63,2%), Турция - \$23,4 млрд.(73,9%), Япония - \$21,3 млрд.(69,3%), США - \$20,9 млрд. (71,9%), Республика Корея - \$18,1 млрд.(66,2%), Польша - \$13,8 млрд. (59,7%), Франция - \$11,6 млрд.(63,8%) [20]. Таким образом, ведущим партнером России во внешней торговле по-прежнему остается Евросоюз. Показатели внешней торговли РФ со странами Евросоюза в динамике согласно данных Федеральной таможенной службы, начиная с 2008 года, приведены в таблице 1.

Таблица 1

**Внешняя торговля Российской Федерации
со странами Евросоюза (\$ млрд.)[8]**

Показатель / год	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015 январь- февраль	2016 январь- февраль
Оборот ЕС	382,4	236,3	307,0	394,0	410,3	417,7	377,3	38,3	25,3
Доля ЕС в объёме внешней торговли РФ	52,0	50,4	49,1	47,9	48,4	49,0	48,2	46,0	43,0
Весь мир	734,0	469,0	625,4	822,5	846,9	851,7	782,9	83,2	58,8
Экспорт ЕС	265,9	160,9	211,4	266,5	277,9	283,4	258,8	28,9	17,8
Доля ЕС в объёме экспорта России	56,9	53,3	53,3	51,6	52,7	53,5	52,1	50,3	47,3
Весь мир	467,6	301,7	396,4	516,7	527,1	530,1	496,9	57,4	37,6
Импорт ЕС	116,5	75,4	95,5	127,5	132,2	134,2	118,5	9,4	7,5
Доля ЕС в объёме импорта России	43,6	45,1	41,7	41,7	41,4	41,7	41,4	36,4	35,5
Весь мир	267,1	163,3	228,9	305,8	319,8	321,5	286,0	25,8	21,1

По итогам 2013 года 85,0% всего объема экспорта приходилась на товарную группу минеральные продукты (в основном это продукция ТЭК). В 2014 году их доля сократилась до 74,8%, а в январе-сентябре 2015 года их доля в экспорте продукции составила 68%. То есть основными экспортными товарами были и остаются нефть сырая, нефтепродукты и газ, а также каменный уголь, никель, алмазы, древесина. В структуре импорта преобладают машины, оборудование, транспортные средства, на долю которых приходится около половины импорта – 47,3%, а также продукция химической промышленности – 19,3%, продовольствие и сельскохозяйственное сырьё - 13,5%, текстиль и обувь – 6,4% [21].

В результате введения санкций оборот внешней торговли России сократился за первые два месяца 2016 года по сравнению с соответствующим периодом 2015 года на 29,4%, в том числе экспорт снизился на 34 %, а импорт на 18,1%. Оборот внешней торговли со странами ЕС сократился ещё больше - на 34%, в том числе экспорт товаров - на 38,3%, импорт – на 20,6%. Таков результат анализа данных внешней торговли России за первые месяцы 2016 года (табл.1).

Данные таблицы показывают взаимосвязь экономик России и стран ЕС, взаимодействие которых способствует экономическому развитию рассматриваемых государств. Поэтому введение экономических санкций против Российской Федерации наносит экономический ущерб не только по экономике России, но и по экономике стран, с которыми у нашей страны налажены прочные торговые связи. Безусловно, экономические санкции 2014

года введены с целью политического и экономического давления на Россию, а также международной изоляции и дискредитации страны в мировом сообществе.

США, используя технологии санкций, стремится подчинить своей воле неугодные государства, их экономику, добиться решения вопросов в своём контексте. Более половины мирового населения к началу 21 века, по данным ООН, находились под теми или иными санкциями. Санкции, вводимые против других стран, применяются уже сотни лет. Их можно рассматривать как карательные дипломатические, экономические и общественные действия. Торгово-экономические санкции являются крайней формой государственного ограничения внешней торговли, например, торговое эмбарго. Согласно общей теории следует, что эмбарго наносит экономический ущерб обеим сторонам, как стране, против которой оно введено, так и стране, которая вводит эмбарго.

Экономика Российской Федерации, обладая низкой эластичностью спроса на импорт, значительно зависит от внешней торговли, а с учётом масштабы санкций, экономические потери России, по мнению западных стран, будут значительными. США и ЕС, обладая высокой эластичностью экспортного предложения, надеются относительно безболезненно сократить объём своего экспорта.

Исторически, по отношению к СССР, Запад неоднократно вводил санкции, но никогда не достигал преследуемых целей в полной мере. Так в отношении Советского Союза в начале 80-х годов были введены следующие санкции: знаменитое «Зерновое эмбарго», бойкот Олимпиады 1980 года, ограничение связей в научных и культурных кругах и другие. Данные ограничения желаемого результата не принесли. Но США использовали и иные меры, которые нанесли серьёзный урон экономике Советского Союза, среди которых:

- категорический запрет на поставку высоких технологий;
- вытеснение СССР с большинства дружественно настроенных внешних рынков;
- сокращение торговых связей;
- наложение дискриминационных сборов и тарифов на товары из стран советского блока;
- снижение цен на нефть, благодаря сговору с Саудовской Аравией;
- меры, ограничивающие экспорт советского газа в ряд западных стран.

Независимая политика России в последние годы, при ослабевающем влиянии Америки на мировое сообщество, явилась основной причиной введения под руководством США торгово-экономических санкций 2014 года. Несмотря на экономический ущерб от введения санкций, вследствие сильного

давления со стороны США, к санкциям присоединился Евросоюз и страны Большой семёрки, а также некоторые страны – партнёры США и ЕС. Данное комплексное политическое и экономическое давление было осуществлено с целью изоляции России и обрушения российской экономики. Украинский конфликт – только предлог для введения торгово-экономических санкций, являющихся системой дискриминационных экономических мер, вводимых США и другими странами ЕС против Российской Федерации. Дополнительно это еще один из инструментов экономической войны против России. При этом США, как всегда, преследуют свои экономические интересы: замена российского газа на американский сланцевый газ, а также внедрение нового американского проекта по созданию крупнейшей мировой зоны свободной торговли, названного «Экономический НАТО». Данный проект обеспечит США ежегодное увеличение товарооборота с ЕС на 160 млрд. долларов. Общий атлантический рынок поставит Евросоюз в ещё большую зависимость от США.

Проследив последовательность введения санкций против России, можно отметить их поэтапное ужесточение с момента аннексии Крыма, направленность на экономическое подавление России:

- 17.03.-20.03.2014 года США, ЕС, Австралия, Канада, Албания, Исландия, Черногория, Молдова, Украина ввели визовые санкции и замораживание активов в США.
- 28.04.2014 года США одновременно с расширением санкционного списка ужесточили требования к заявкам на экспортные лицензии для любой технологической продукции, способной усилить российский военный потенциал. Принято решение об отзыве действующих экспортных лицензий, отвечающие данным условиям.
- 7 мая США в рамках своей генеральной системы преференций лишили Россию торговых льгот;
- 24 июля Канада вслед за США включила в свой санкционный список ряд российских оборонных и сырьевых компаний и банков;
- 29 июля 2014 гг. США, ЕС, ЕБРР министерство финансов США объявило о введении санкций против Объединенной судостроительной корпорации и трех банков - ВТБ, Россельхозбанка и Банка Москвы; объявлено о прекращении новой инвестиционной деятельности;
- 31.07.2014 года США и ЕС вводят санкции против Крыма и Севастополя, секторальные санкции и дополнительные торговые ограничения;
- с 1 августа ЕС ввел в действие очередные экономические санкции против России. Евросоюз ограничил доступ к рынкам капитала ЕС российских

государственных банков. Евросоюз опубликовал перечень товаров, которые не могут быть экспортированы для ряда проектов в нефтяной отрасли РФ.

- 1.09.2014 года Австралия ввела запрет на поставки России вооружения и оборудования для нефтегазовой сферы, доступ российских государственных банков на австралийский рынок капитала, инвестиции в Крым или торговлю с ним. Санкционный список был расширен на 63 физических лица и 21 компанию и организацию. Кроме того, Австралия приостановила поставки урана в Россию. Санкции вступили в силу 31 марта 2015 год [12];
- 12.09.2014 года США вводят санкции, направленные против финансовой, нефтяной, энергетической и оборонной отрасли экономики России, продукции двойного назначения; ограничен доступ к рынку долговых обязательств США. Евросоюз запретил европейским компаниям предоставлять российским партнерам услуги по разведке и производству глубоководной и арктической нефти, а также для проектов сланцевой нефти;
- ужесточил доступ к кредитам ряда госбанков РФ и снизил срок займов;
- 15.10.2014г. страны — кандидаты в члены ЕС Черногория, Исландия и Албания, а также Лихтенштейн, Норвегия, члены ЕС и Украина присоединились к пакету санкций Евросоюза в отношении России от 12 сентября [12];
- 18.12.2014 ЕС вводит торговые ограничения и запрет инвестиции в Крыму;
- с 20.12.2014г. вступили в силу санкции ЕС против экономики и туротрасли Крыма. В частности, судам, предоставляющим круизные услуги, запрещено входить в порты Севастополя и Крыма;
- 26.12.2014г. из-за санкций США две международные платежные системы — Visa и MasterCard — приняли решение приостановить обслуживание карт российских банков, работающих на территории Крыма [12];
- 04.03.2015 продлевается действие всех раундов санкций против России, введенных в 2014 году, включая последние экономические санкции против Крыма от декабря 2014 года [12].

Впоследствии США, ЕС, Канада, Япония неоднократно расширяли и продлевали ограничительные меры против России, Крыма и Севастополя.

В сентябре 2015 года Евросоюз продлил антироссийские санкции до 31 января 2016 года, а 21 декабря 2015 года ЕС продлил экономические санкции против России до 31 июля 2016 года. 10.03.2016 года руководство Евросоюза продлило санкции против России без обсуждений, в автоматическом порядке, что исключает их смягчение или полную отмену; предполагает сохранение ограничений в сфере энергетики и финансов, а также санкции в отношении Крыма. Пакет санкций не изменился.

В Министерстве иностранных дел России назвали такой шаг «нелогичным»: «Вынуждены констатировать, что вместо того, чтобы выстраивать конструктивное сотрудничество в противодействии ключевым вызовам современности, таким как международный терроризм, в есовском Брюсселе предпочитают продолжать близоруко играть в санкционные игры..., а увязывание санкций с урегулированием конфликта в Донбассе - искусственным и безосновательным... Стоит напомнить, что отправной точкой кризисных событий на Украине последних двух лет была ситуация вокруг ее ассоциации с самим Евросоюзом... А полагать, что санкциями можно заставить Россию отказаться от своих принципиальных подходов, было с самого начала ошибочно и недальновидно. Их продление означает, что Евросоюз остается в плену собственных просчетов», - заключили в МИДе [11].

Введение санкций направлены на вытеснение российских товаров с европейского рынка, а также на ухудшение ситуации на внутреннем рынке России. Все санкции, введенные против Российской Федерации, противоречат правилам ВТО. Президент РФ заявил, что санкции США и стран ЕС в отношении Российской Федерации свидетельствуют об отказе этих стран от базовых принципов ВТО. При этом Россия вынуждена сделать ответные шаги, на которые её подталкивает Запад. На заседании Госсовета Владимир Владимирович Путин подчеркнул: «Вступление в ВТО еще раз подтвердило, что мы строим открытую экономику и готовы к самой тесной кооперации с нашими партнерами во всем мире... Введенные против нашей страны ограничения - это не что иное, как отказ от базовых принципов ВТО некоторыми нашими партнерами, - считает Путин. - Нарушается принцип равенства условий доступа всех стран - участников экономической деятельности к рынкам товаров и услуг, игнорируется режим наибольшего благоприятствования в торговле и принцип справедливой и свободной конкуренции»[1].

Для России введение санкций грозит сокращением экономики (более серьезная рецессия), ускорение оттока капитала из страны до \$150 млрд. в год; в свою очередь, Европу это подтолкнет в «тройную» рецессию. Таково мнение Дэна Стейнбока, директора по исследованиям международного бизнеса Института Индии, Китая и Америки, аналитика и бывшего консультанта таких организаций, как ОЭСР и Европейская комиссия.

«Объем импорта товаров из Европы в Россию составляет 300 миллиардов долларов. Европейскую экономику в целом это не убьет, но определенные отрасли может убить». — утверждает Крис Уифер, партнер-основатель консалтинговой компании Macro Advisory [6]. Речь идёт о тех отраслях экономики, в области которых осуществляется наиболее тесное и активное

взаимодействие ЕС с Россией. В числе таковых находится автомобильная отрасль Германии, для которой Российская Федерация - второй по величине рынок. Запрет на торговлю с Россией приведёт к потерям в бизнесе, сокращению рабочих мест. В результате европейских санкций по оборонным контрактам, лишатся работы уже французские рабочие, занятые на строительстве «Мистрали», за которые Россия заплатила 1,1 миллиард дол. При прекращении строительства газопровода «Южный поток» с такими же проблемами столкнутся Болгария и Италия.

Под угрозой могут оказаться доходы от туристического бизнеса многих европейских стран. Так, например, Болгария, где на долю российских туристов приходится 70% выручки от данной сферы, или Кипр, основу доходов которого составляют доходы от российских туристов и офшоров.

Министр иностранных дел Венгрии Петер Сийярто заявил, что санкции против России не только не принесли ожидаемых результатов, но и нанесли существенный урон странам центральной Европы. Только экономика Венгрии ежедневно теряет около 50 миллионов форинтов. «Россия - наш третий по величине торговый партнер и, к сожалению, мы потеряли 12% экспорта в Россию и СНГ в этом году», - признал венгерский дипломат[3].

В 2013 экспорт пищевой и сельскохозяйственной продукции из стран Евросоюза в Россию составил около 12 млрд. евро. Поэтому страны Европы выражают обеспокоенность сложившейся ситуацией в системе международной торговли между нашими странами. В СМИ постоянно появляются новые данные, иллюстрирующие влияние санкций на экономику стран ЕС. Антироссийские санкции в сфере сельского хозяйства вызвали протесты европейских фермеров. О тяжёлой ситуации заявили фермеры Польши, Испании и Италии. Греческие фермеры в 2014 году понесли колоссальные убытки из-за невозможности поставок в Россию 47 тысяч тонн персиков и нектаринов. Польша обратилась к Брюсселю с заявлением о возмещении ущерба в результате введённых санкций. Молдавия потребовала от властей денонсации соглашения об ассоциации с ЕС. Попытки Брюсселя задобрить аграриев оказались неудачными. Тем более что обещания, предоставить им 125 миллионов евро в счет потерь, так и не выполнены.

Введение санкций против России спровоцировало ответные действия нашей страны, Экономист Оливер Фриц отмечает: «Санкции оказывают существенное негативное влияние на экономику стран ЕС, поскольку Россия предприняла ответные меры» [15]. В результате контрсанкций России, действующих с августа 2014 года, убытки западных компаний превысили, по некоторым оценкам, 120 млрд. евро.

Одной из первых забила тревогу финская пищевая промышленность, оценив потери от ответных санкций России, поскольку в РФ поставляется 25% финского продовольственного экспорта, пишет издание Yle.fi. «Объёмы финского экспорта в Россию оцениваются в 400 млн. евро, и две трети его составляет молочная продукция: сливочное масло, сыры и йогурты», — констатировала исполнительный директор ETL Хейкки Юутинена. По её словам, финским поставщикам продовольствия (крупнейший из которых Valio) будет трудно найти замену российскому рынку [13].

Введение торгово-экономических санкций наносит ущерб экономике всех стран, втянутых в конфликт. Подтверждением падения экономической мощи стран Евросоюза являются исследования WIFO, проведённые в 2015 году. Одна только Германия потеряет примерно 27 миллиардов евро и 500 тысяч рабочих мест. Продолжающийся кризис в ближайшие годы обернётся для Германии потерей более 1 % экономических показателей и эти цифры значительно больше, чем показатели ряда других стран. К примеру, Италия лишится 0,9 % экономической мощи и чуть более 200 тысяч рабочих мест, а Франция — 0,5 % и почти 150 тысяч рабочих мест.

В число стран, более всего пострадавших от торгового запрета России входят следующие страны: Польша (1 117,29 млн.\$), Норвегия (1 103,0 млн.\$), Нидерланды (850,95 млн.\$), Испания (792, 89 млн.\$), Англия (688,25 млн.\$), Германия (631,68 млн.\$), Дания (522,68 млн.\$), Франция (388,7 млн.\$), Канада (371,67 млн.\$), Финляндия (367,36 млн.\$) [15].

Глава Восточного комитета немецкой экономики Экхард Кордес, который также является председателем совета директоров немецкого розничного концерна Metro Group, имеющего тесные связи с Россией заявил: «Но если такой ход событий будет продолжаться ещё год, то российско-немецким отношениям будет нанесён серьёзный ущерб». Э. Кордес особенно обеспокоен тем, что конкуренты из Китая или других стран воспользуются этой ситуацией и получают преимущество. «Мы всё чаще и чаще слышим: «китайские товары не намного хуже немецких». Это вызывает беспокойство» [15]. «Из-за западных санкций российский рынок постепенно займут другие страны, а наша страна потеряет из-за них тысячи рабочих мест», — заявил на одном из митингов в Праге сенатор Ян Велеба, последние годы занимавший пост президента Аграрной палаты Чехии. «В конечном итоге от этого зависит около сорока тысяч рабочих мест», — считает вице-канцлер и федеральный министр науки, научных исследований и экономики Австрии Райнхольд Миттерленер.

Экономические вопросы оказались в центре внимания и во время визита 3 февраля 2016 года в Россию премьер-министра Баварии Хорста Зеехофера. Президент России Владимир Путин отметил, что Россию и Баварию связывают

многолетние разносторонние отношения. Товарооборот между ними до введения санкций достигал 11 млрд. евро в год, что равносильно товарообороту с целыми государствами; заключено более 50% совместных инвестиционных проектов. На Баварию приходится 20% всего объёма экономических связей с Германией. В Российской Федерации работают 1600 предприятий машиностроения, электроники, строительного бизнеса с баварским участием; 50 % инвестиционных проектов ФРГ в России баварского происхождения. Поэтому Бавария заинтересована в скорейшем прекращении подобных мер экономического давления. За развитие экономических контактов вне зависимости от политической обстановки ратует и министр экономики Франции Эмманюэль Макрон, который недавно принял участие во встрече Российско-французского совета по экономическим, финансовым, промышленным и торговым вопросам в Москве.

Журнал The National Interest отмечает, что применение «экономического оружия» в виде санкций против России может негативно повлиять на все долгосрочные стратегии экономического развития Запада [13]. Последствия экономического кризиса в России могут быть более серьёзными для стран Европейского Союза и Швейцарии, чем ожидалось. Согласно расчетам австрийского института экономических исследований (WIFO), под угрозой могут оказаться более двух миллионов рабочих мест и примерно 100 миллиардов евро. Исследования, проведённые специально для Альянса ведущих европейских газет LENA, предполагают худший сценарий развития событий. «Прогнозируемый нами прошлой осенью спад экспорта сейчас стал реальностью», говорит один из трех авторов исследования Оливер Фриц. Русский ответ на введённые против России санкции сыграл решающую роль. «Если ситуация не изменится, наши самые пессимистичные прогнозы сбудутся» [15].

Продолжению негативных последствий введённых санкций способствует явный недостаток публичной информации. Корреспондент альянса ведущих европейских газет после проведения исследований, опросил в Брюсселе депутатов Европарламента об экономических последствиях стран ЕС, о которых говорится в секретном докладе. Однако, они даже ничего не знали об этом. Отчёты комиссии о последствиях санкций до министерств стран ЕС были доведены только в устной форме. «Возможно, так было сделано с целью утаить от общественности реальные цифры. На лицо, явный страх, что Россия узнает важную информацию» [15]. Об этом говорится и в заявлении МИДа РФ в ответ на решение ЕС в июне 2015 года продлить на полгода санкции против России: «Глубоко разочарованы тем, что снова в ЕС возобладало мнение русофобского лобби, которое протащило решение о продлении незаконных рестрикций. При

этом в Брюсселе намеренно замалчивают, что это гарантированно повлечет потерю сотнями тысяч, а по некоторым оценкам, и несколькими миллионами европейцев своих рабочих мест», — говорится в комментарии российского министерства [16].

С научной стороны мониторинг санкций резко раскритикован. «У Европейского Союза нет критериев сравнительной оценки эффективности санкций», говорит Борха Гужаро из Лондонской школы экономики [15]. При этом большинство аналитиков сходится во мнении, что, если Европа, и Россия пойдут в области торговых санкций на крайние меры, пострадавшими окажутся обе стороны [6].

В России введенные санкции снизили товарооборот, привели к росту дефицита бюджета, замедлили темпы роста экономики, приостановили инвестиции западных и других компаний. Отказ в финансировании российских банков со стороны США и стран ЕС привёл к сокращению средств Российской Федерации, направляемых в различные сферы экономики, повышению процентных ставок. При этом зависимость России от поставок машин, станков и технологий для добычи нефти из Европы весьма существенна. Поставки продовольствия и медикаментов из ЕС составляли 40% в 2014 году. По оценкам международных аналитиков, 85% экономики России основано на экспорте, где подавляющая часть – это нефть и газ, которые составляют более 50% доходов российского бюджета. Если поставки энергоносителей в Европу прекратятся, это образует огромную «дыру» в бюджете страны, что приведёт к серьёзным проблемам во всех отраслях экономики, снабжении продовольствием и падении курса рубля [6].

В результате санкций существенно уменьшилась прибыль основных налогоплательщиков и, в следствии, сократились налоговые отчисления и доходы бюджета.

На вопрос, какую долю ВВП Россия недополучит из-за западных санкций, ответили ведущие экономисты, оценив потери российской экономики следующим образом.

Экс-министр финансов А.Л.Кудрин заявил, что бюджет недополучит 350 млрд. руб., а в целом экономические санкции обойдутся России триллионными потерями [2]. Рейтинг нашей страны, по оценке международного рейтингового агентства Moody's 18.10.2014, был понижен до Ваа2, с «негативным» прогнозом. Причиной этого является ухудшение среднесрочных перспектив экономики России, а также сокращение запаса валюты из-за бегства капитала (отток капитала составил \$85,2 млрд. за 9 месяцев этого года) и отказ в кредитовании корпоративных заемщиков. Наблюдается снижение международных резервов страны до \$454,2 млрд.

Эффект от снижения доверия к РФ как к заемщику в долгосрочном периоде может быть значительным, что создаст проблемы для российских компаний и осложнит получение кредитов, выход на IPO, участие в различных проектах, негативно скажется на капитализации российских компаний.

Таблица 2

Оценка ведущих экономистов потерь ВВП России в результате санкций[2]

Эксперт	%	млрд руб.	комментарии
А.Л.Кудрин – председатель комитета гражданских инициатив	1-1,5	1000	«Даже находясь под влиянием санкций можно предпринять шаги, которые будут улучшать общую экономическую среду и не создадут новых проблем через 3, через 5 или 10 лет».
Минфин (директор департамента долгосрочного стратегического планирования М.М.Орешкин)	2	около 1300	«Реакция российской экономики на жёсткие внешние шоки оказалась довольно мягкой».
Минэкономразвития (директор сводного департамента макроэкономического прогнозирования О.А.Засов)	0,8	около 530	«Мы видим сейчас, что с тех пор, как мы представили сценарные условия, несколько ужесточились условия займов на внешних рынках, за этот период были введены дополнительные санкции, которые мы тоже не предполагали».
Всемирный банк	0,6	около 400	Базовый сценарий учитывает сохранение напряжённости между Россией и Украиной и сохранение санкций
МВФ (глава миссии МВФ в России Антонио Спилинберго)	0,5	около 350	Тренд по замедлению возник до геополитической напряжённости»

Сегодня можно констатировать, что за счёт правильно выбранной тактики проведения финансовой политики, а именно: экстренной помощи банкам, введению плавающего курса рубля и сокращения расходов федерального бюджета Россия смогла избежать худших прогнозов. В результате Международный валютный фонд пересмотрел прогноз по падению ВВП Российской экономики. По новому прогнозу российскую экономику ожидает в 2016 году незначительный рост на 0,2 %, а в среднесрочной перспективе ожидаются темпы роста экономики на уровне примерно 1,5 % в год.

Эти данные использовала для своего анализа итогов санкций против России сотрудница Института Катона в Вашингтоне (округ Колумбия) Эмма Эшфорд в январско-февральском номере Foreign Affairs 2016 года. Свою

статью она назвала красноречиво: «Не столь умные санкции» с подзаголовком: «Провал западных ограничений против России». Правдиво говоря о надуманности поводов и истинных целях введения санкций против России, которые преследовали США и ЕС, Эмма Эшфорд отмечает неожиданные последствия этих санкций: главные цели так и не были достигнуты, в то же время «санкции принесли США экономические потери и нанесли ущерб геополитическим интересам Америки. Если западные лидеры хотят что-то противопоставить России, то следует отказаться от бесполезных санкций и сосредоточить свои усилия в другом направлении... Заманчиво думать, что санкции всё же заработают через несколько лет, но это только попытка выдать желаемое за действительное. Как показывают академические исследования, длительные санкции дают мало шансов на политические изменения. В случае же с Россией неизбежный рост цен на нефть в ближайшие годы сведёт все возможные последствия санкций к нулю или почти к нулю [17].

Далее рассмотрим вопрос влияния торгово-экономических санкций на выработку основных направлений дальнейшего развития российской экономики и финансовой системы.

Несомненно, введение торгово-экономических санкций является ударом по экономике России и испытанием для государства. Тони Брентон, бывший посол Великобритании в Москве, считает, что в прошлом СССР, а теперь Россия, отличается своей самостоятельностью, а потому попавшее в блокаду российское государство способно эффективно противостоять возникшим трудностям.

В тяжёлой экономической ситуации Россия всегда умела мобилизовать свои силы для решения сложных проблем. Сегодня перед страной встал вопрос о выпуске отечественных товаров, формирования независимой торговой политики, способствующей росту экономики страны. Введение санкций и мер по изоляции России способствовали изменению планов в дальнейших действиях российского руководства и сплочению общества в стремлении к построению национальной независимой экономики. Её основными задачами являются развитие российской промышленности (в первую очередь, машиностроения, станкостроения) и сельского хозяйства, направленное на «импортозамещение», а также обеспечение замедления оттока капитала и укрепления курса рубля. В условиях санкций актуализировалась потребность пересмотра парадигмы развития российской агропродовольственной сферы и внешней торговли продовольствием [5].

Губернатор Белгородской области Е.С.Савченко выступил с предложением о формировании перечня проектов по «импортозамещению» основных товаров отечественными производителями. Глава ОАО «НК

«Роснефти» И.И.Сечин предложил перечень мер по спасению отечественной экономики и новую экономическую политику, создание национального рейтингового агентства, ускорение деофшоризации и определение зон и территорий с льготными налоговыми условиями. Им предложены также кардинальные шаги: создать альтернативный ОПЕК, который сможет противостоять действующей организации, и отменить пошлины для железнодорожного транспорта в направлении стран Азиатско-Тихоокеанского региона.

В ответ на требование Госдепа США о прекращении обслуживания карт нескольких российских банков, российское руководство приняло решение ускорить процесс формирования национальной платежной системы, попытки создания которой предпринимались в течение нескольких лет. Путин В.В., в ответ на введение санкций и негативные прогнозы, призвал к разработке системы мер противодействия, включающие создание своего банка развития и пула валютных резервов.

На случай отказа Европы от российского газа, у России есть альтернатива - поставки газа в Азиатско-Тихоокеанский регион. Такими предприятиями как ОАО «Газпром» и ОАО «НК «Роснефть» уже заключены соглашения по экспорту углеводородов в Китай, который готов инвестировать этот проект. Однако на строительство соответствующих транспортных мощностей потребуется от трёх до шести лет.

По данным INTERFAX.RU - Акции российских продовольственных компаний на «Московской бирже» в августе 2014 года значительно подорожали после введения ответных санкций со стороны России на ввоз продовольствия из США и стран ЕС. Стоимость некоторых акций выросла более чем на одну треть. Так стоимость акций Группа компании «Русское море» выросла на 34,85%, акции крупнейшего российского агрохолдинга «Разгуляй» выросли на 34,93%, ОАО «Останкинского мясоперерабатывающего комбината» на 18,5%. Это результат объявленного российским правительством эмбарго в отношении поставок продукции ряда стран Евросоюза, США, Австралии, Канады и Норвегии, которые ранее применили санкции против России. Запрет коснулся поставок плодоовощной продукции (овощей и фруктов), свинины, говядины, мяса птицы, рыбы, молочной продукции и сыров [4].

При этом российское эмбарго было принято, когда страна после длительного периода импортной зависимости стала выходить по ряду показателей на приемлемый уровень. Так глава Минсельхоза Николай Фёдоров привел данные, что в 2014 году обеспеченность России мясом птицы составляло 89 %, свининой – 82 %, говядиной – 71 %. Ограничения коснулись только 2,5 % потребления говядины, 10% молока и молочной продукции и 5 %

овощей. Наиболее высокий уровень исключения составили фрукты - 50 % и сыры - 30 %. Согласно данным Минсельхоза РФ, «запрещенные» страны ввозили в Россию только 10 % свинины, фруктов и овощей. Остальные категории ввозимых товаров имеют еще более низкий показатель.

Рассматривая список продуктов, запрещенных к ввозу в Россию, мы видим что, выбор товаров сделан не случайно. Учтены в первую очередь возможности диверсификации поставок, быстрой замены поставщиков. Во-вторых, Россия обладает достаточной производственной мощностью для увеличения собственной продовольственной продукции, которые на сегодня используются не в полной мере. А потому в ответных действиях России есть конкретика, болезненная для Запада, так как введенные санкции, несомненно, положительно скажутся на российских производителях, будут способствовать развитию отечественных предприятий, повышению эффективности производства национальной сельскохозяйственной продукции. Процесс развития отечественного агропромышленного комплекса сложный, охватывающий все стороны производственной деятельности, требует решения ряда проблем. При этом в кратчайшие сроки обеспечить импортозамещение продуктов невозможно, так как это напрямую связано с естественными процессами. Так, если цикличность изменений для растениеводства один год, то животноводство требует для восстановления как минимум три года. Восстановление земельных, водных, биоресурсов требует еще большие сроки. С учётом имеющихся проблем и реальных возможностей, Россия сможет перейти на полное самообеспечение по мясу, молоку, овощам и фруктам, которые растут на территории нашей страны, к 2020 году. С этим заявлением на заседании правительства в феврале 2016 года выступил министр сельского хозяйства Александр Ткачев. Он также отметил, что доля потребления отечественного мяса на сегодняшний день составляет 89%, а зерном, картофелем, сахаром и растительным маслом Россия обеспечивает себя полностью.

Для решения продовольственной проблемы в части молочной и плодоовощной продукции в ближайшей перспективе планируется переориентация на белорусских поставщиков. Поставки молочной продукции могут быть увеличены на 40-50 процентов, в том числе сыров - на 40 тысяч тонн, мясных полуфабрикатов - на 15-40 процентов, овощей - до 40 процентов, картофеля - в два раза. Об этом заявил заместитель премьер-министра Беларуси Михаил Русый [18]. Сотрудничество в сфере обеспечения овощами и фруктами возможно со странами Южного Кавказа, Израилем, Грузия, развивая торговые отношения с Россией, сможет справиться с внутренним кризисом, для Израиля это новый рынок сбыта.

В 2015 году отмечено реальное снижение уровня импортозависимости России от ряда стран, в первую очередь европейских. Согласно статистическим данным в январе 2016 года по сравнению с аналогичным периодом прошлого года производство свиней на убой в живом весе увеличилось в нашей стране на 8,9% и составило 244,4 тыс. тонн. Производство мяса птицы увеличилось на 5,1% и составило 463,6 тыс. тонн [9]. Россия способна обеспечить себя мясом птицы на 90 %. На данный момент мясо птицы составляет порядка 50% от всего мясного рациона россиян, и цифра эта будет расти. По данным Росстата, средняя стоимость килограмма говядины в России составляет 450 рублей, свинины — 349 рублей, тогда как курица стоит всего 130 рублей за килограмм. При этом правительство готово к такому развитию ситуации. По сообщению Аркадия Дворковича на совещании кабинета министров, в апреле 2016 года начнется реализация плана по птицеводству, предусмотренного программой импортозамещения [10].

Сфера производства свинины и продуктов из неё является одним из наиболее успешных примеров импортозамещения в России. Доля импорта за последний год сократилась почти в 3 раза, а за последние 4 года - почти в 6 раз. По состоянию на январь-март 2015 года доля импорта, по данным ЕМИСС, составила 6,2% против 18,1% в соответствующем периоде 2014 года и 36,4% в 2012 году. Однако, продолжается сокращение поголовья крупного рогатого скота в хозяйствах всех сельхозпроизводителей. Показатель составляет 19,2 млн. голов в январе 2016 года, что на 1,7% меньше показателя на аналогичную дату 2015 года. Доля импорта в общем объеме потребления говядины в 2014 году сократилась с 51,9% до 42,5% в 2015 году. Впрочем, снижение доли импорта этого продукта происходит исключительно за счет сокращения его потребления [19].

Одна из проблем, с которой столкнулись производители мяса в связи с санкциями, – это обрушение отлаженной, устойчивой, надёжной многолетней сети партнерских отношений. Животноводство требует решения вопросов тщательного планирования работы на несколько лет вперед, кормов, инфраструктуры.

Действие антироссийских санкций и ответное введение эмбарго на ряд сельскохозяйственных продуктов нашей страной повлекли в краткосрочном периоде за собой рост цен на продукцию сельского хозяйства, отсутствие в магазинах некоторых зарубежных продовольственных товаров. Однако крупномасштабного продовольственного кризиса, а тем более голода не произошло. Замена импортных товаров отечественными стала для России сегодня актуальной задачей.

Итак, в рамках данной статьи рассмотрены актуальные вопросы ситуативного анализа и построения перспектив развития Российской Федерации на ближайший период её экономического, политического и социального обеспечения. Тема торгово-экономических санкций, как значимого инструмента политико-экономического менеджмента, становится здесь основным объектом изучения и рассмотрения.

Приоритетным направлением комплексного исследования сферы торгово-экономических санкций в рамках данной статьи стала возможность оформления парадигмы санкционного анализа и рассмотрения основных направлений нового экономического развития России. Ведь именно благодаря системной диагностике происходящих политико-экономических процессов было выявлено, что торгово-экономические санкции имеют обоюдоострый характер, значимый для обеих участвующих в конфликте сторон: стран инициаторов и стран, против которых они введены.

Особое внимание в статье уделяется вопросу анализа санкций США, а впоследствии и ЕС, вводимых по отношению к Российской Федерации с 2014 года. Итогом данного исследования стала очевидность острой необходимости для России развития отечественного производства, которое должно быть переориентировано на реализацию программ по обеспечению комплексного «импортозамещения» во всех сферах, формирующих российскую экономику: промышленность, сельское хозяйство, финансовая система, товаропроизводство и сервис для потребительского рынка.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Заседание Государственного совета 18.09. 2014 г. // Режим доступа: <http://special.kremlin.ru/events/state-council/46636>
2. Санкции Запада обойдутся России в 50 млрд долларов ежеквартально // Режим доступа: <http://top.rbc.ru/economics/> РБК. Экономика. 07.10.2014 оценка потерь
3. МИД Венгрии: Санкции против России не принесли ожидаемых результатов. Российская газета. // Режим доступа: <http://www.rg.ru/2014/10/16/>
4. "Продовольственные санкции" РФ будут выгодны для отечественных производителей, но огорчат любителей фуагра // Режим доступа: <http://www.newsru.com/russia/24jun2015/embargo.html>
5. Пресс-служба РАНХиГС/ - гг. [// Режим доступа: <http://itar-tass.com/>
6. Европе не стоит бояться вводить санкции против России // Режим доступа: <http://inosmi.ru/russia/20140729/222005864>

7. Статистика внешней торговли России 2013-2015 гг.: цифры и ключевые показатели // Режим доступа: <http://economy.gov.ru/minec/activity>
8. Федеральная таможенная служба // Режим доступа: <http://www.customs.ru/index2>
9. Обеспеченность России мясной продукцией в условиях возможных санкций со стороны США, Канады и ЕС [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.neva-product.ru/information/sankcii/>
10. Жители России переходят со свинины и говядины на дешёвую курицу // Режим доступа: <http://regnum.ru/news/economy/2097376.html>
11. Европейский союз продлил санкции против России еще на полгода. // Режим доступа: http://www.newsru.com/world/21dec2015/eu_sanс.html
12. Хронология введения санкций и ответные меры России в 2014-2015 годах
РИА Новости // Режим доступа: <http://ria.ru/spravka/20151125/1328470681.html#ixzz45T4pd1Ds>
13. Как отреагировали Европа и США на санкции России // Режим доступа: <http://www.news-usa.ru/>
14. Владимир Путин, Президент РФ. Выступление на форуме «Россия зовет!» // Режим доступа: www.finam.ru
15. Кто из европейских стран сколько потерял на антироссийских санкциях [Электронный ресурс].- Режим доступа: <http://путин.ru-an.info/новости/>
16. МИД РФ: ЕС замалчивает последствия санкций против РФ для европейцев // Режим доступа: <http://ria.ru/world/20150622/>
17. Антироссийские санкции: Неожиданные последствия. 12.02.2016г. [Электронный ресурс].- Режим доступа: <http://politobzor.net/show-81390>
18. Не яблоком единым... // Режим доступа: <http://rg.ru/2014/08/21/postavki.html>
19. Пять видов продукции животноводства, наиболее перспективных с точки зрения импортозамещения в России. // Режим доступа: <http://moneymakerfactory.ru/biznes-idei/tovar-importozamescheniya/>
20. Внешнеторговый оборот России. // Режим доступа: <http://ru.investing.com/news/новости-экономических-индикаторов>.
21. Внешняя торговля России в 2015г. // Режим доступа: <http://global-finances.ru/vneshnyaya-torgovlya-rossii-2015/>

**ГОСУДАРСТВЕННОЕ РЕГУЛИРОВАНИЕ И МОДЕЛИРОВАНИЕ
ИНСТИТУЦИОНАЛЬНОГО ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ УЧАСТНИКОВ
РЫНКА ВНУТРЕННЕЙ ТОРГОВЛИ**

ВОЗИЯНОВА Н.Ю., д.э.н., профессор

*ГО ВПО «Донецкий национальный университет экономики и торговли
имени Михаила Туган-Барановского»
nagasadoo@narod.ru*

Эффективное функционирование институтов внутренней торговли в условиях рыночной экономики обеспечивает качественное изменение во взаимоотношениях между участниками рынка и государством. Как известно в условиях рыночной экономики украинское государство оставило за собой лишь регулирующую и контролирующую функции. Поэтому остается актуальным вопрос изучения роли государства в формировании и развитии рыночных отношений.

Анализ последних публикаций свидетельствует, что роль государства в национальной экономике исследовалась экономистами различных научных школ и много раз менялась с развитием и изменением направлений экономической мысли: от неоклассической экономической теории начала XX века (А.Смит, А.Маршалл и др.), неолиберализма (Ф.Хайек, М.Фридман, А.Алле и др.), кейнсианства (Дж.М.Кейнс) к институционализму (Д.Норт, Р.Коуз и др.). Среди отечественных и зарубежных экономистов, исследовавших институциональные вопросы, связанные с развитием торгово-экономических отношений следует выделить работы Е.Азарян [1], В.Апопия [3], Б.Бермана [4], А.Мазараки [21], О.Покатаевой [27], В.Радаева В.[31], А.Садекова, А.Шубина [32], О.Шепеленко [36] и др. В тоже время вопросам моделирования развития внутренней торговли в условиях поливариантности политики государства уделяется недостаточное внимание.

Институты нами определены как совокупность норм и правил, механизмов их реализации и защиты, включая гарантов их исполнения, обеспечивающих эффективное взаимодействие между людьми, направленные на оптимизацию трансакционных издержек [27, с.222]. Известно, что ряд институтов меняется легко, а иные – меняются медленно и слабо подвержены действию внешних сил. Для создания условий развития внутренней торговли государство должно обеспечить: законодательную базу, инфраструктуру, стабильность и другие факторы благоприятной институциональной среды.

Экономическую деятельность – отношения обмена – можно рассмотреть как последовательность взаимодействий между предпринимателями и описать игрой, каждый из участников которой выбирает между кооперативным поведением (подразумевающим поставку товара) и некооперативным поведением (нарушением контракта поставки). Если оба участника выбирают кооперацию, реализуется обмен, в котором каждый участник выступает продавцом своего товара и покупателем чужого. Если один участник выбирает кооперацию, а другой ведет себя некооперативно, имеет место эксплуатация первого вторым.

Выгоды, извлекаемые участниками из взаимодействия, зависят не только от их поведения, но и от государственной политики, а именно – от вмешательства государства в бизнес в той или иной форме. Поскольку взаимодействие повторяется во времени, то на текущие решения участников влияет история их отношений.

В тоже время, ситуация изменится, если государство в той или иной форме будет вмешиваться в деятельность участников. На результаты деятельности участников оказывает влияние вмешательство государства в той или иной форме. Чай С.-К. [41] выделял три варианта поведения государства: грабительское, защищающее контракты, нейтральное, отчего, с нашей точки зрения, зависят и выстраиваемые взаимоотношения в развитии торговли. Используем эти выводы для анализа структуры бизнес-отношений, которые сложились в украинском обществе под влиянием господствующих норм и ценностей.

Начиная с 1991 года, государство вело себя то грабительски, то нейтрально, а что касается базовых правовых и финансовых институтов, распределяющих риски и защищающих контракты, то они слабо сформированы. Государство, предоставляя значительную автономию частным предприятиям, тем не менее, не способствует их развитию ввиду коррупции. С течением времени стабильность бизнес-среды поддерживается через сращивание бизнеса и власти со всеми вытекающими последствиями. Из-за неспособности политических институтов обеспечить защиту формальных контрактов, полагаться на них в кооперативных отношениях не рационально. И все же кооперация достигается, но не за счет доверия к политическим механизмам, а за счет доверия между индивидами, разделяющими общие ценности.

Участники взаимодействия стараются сузить круг своих партнеров, выбирая их из числа родственников и знакомых, ранее не замеченных в неподобающем поведении. Причем, криминальные структуры (крыши) обеспечивали выполнение правил через применение силовых методов.

Поэтому, чтобы субъект был принят как партнер, он должен вести себя в соответствии с установленными правилами. Комплексность описанных выше проблем не позволяют сформировать единые правила регулирования в виду отсутствия возможности всесторонне изучить данную проблему. Поэтому в ситуациях, когда возможно провести изучения в реальных условиях объект-оригинал (*в данном случае условия взаимодействия институтов внутреннего рынка*) можно заменить моделью, и на основе математических выражений и преобразований получить не единственное, а сценарное описание поведение изучаемого объекта, что позволит реализовать последующие задачи управления процессами развития и регулирования. Если рассматривать процесс традиционного использования моделей в управлении бизнесом с ретроспективных позиций, то в нем можно отметить и определенные успехи и имеющиеся проблемы. В числе последних можно упомянуть следующие трудности: получение входных данных, интерпретация полученных результатов, отсутствие доверия к моделям со стороны пользователей, интеграция моделей различного типа, построение собственных моделей пользователя и др. Подход, положенный в основу построения подсистемы моделирования развития проблемной ситуации, направлен на возможное уменьшение указанных проблем в рамках единой интегрированной системы. Главный момент интеграции заключается в том, что основные компоненты системы (данные, модели, процедуры анализа, оценки результатов и проверка их адекватности, работающие в единой интегрированной информационно-аналитической системе) позволяют получить новое качество в управлении взаимодействиями фирм.

Необходимо так же отметить, что с точки зрения возможностей использования на различных уровнях управления фирмой модели разбивают на стратегические, оперативные и тактические [18]. Однако также модели классифицируют по временному признаку, математическому аппарату, и основного подхода к моделированию процессов [14]: системно-динамического, дискретно-событийного, процессного, оптимизационного, когнитивного, имитационного и вероятностного. Существенные наработки современных ученых в области организации процессов на рынке внутренней торговли позволяют утверждать, что лучше всего подойдет аппарат вероятностного имитационного моделирования, который чаще всего применяют в условиях ограниченной информации, а в нашем случае - для изучения процессов институционального взаимодействия на рынке внутренней торговле. На основании этого станет возможным так же выявить приоритеты развития в условиях различных вариантов политики государства (рис. 1).

Для моделирования развития внутренней торговли, базирующегося на отношенческом подходе, введем следующие допущения: модель внутренней торговли рассматривается на примере взаимодействия двух сторон: покупателя и продавца; взаимодействие подразумевает заключение сделки купли-продажи или обмена; взаимодействие повторяется во времени; на текущее решение участников влияет история их отношений; на принимаемые решения субъектов оказывает влияние изменение внешней среды.

Исходя из допущения, что модель внутренней торговли на примере взаимодействия двух сторон, а именно, покупателя и продавца следует, что для каждой из сторон становятся возможны только два варианта поведения: кооперативное и некооперативное. Эти два варианта поведения для двух сторон дают четыре разных вида взаимодействия (табл. 1). показали результаты нашего исследования, вероятность кооперативного поведения влияет также на количество сделок совершаемых в единицу времени. Если вероятность кооперативного поведения низкая, то это приводит к невысокой интенсивности обменных операций. Если государство проводит политику, при которой вероятность кооперативного поведения достаточно высока, то это приводит к повышению интенсивности обменных операций.

Таблица 1

Виды взаимодействия продавца и покупателями

№	Поведение покупателя	Поведение продавца	Описание взаимодействия
1	Кооперативное	Кооперативное	Обе стороны получают высокий результат от взаимодействия
2	Кооперативное	Некооперативное	Продавец получает максимальный результат, а покупатель – минимальный
3	Некооперативное	Кооперативное	Продавец получает минимальный результат а покупатель - максимальный
4	Некооперативное	Некооперативное	Обе стороны получают низкий результат от взаимодействия

Так, в результате ряда имитационных экспериментов, на основе выдвинутых гипотез о степени вероятности процессов взаимодействия на рынке внутренней торговли, было установлено, что на стимулы участников отношений к кооперационным взаимодействиям и на стремление к их осуществлению оказывает влияние не только государственная экономическая политика, но и культурные ценности - характер внутренней среды институтов внутренней торговли. Политика, влияя на результаты деятельности, в долгосрочном плане косвенно способствует изменению этих ценностей, однако в условиях отсутствия информации о возможностях реализации кооперационных взаимодействий при различных вероятностных состояниях, на устранение которых и направлен разработанный научно-методический

подход, достаточно сложно оценить и спрогнозировать правильность и своевременность тех или иных политических решений. Вот почему оценка степени взаимодействия с использованием средств математического моделирования и изучение поведения самой моделируемой системы позволяет более точно реализовывать все внешние воздействия и определить их влияние на параметры развития институтов внутренней торговли.



Рисунок 1. Структурная схема процесса моделирования взаимодействия между покупателем и продавцом на рынке внутренней торговли

В последующих процедурах моделирования было также установлено и подтверждено соответствующими испытаниями, что вероятность кооперативного поведения влияет также на количество сделок совершаемых в единицу времени. Если вероятность кооперативного поведения низкая, то это приводит к невысокой интенсивности обменных операций. Если государство проводит политику, при которой вероятность кооперативного поведения достаточно высока, то это приводит к повышению интенсивности обменных операций. Таким образом, мы подошли к необходимости выяснить, а какие параметры процессов взаимодействия мы будем считать кооперативными и впоследствии наиболее эффективными.

Институты как правила игры, предлагаемые на всех уровнях - государственном, региональном, предприятий – позволяют упорядочить функционирование внутренней торговли [40]. Конечное звено - предприятие - в рамках действующего законодательства и своих компетенций, создают свою собственную систему правил и норм, механизмов их реализации и защиты, записанные в их миссии и торговой политике, тем самым, формируя институциональный рынок [18, 14]. Покупатели, выбирая место осуществления покупок, исходя из собственной системы оценки – институтов покупателя - даже не обращают внимания, на то, что постоянно делают выбор между предлагаемыми институтами.

Мнение, что покупатели являются важным источником жизненных ценностей для любого предприятия – есть общеизвестный факт и выступает клише. Без покупателей предприятие мертвое и не может иметь никаких доходов, никаких прибылей и, соответственно, никакой рыночной ценности.

Несмотря на практически общее понимание значимости покупателей, действия большинства предприятий, в том числе и в торговле, отнюдь не отвечают собственным декларациям. И причиной тому не обязательно становится недостаточность усилий, приложенных в данном направлении. На наш взгляд, причиной тому является недостаточное внимание к изучению и использованию институционального подхода в выстраивании взаимоотношений между предприятием и покупателями в самом широком содержании этих связей. Общеизвестно, что покупателем может выступать как физическое, так и юридическое лицо. Выстраивание необходимых институтов в настоящее время должно базироваться на теоретических достижениях институциональной экономической теории [9], включающей в исследования человека, которому присущие ряд свойств, как положительного, так негативного характера, что обуславливает возникновение некоторых расходов (издержек) при осуществлении взаимодействия (рис. 2).

Эффективным взаимодействием будем считать такой уровень отношений на рынке, при котором транзакционные расходы будут достигать минимального значения, а плотность распределения достоверности реализации эффективных отношений с одной стороны будет определяться как реакционная характеристика рыночных условий взаимодействия, а с другой как результат, который определяется существующим влиянием соответствующей государственной политики регулирования транзакционных процессов.

Нормальная реакция рынка основана на адекватных ожиданиях, когда небольшое увеличение вероятности эффективного взаимодействия приводит к пропорциональному росту количества обменных операций.

Запоздалая реакция рынка основана на пессимистических ожиданиях, когда небольшое увеличение вероятности эффективного взаимодействия приведет к незначительному росту количества обменных операций.

В ходе реформирования экономики продолжается работа по созданию механизма рыночного взаимодействия органов исполнительной власти всех уровней и субъектов торговой деятельности. Переход от всеобъемлющей государственной монополии в области торговли к рыночным принципам ее организации составляет сегодня один из важнейших институциональных сдвигов в современной реформирующейся экономике страны, о чем свидетельствует и широкий диапазон научных публикаций.

Вопросам регулирования посвящены работы Е.В. Капитоновой [20], И.А. Яровой [38], Ж. Смирновой, Н. Моисеевой [33], вопросам институциональной теории М.Никитин, А.Юрко [22], Д. Норт [24], К. Беси, О.Фавро [5,6], Н.Дроздова [16], Е.Попов, А.Сергеев [28], психологии и экономики, зрелости социальных институтов С. Делавинья [15], П.Ореховского [26], Л. Болтански [7], однако пока недостаточно внимания посвящено вопросам государственного регулирования развития внутренней торговли в условиях эффективного взаимодействия участников рынка.

Государственное регулирование торговли выражается в создании экономических условий для ее развития, а также в законодательных нормах и предписаниях, контролирующей экономическую деятельность организаций торговли. В развитых зарубежных странах с высоким уровнем развития рыночных отношений роль государства в регулировании торговли незначительна. Система регулирования торговли на государственном уровне призвана способствовать повышению эффективности торговли, создавать условия для активизации ее деятельности; на уровне предприятия – реализовывать оптимальную систему мер по повышению его экономической и социальной эффективности.

Стратегия государственного регулирования развития внутренней торговли должна быть направлена, прежде всего, на создание эффективной товаропроводящей системы, соответствующей требованиям инновационного сценария развития экономики и способствует модернизации экономики Украины.

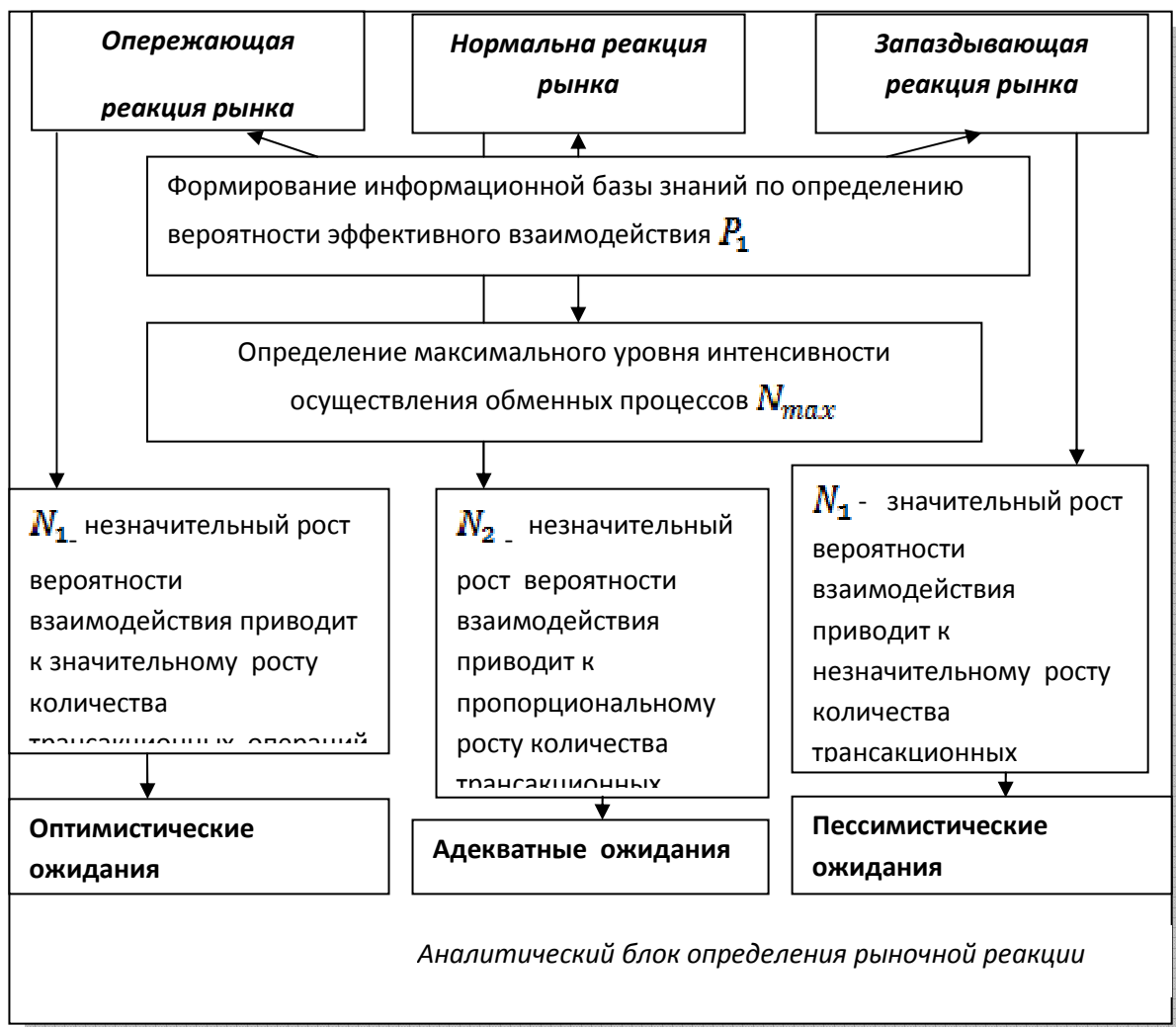
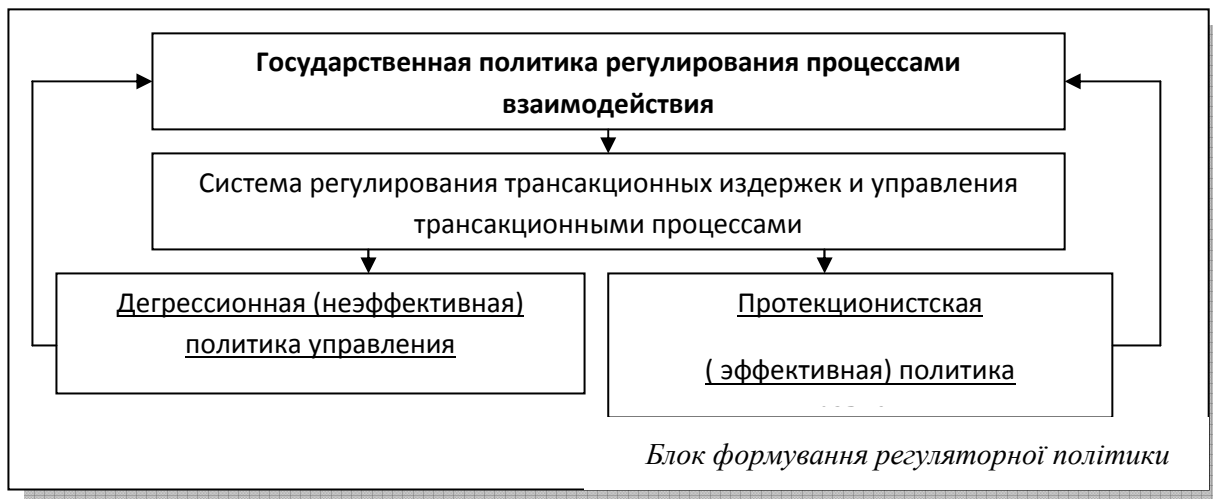


Рисунок 2. Механизм регулирования рынка внутренней торговли государством при разных реакциях рынка, влияющих на эффективность взаимодействия

Основная цель - создание товаропроводящей системы обеспечивающей эффективную дистрибуцию для производителей (широкий географический охват, большая пропускная способность, низкие удельные издержки системы) и

эффективное удовлетворение потребностей населения (физическая доступность товаров, ценовая доступность товаров, высокое качество товаров и услуг).

Для создания такой товаропроводящей системы необходимо значительно увеличить количество торговых площадей современных форматов в Украине, долю современных форматов в обороте отрасли, уровень консолидации в отрасли, долю удаленных каналов продаж. При этом необходимо обеспечить достаточный уровень конкуренции и поддерживать малый и средний бизнес, не ограничивая развитие крупных торговых сетей.

Инструменты государственного регулирования сектора торговли, в зависимости от степени контроля и в соответствии с актуальными целями государства, варьируются от общего стимулирования конкуренции до контроля над ценообразованием и территориальным размещением магазинов и их площади.

Государственное регулирование торговой деятельности осуществляется посредством: установления требований к ее организации и осуществлению; антимонопольного регулирования в этой области; информационного обеспечения деятельности; государственного и муниципального контроля в данном сегменте экономики.

Следует подчеркнуть, что рынок и торговля всегда были и остаются составной частью национальной экономики, как элемента глобализационных процессов мировой экономики. Поэтому по мере развития рыночных отношений, реального достижения экономических свобод товаропроизводителей, посредников и потребителей в отношении ассортимента и объемов изготавливаемых, закупаемых и реализуемых товаров и услуг, свободы ценообразования все большая роль отводится государственному регулированию торговой деятельности, которое должно быть нацелено на создание и поддержание условий эффективного взаимодействия участников рынка.

Исследование сущности словарных трактовок терминов «действие» [27] и «эффект» [36, с. 509] как в первом случае - совершение усилий, а во втором - как результат или следствие чего-нибудь, позволило нам определить сущность взаимодействия, как совершение усилий минимум нескольких сторон по достижению цели действия. И, следовательно, эффективное взаимодействие участников рынка мы предлагаем трактовать как совершение усилий, как минимум нескольких сторон на достижение цели действия, как результата или следствия осуществления взаимных усилий.

Регулировать или упорядочивать, налаживать взаимные отношения [36, с. 409] - значит задать структуру побудительных мотивов человеческого взаимодействия [1, с. 7], а значит институционализировать взаимоотношения

между людьми – субъектами, осуществляющими деятельность в сфере торговли. Причем регулирование может осуществляться на нескольких уровнях, как на уровне государства, так и на не государственном уровне. Рассматривая вопрос о развитии внутренней торговли, речь идет о ее изменении и достижения некоего состояния, которое соответствует либо фактическому состоянию, либо желаемому. Институционализация взаимоотношений относительно развития внутренней торговли базируется на формировании институтов, как общепринятых рамок поведения, что соответствует термину «конвенция» в экономической теории конвенций, которая освещена в работах К.Бесси, О.Фавро [5,6]. Главной гипотезой этой теории является тот факт, что общепринятые рамки поведения задаются извне и как таковые воспринимаются отдельными индивидами, хотя те и участвуют, осуществляя индивидуальные и коллективные действия, в их создании, реализации и пересмотре. То есть преследуется цель согласования автономии социального, обладающего собственными законами, с идеей о том, что действуют именно индивиды, а не надиндивидуальные сущности, причем проблема неполноты «правил» в этой теории как раз и преодолевается именно с помощью понятия «конвенция».

В переводе с французского языка «конвенция» означает частный договор о чем-либо между двумя государствами; условие, соглашение, уговор, любовная разверстка, сделка [27]. А значит, применительно к теме исследования, мы предлагаем под конвенцией понимать достигнутое соглашение относительно правил осуществления взаимодействия субъектов оперирующих в сфере торговли, базирующееся на разумных действиях акторов. Отметим, что конвенция снимает проблему координации акторов, возникающую в результате необходимости выбора единой схемы интерпретации установленных правил. Поэтому в экономике конвенций особо выделяются интерпретативные действия экономических агентов, которые оперируют на двух логических уровнях: выбора самих правил игры и способа применения этих правил, оправдание и воспроизводство которых, сопровождается формированием у участников взаимоотношений фреймов, определенных нами как способы мышления, соотнесения внешней информации с имеющимися правилами, принятыми ими за основу [21, с. 225; 32, с. 22]. Фундаментальная проблема координации заключается в том, что существует несколько логик, каждая из которых привязана к особому порядку обоснования ценности [24, 20. с. 108]. Среди выделенных в рамках экономической теории конвенций способов обоснования ценности наиболее актуальными для нашего рассмотрения следует считать рыночную, индустриальную и гражданскую логики (табл. 2). Таким образом, самый очевидный способ возникновения

критических ситуаций, когда соперничающие стороны не могут прийти к согласию, обусловлен не тем (во всяком случае, не только тем), что у сторон разные интересы, а тем, что контрагенты прибегают к разным логикам, привязанным к противоречащим друг другу порядкам обоснования ценности.

Так, с целью построения рациональной модели объединяющей две логически разнородные области - выбор правил и выбор способа применения этих правил - К.Бесси, О.Фавро [22, с. 21] предложена идея учитывать разумное действие с целью построения более общей модели рациональности, чем ее ограниченная модификация в рамках стандартной теории мейнстрима.

Таблица 2

Сущность логик оправдания при обосновании ценностей

№ п/п	Логика оправдания	Сущность
1	<i>Рыночная логика</i>	оперирует понятиями эффективности и прибыльности, свободы контрактных отношений и конкуренции.
2	<i>Индустриальная логика</i>	ориентируется на параметры производственных мощностей и технологий, планирования и инвестиций, обеспечения стабильности и функциональности связей в цепи поставок.
3	<i>Гражданская логика</i>	руководствуется категориями соблюдения прав участников рынка и обеспечения доступа к благам конечных потребителей в силу их гражданской принадлежности к данному обществу.

В отличие от моделей, в которых поведение агентов формируется исключительно исходя из расчета на индивидуальную выгоду, разумное действие в данном случае означает и политическое измерение, и критерий общего блага, определяющего жизнь в обществе. Взаимодействия в рамках экономики конвенций представлены не только обменом товаром и информацией, но и обменом аргументами, что позволяет фреймировать взаимоотношения, когда применение и интерпретация правил игры оправданы принимающими участие в ней акторами или применить право «голоса», или «выхода», в случае, когда во взаимоотношениях возникают отклонения, требующие регулирующих воздействий (рис. 3).

Работа над законопроектом «О внутренней торговле» в Украине идет шестнадцать лет и проблемными вопросами остаются вопросы институционализации развития внутренней торговли в стране. В декабре 2012 года в очередной раз был отозван из Верховной рады проект закона «О внутренней торговле». В результате проведенного нами анализа, сформирована табл. 3, характеризующая нормы проекта законодательства о внутренней торговле [30-31], раскрывающая дополнительные договорные условия, включаемые в договор поставки торговыми сетями.

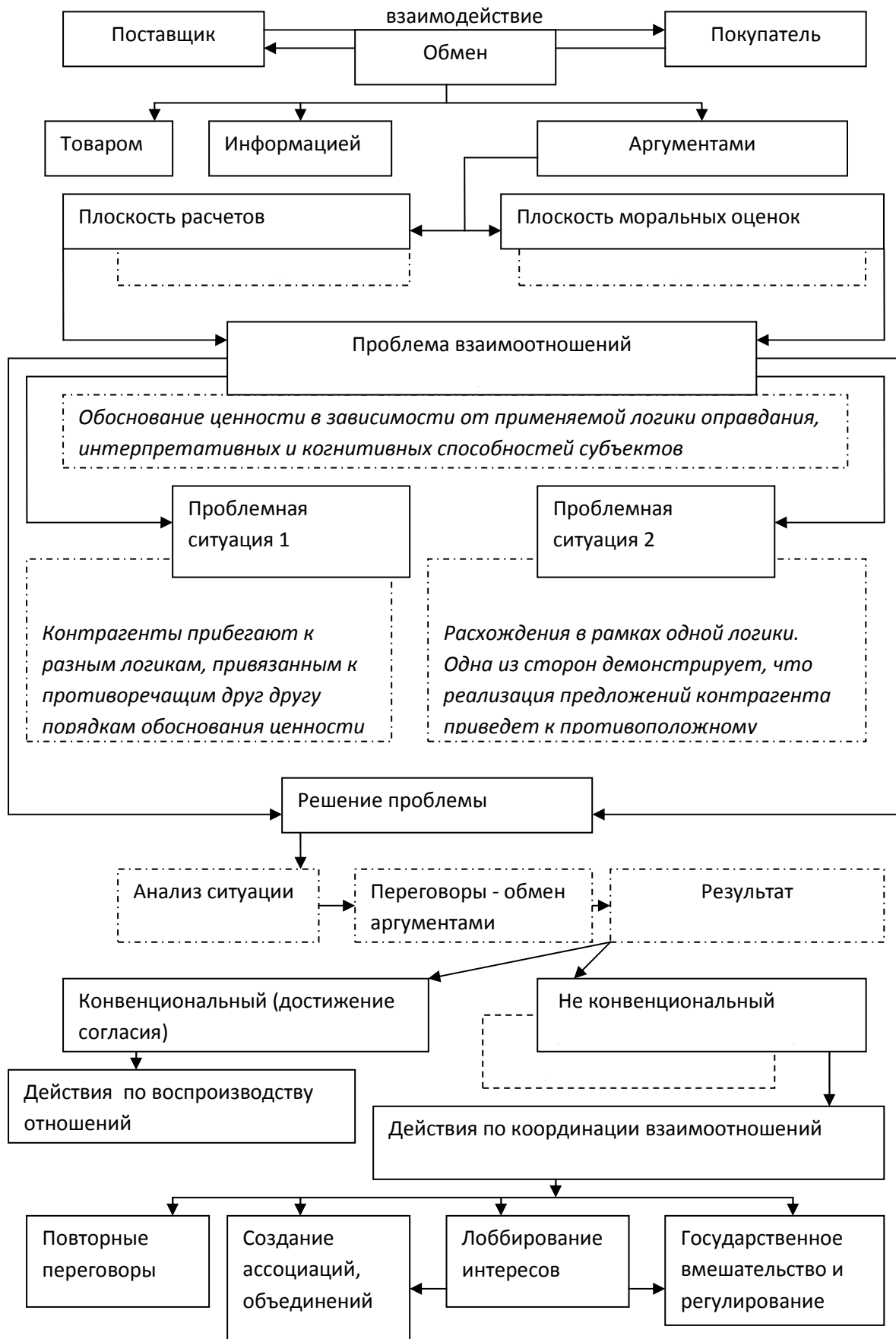


Рисунок 3 .Алгоритм процесса конвенциализации взаимодействия в сфере торговли

Как отмечал Н.Я.Азаров ключевые положения отозванного законопроекта – ограничение отсрочки платежа и запрет платы за маркетинговые услуги – сохранятся и в обновленном документе, так как, это позволят «обеспечить защиту отечественного производителя и потребителя» от диктата розничных сетей [23,35].

Таблица 3

Конвенциализация проблемы защиты отечественного производителя

№ п/п	Механизм решения конвенциональных проблем	Содержание
1	Субъект конфликта	Поставщики
2	Объект конфликта	Сети
3	Способ решения, выбранный субъектом	Изменение ситуации путем вмешательства государства в гражданско-правовые отношения
4	Средство решения со стороны государства	Введение Закона Украины «О внутренней торговле», в частности п. 16 «Особенности заключения договоров при осуществлении торговли продовольственными товарами»
5	Цель государственного вмешательства	Ограничение растущего влияния розничных сетей
6	Предмет конфликта	Институциональные новации, введенные розничными сетями (например, дополнительные договорные условия в договорах с поставщиками)
7	Сущность конфликтных институциональных новаций	Согласно дополнительным договорным условиям поставщики должны: <ul style="list-style-type: none"> - обеспечивать минимальный уровень цены; - оплачивать маркетинговые платежи; - делиться прибылью при приращении объема продаж; - предоставлять бесплатные услуги; - покрывать часть издержек торговой сети.
8	Ожидаемый результат со стороны поставщиков и государства	Заставить сети не применять маркетинговые платежи; защита отечественного производителя и борьба со «спекулятивным капиталом»
9	Вероятностный результат как реакция сетей	Организационный: <ul style="list-style-type: none"> - адаптация торговых сетей к нововведениям (изучение правил, проведение анализа); - нахождение (изобретение) новых способов обхода новых правил. Практический результат: <ul style="list-style-type: none"> - перевод маркетинговых платежей в формат скидок с цены поставщика; - взимание бонусов за объем реализации

Цель Правительства - создать такое нормативное поле, которое бы обеспечило качественное обслуживание потребителей, цивилизованное ценообразование с обоснованными торговыми наценками, содействие отечественным товаропроизводителям со стороны торговли и эффективные стимулы к развитию самой торговли. Сейчас назрела необходимость

установить единые, четкие и прозрачные правила, которые для всех участников внутренней торговли будут экономически привлекательными: как для торговли, так и для поставщика товаров» [23].

Существуют мнения о необходимости изучения того, как аналогичный закон работает в соседней стране или других странах, что может дать больше ясности, чем все предшествующие дискуссии [41, 39]. С нашей точки зрения для проведения такого анализа необходима методология, в основу которой мы предлагаем положить концептуальные подходы Анвера Грейфа [41]. Методологию, на которую опирается Грейф, он позиционирует как «сравнительный и исторический институциональный анализ». Концептуальные подходы и инструментарий сравнительного институционального анализа подробно изложены в работах О. Ананьина [2] и М. Одинцовой [25], а сущность методологии аналитического нарратива кратко изложены Н. Дроздовой [16].

Институциональные новации в виде дополнительных договорных условий и применяемых новых технологий ритейлорами, а также различная логика оправдания, стали причиной наиболее острых споров в сфере внутренней торговли, в частности относительно применения и обоснования маркетинговых платежей (табл. 4).

Таблица 4

Обоснование маркетинговых платежей

№ п/п	Вид маркетинговых платежей	Интерпретация		Комментарий к проблеме конвенционализации со стороны поставщиков
		Поставщик	Ритейлер	
1	Плата за размещение на полке (в том числе на лучших местах)	как технический элемент процесса продажи	как услуга розничной сети по предоставлению ограниченного ресурса, за который она вправе взимать дополнительную плату	серьезное непонимание их экономического смысла
2	Плата за вход в сеть	как дополнительный налог или хищнические поборы со стороны розничных сетей	как инструмент более эффективного использования дефицитных торговых площадей	непонимание экономического смысла
3	Плата за ввод новых товаров	как переключивание риска на	как услуга розничной сети, реализующая	разная логика оправдания

		поставщика (что действительно имеет место)	механизм рационального отбора многочисленных новинок в условиях асимметрии информации	
4	Ретро бонусы	как средство изъятия части прибыли у поставщиков, осуществляемое исключительно в интересах сетей,	как механизм конкурентной борьбы более крупных поставщиков со своими более мелкими конкурентами	в бонусах заинтересованы крупные поставщики, которые с их помощью пытаются вытеснить своих более мелких конкурентов

На непонимание сложных процессов и технологий, реализуемых в современной торговле, наслаиваются популистские лозунги о защите отечественного производителя и борьбе со «спекулятивным капиталом», направленные, по существу, против ритейла. Характерно, что подобные призывы легко находят позитивный отклик на что обращал внимание и В.Радаев [31, с. 123]. После короткого периода ожиданий и наблюдений за развитием ситуации торговые сети быстро адаптировались к новым условиям или нашли легальные способы обойти новые правила. Ключевой мерой стал перевод маркетинговых вознаграждений в скидки, то есть поставщикам было предложено снижать отпускные цены через систему скидок. Что же касается 10%-х бонусов за объем реализации, то, как отмечают многие поставщики, их стали брать чуть ли не автоматически (чего до принятия закона все-таки не было).

Главный урок для теории и практики институционального строительства заключается в том, что при введении новых правил обмена недостаточно рыночной власти и соответствия существующему законодательству. Ведущие участники рынка должны обеспечивать легитимность новых правил рыночного обмена. В противном случае возникающий дефицит легитимности предопределяет возникновение устойчивых отношенческих конфликтов, которые, в свою очередь, способны спровоцировать регулирующее вмешательство государства. Поэтому дальнейшее развитие институциональных механизмов будет в значительной степени зависеть от результатов символической борьбы, то есть от того, кому и насколько удастся навязать свое видение наболевших проблем и перспектив развития, обеспечить легитимность отвечающих своим интересам правил рыночного обмена.

В экономической литературе вопросам исследования факторов, влияющих на развитие экономики и торговли уделялось внимание такими авторами, как И.Дудакова, В.Федько [17], Н.Н.Якубовский [37], А.М.Иванова [19], В.Герасименко, А.Хижина [13], однако, факторы, влияющие на вероятность кооперативного поведения пока недостаточно исследованы. Поэтому нами проведена авторская систематизация факторов, влияющих на развитие экономики и торговли (табл. 6) с целью их углубленного изучения и использования знаний о характере влияния и возможностей их измерения для управления рациональностью взаимоотношений, выделения факторов, влияющих на вероятность кооперативного поведения субъектов в сфере торговли.

Таблица 6

Систематизация факторов, влияющих на развитие экономики и торговли

№ п/п	Авторы	Источник	Факторы, влияющие на развитие экономики и торговли
1	И.Дудакова, В.Федько	Развитие инфраструктуры розничной торговли // Маркетинг, № 2 (111), 2010. - С. 97-107	Факторы, ограничивающие деловую активность организаций розничной торговли [17, с. 105]: - высокий уровень налогов; - недостаточный платежеспособный спрос; - недостаток собственных финансовых средств; - высокая арендная плата; - высокие транспортные расходы; - высокий процент коммерческого кредита; - недостаточный ассортимент; - недоставок торговых, складских помещений
2	Н.Н.Якубовский	Внутренний рынок как зеркало проблем украинской промышленности // Экономика Украины, № 8, 2012. - С. 4-15.	Факторы, инфраструктурного содержания, обеспечивающие инновационное развитие экономики [37, с. 5]: - научно-технические базы данных в разных отраслях знаний; - специалисты соответствующего профиля; - опытно-экспериментальные и проектно-конструкторские фирмы, лаборатории; - информационно-коммуникационные сети
3	А.М.Иванова	Інфраструктура ринку споживчих товарів: проблеми і напрямки розвитку // Актуальні проблеми економіки, № 9 (111), 2010. - С. 55-65.	Факторы, влияния на формирование и развитие инфраструктуры рынка потребительских товаров [19, с. 58]: - экономические - тип экономической системы, отношения собственности; - политические - доверие к власти, политическая стабильность, тип политической системы; - управленческо-регулирующие - система институций, ценообразования; - правовые - законодательные акты и

			неформальные правила; - информационные - уровень коммуникационных связей; - психологические - ожидания населения
4	В.Герасименко, А.Хижина	Потребительское поведение в посткризисный период на российских FMCG рынках // Маркетинг, № 3 (124), 2012. - С. 43-52	Факторы изменения потребительского поведения [13, с. 43-44]: - развитие и насыщение товарных рынков; - изменение уровня доходов населения; - появление на рынке новых товаров и брендов; - экономический кризис

Изучение сущности факторов позволило выделить восемь групп факторов, влияющих на развитие кооперативного поведения (рис. 4).

Факторы институциональной среды.

1. Институциональные: тип рынка на котором функционирует субъект, его эффективность (наличие и развитость формальной сети, информационной и сети реальных контрактов); наличие нормативных актов, обеспечивающих развитие внутренней торговли и четкость прописанных в них норм; отсутствие возможности разночтений; наличие государственной политики (принятых и действующих законодательных актов в части: развития торговли, защиты конкуренции, защиты прав потребителей, программ развития отрасли на разных уровнях и т.п.); наличие органов, реализующих политику государства в сфере торговли; правовая система (эффективность действия судов, наличие третейских судов и т.п.), обеспечивающая неотвратимость ответственности за нарушения.

2. Организационные: виды торговли (дистанционная или традиционная); тип и размер организации (торговой, поставщиков); открытие новых точек у торговой организации; объединение в союзы, ассоциации (членство в союзах, ассоциациях, требующих исполнения принятых в них практик, предусматривающие наказания за их не исполнение или некачественное исполнение); технико-технологические (применяемые техника и технологии на предприятии, что может стать основой выдвигаемых требований к поставщикам; управленческие (форсированность системы управления, выполнение функций управления, применяемые управленческие инновации); конкурентные (применяемые у конкурентов техники и технологии, исследования, кадры и т.п.).

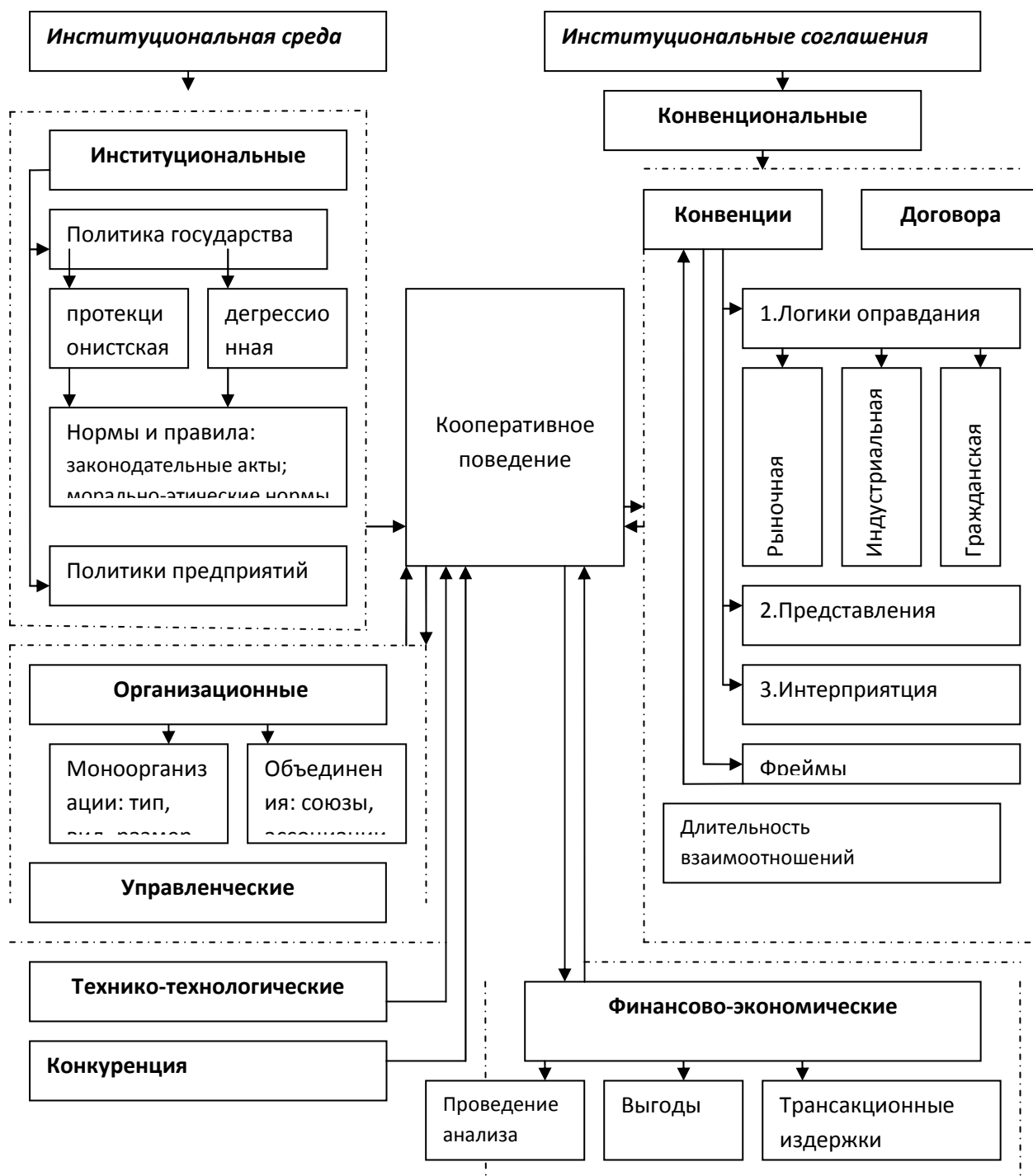


Рисунок 4. Факторы, влияющие на вероятность кооперативного поведения предприятий при взаимодействии субъектов торговли на внутреннем рынке

Факторы институциональных соглашений.

3. Конвенциональные: применяемые логики оправдания (рыночная, индустриальная гражданская); представления руководителей, вытекающие из логики оправдания и внутренних морально-этических нормах (о правильном или неправильном, справедливом или не

справедливом); интерпритативные способности руководителей и исполнителей контрактов.

4. Сформированные фреймы.

5. Виды договоров (на проведение маркетинговых исследований; на выполнение рекламных работ, оказание рекламных и информационных услуг; на транспортное экспедирование и др.) и наличие в них маркетинговых платежей, четкость выполнения которых зависит от применяемой руководителем контрагента логики оправдания.

6. Способы, которыми руководители предприятий привыкли решать проблемные и спорные ситуации, что определяет длительность отношений.

Финансово-экономические факторы.

7. Наличие финансовых средств для выполнения обязательств.

8. Проведение анализа, в том числе институционального.

Таким образом, задача государства как раз заключается в том, чтобы обеспечить истинное равенство и баланс интересов, что достигается только через правовое регулирование отношений. И государственное регулирование торговой деятельности — это создание условий для равных, конкурентных, цивилизованных и ответственных отношений между сторонами в производстве и реализации продовольственных товаров. В сущности — это закон и порядок, это традиция честных, партнерских отношений, справедливого распределения предпринимательских рисков, это готовность отвечать по договорным обязательствам. Это также невозможность недобросовестного поведения, завуалированного под мнимую свободу невыгодного договора. При не выполнении государством своих функций регулирования возникает вероятностная опасность того, что его место займет другой регулятор — сговор монополистов.

Таким образом, использование предложенного нами подхода позволяет проводить институциональный анализ и моделировать взаимодействие участников рынка при разной политике государства и многовариантности условий взаимодействия на рынке внутренней торговли.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Азарян О.М. Споживчий ринок України: маркетингові дослідження / Под ред Е.М.Азарян. – Донецк: ДонНУЭТ, 2012. – 520 с.
2. Ананьин О.И. Структура экономико-теоретического знания / О.И. Ананьин. - М.: Наука, 2005. – 244 с.

3. Апопій, В.В. Структурні трансформації в системі торгівлі. Економічні системи / За ред. Г.І. Башнянина. – Л.: ЛКА, 2006. – 484 с.
4. Берман, Барри. Розничная торговля: стратегический поход [пер. с англ.] 8-е издание / Барри Берман, Джоэл Р. Эванс. – М.: Издательский дом «Вильямс», 2008. – 1184 с.
5. Беси, К. Экономика конвенций и институционализм: результаты взаимодействия [Текст] / К. Беси, О. Фаро // Вопросы экономики. 2010. № 9. – С. 26-40.
6. Беси, К. Институты и экономическая теория конвенций [Текст] / К. Беси, О. Фаро // Вопросы экономики. 2010. № 7. – С. 12-38.
7. Болтански Л. Социология способности [Текст] / Л. Болтански, Л. Тевено // Журнал социологии и социальной антропологии, Т.3, № 3, 2000. - С. 66-83.
8. Возіянова, Н.Ю. Державне регулювання інституціональних змін у розвитку внутрішньої торгівлі як галузі української економіки [Текст] / Н.Ю.Возіянова // Вісник ДонНУЕТ. Науковий журнал. Серія „Економічні науки”. № 3 (47), 2010. – С. 219-228.
9. Возіянова Н.Ю. Стратегирование внутренней торговой политики Украины: институциональный подход [Текст] / Н.Ю. Возіянова// Стан і проблеми обліку, контролю і аналізу в умовах транзитивної економіки: Матер. II міжнар. наук.-практ. інтернет-конф., 10 червня, 2010. / М-во освіти і науки України, Донец. нац. ун-т економіки і торгівлі ім. М. Туган-Барановського. – Донецьк: [ДонНУЕТ], 2010. – С. 158-162.
10. Возіянова Н.Ю. Цілепокладання у розвитку торговельних структур [Текст] // Актуальні Проблеми Економіки. Науковий економічний журнал, № 11(101), 2009. – С. 49-62.
11. Возіянова Н.Ю. Інституціональна економіка як теоретична основа аналізу внутрішньої торгівлі [Текст] / Н.Ю. Возіянова // Вісник ДонНУЕТ. Науковий журнал. Серія „Економічні науки”. № 3 (35), 2007. – с. 68 – 79.
12. Возіянова Н.Ю. Трансформація фреймів та інституціональної структури в розвитку внутрішньої торгівлі в Україні [Текст] / Н.Ю. Возіянова // Вісник ДонНУЕТ, Економічні науки. – 2009. - № 4 (44). – С. 20-30.
13. Герасименко В. Потребительское поведение в посткризисный период на российских FMCG рынках [Текст] /В. Герасименко, А. Хижина // Маркетинг, № 3 (124), 2012. - С. 43-52.

14. Громова Н.Б. Методы исследования операций в моделировании организационно-экономических задач /Н.Б. Громова, Э.В. Минько, В.И. Прохоров. - М.: Изд-во МАИ, 1992. - 239с.
15. Делавинья С. Психология и экономика: результаты эмперических исследований [Текст] / С. Делавинья // Вопросы экономики. 2011. № 5. – С. 56-74.
16. Дроздова Н. В поисках новой методологии: сравнительный анализ и исторический институциональный анализ Анвера Грейфа [Текст] / Н. Дроздова // Вопросы экономики. 2011. № 1. – С. 101-119.
17. Дудакова И. Развитие инфраструктуры розничной торговли [Текст] / И. Дудакова, В. Федько // Маркетинг, № 2 (111), 2010. - С. 97-107.
18. Загорная Т.О., Коломыцева А.О. Процессно-ориентированный подход в управлении развитием организаций [Текст] / Т.О. Загорная, А.О. Коломыцева // Міжнародний науковий журнал «Механізм регулювання економіки». - № 1. - Вид-во Сум ДУ, 2009. - С. 205-215.
19. Иванова А.М. Инфраструктура рынка споживчих товарів: проблеми і напрямки розвитку [Текст] / А.М. Иванова // Актуальні проблеми економіки, № 9 (111), 2010. - С. 55-65.
20. Капитанова Е.В. К вопросу о государственном регулировании розничной торговли [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://law.admtymen.ru/noframe/nic?d&nd=466201503&prevDoc=466201482>. (Дата обращения: 18.08.2013).
21. Мазараки А.А. Торговля. Деньги. Менталитет / А.А.Мазараки. – К.: Книга, 2006. – 632 с.
22. Никитин М. Поисковые теории рынков [Текст] / М. Никитин, А. Юрко // Вопросы экономики. 2011. № 1. – С. 51-64.
23. Николай Азаров призвал участников рынка объединить усилия для принятия компромиссного закона о внутренней торговле // Правительственный портал, 31.01.2013, // Режим доступа: Режим доступа: http://www.kmu.gov.ua/control/ru/publish/article?art_id=246013962 (Дата обращения: 02.04.2016).
24. Норт Д. Институты, институциональные изменения и функционирование экономики / Д. Норт. - М.: Фонд экономической книги «НАЧАЛА», 1997. – 180 с.
25. Одинцова М.И. Сравнительный институциональный анализ / М.И. Одинцова // Экономическая компаративистика: методологические принципы и направления развития / Под ред. О.И.Ананьина. М.: ИЭ РАН, 2002. - С. 82-109.

26. Ореховский П. Зрелость социальных институтов и специфика оснований терор общественного выбора [Текст] / П. Ореховский // Вопросы экономики. 2011. № 5. – С. 75-86.
27. Покатаєва О.В. Державне регулювання трансформації торговельно-економічних відносин: інституціональний підхід / О.В.Покатаєва. - Запоріжжя : Вид-во КПУ, 2009. - 408 с.
28. Попов Е., Сергеев А. Современный российский институционализм: к продолжению дискуссии [Текст] / Н. Попов, А. Сергеев // Вопросы экономики. 2010. № 2. – С. 103-111.
29. Проект Закона Украины «О внутренней торговле» (№9443 от 10 ноября 2011 года) [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://rss.novostimira.com/n_1734270. (Дата обращения: 12.04.2013).
30. Проект Закона Украины «О внутренней торговле» (неофициальный текст) от 21.01.2013 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://search.ligazakon.ua/l_doc2.nsf/link1/NT0407.html (Дата обращения: 02.04.2016).
31. Радаев В. Как обосновать введение новых правил обмена на рынках [Текст] / В. Радаев // Вопросы экономики, № 3, 2011. - С. 104-123.
32. Садеков А.А. Налоговые механизмы повышения эффективности торгового предприятия : монографія / А.А. Садеков, Н.В. Ващенко. – Донецк: ДонГУЭТ, 2004. – 154 с.
33. Смирнова Ж., Моисеева Н. Европейская практика регулироания рынков [Текст] / Ж. Смирнова, Н. Моисеева // Маркетинг. 2001. № 6 (121). - С. 82-86.
34. Совершенствование бізнес-процессов в розничном торговом предприятии / Под общ. ред.. А.А.Шубина, А.А.Садекова. – Донецк: ДонГУЭТ им. М. Туган-Барановского, 2006. – 197 с.
35. Почему Украине не нужен закон о внутренней торговле [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://forbes.ua/opinions/1345769-rochemu-ukraine-ne-nuzhen-zakon-o-vnutrennej-torgovle> (Дата обращения: 12.04.2013).
36. Шепеленко О.В. Трансакционные издержки в переходной экономике: проблемы теории и практики / О.В.Шепеленко. - МОН Украины. Донецкий нац. ун-т экономики и торговли шимени М.Туган-Барановского. - Донецк, 2007. - 360с.
37. Якубовский Н.Н. Внутренний рынок как зеркало проблем украинской промышленности [Текст] / Н.Н. Якубовская // Экономика Украины, № 8, 2012. - С. 4-15.

38. Яровая И.А. Государственное регулирование торговли [Электронный ресурс]. – Режим доступа: // <http://www.rosconservator.ru/articles/5/>. (Дата обращения: 18.08.2013).
39. Bates R.H. The Analytic Narrative Project [Text] / R.H. Bates, A. Greif, M. Levi, J.-L. Rosenthal, B.R. Weingast // The American Political Science Review. 2000. Vol. 94, № 3. P. 696-702.
40. Chai S.-K. Culture, Rationality and Economic Institutions in East Asia: The Chinese Family Firm [Text] / S.-K. Chai / University of Hawaii, Department of Sociology Working Papers. 2003. - P. 8-15.
41. Greif A. Historical and Comparative Institutional Analysis [Text] / A. Greif // American Economic Review. 1998. Vol. 88, № 2. P. 80-84.

БАНКОВСКОЕ ПОТРЕБИТЕЛЬСКОЕ КРЕДИТОВАНИЕ В РОССИИ В СОВРЕМЕННЫХ ЭКОНОМИЧЕСКИХ УСЛОВИЯХ

НАГОЕВА Т.А.

*Пермский институт (филиал) ФГБОУ ВО «Российский экономический
университет имени Г.В. Плеханова»
nagoeva.ta@mail.ru*

Значение банковского потребительского кредитования для развития потребительского рынка страны состоит в стимулировании потребления товаров и услуг, экономии издержек обращения торговых предприятий, связанных с хранением и дальнейшим продвижением товаров и услуг. Население, в свою очередь, имеет возможность удовлетворить свои потребности в товарах и услугах в момент наивысшей актуальности. Банковская организация, как непосредственный участник процесса кредитования, получает прибыль и несет финансово-экономические риски.

Проблематика развития рынка потребительского кредитования находит отражение в работах многих отечественных и зарубежных исследователей. У большинства отечественных авторов потребительский кредит – это любые виды ссуд, предоставляемых населению, в том числе на приобретение товаров длительного пользования, ипотечные ссуды, ссуды на неотложные нужды и прочие [9, с. 271]. Зарубежные авторы в трактовке потребительского кредита относят к нему ссуды для приобретения потребительских товаров и оплаты соответствующих услуг [13]. Наличие разницы в двух подходах, отечественном и зарубежном, не препятствует тому, чтоб определить потребительский кредит, как финансовый ресурс, предназначенный для конечного потребления.

В системе нормативно-правового регулирования Российской Федерации потребительский кредит (заем) – денежные средства, предоставленные кредитором заемщику на основании кредитного договора, договора займа, в том числе с использованием электронных средств платежа, в целях, не связанных с осуществлением предпринимательской деятельности (далее – договор потребительского кредита (займа)), в том числе с лимитом кредитования [1].

В рамках данного исследования под банковскими потребительскими кредитами понимаются кредиты, выдаваемые кредитными организациями, имеющими лицензию на право осуществления банковских операции,

необеспеченные кредиты, в том числе POS-кредитование, а также необеспеченное кредитование с использованием банковских карт (кредитные карты, дебетово-кредитные карты, дебетовые карты с овердрафтом). Иные типы кредитов, выдаваемые физическим лицам, в ходе анализа не учитывались.

Перечень участников-кредиторов рынка потребительского кредитования на сегодняшний день представлен кредитными организациями, имеющими лицензии на право осуществления банковских операций; микрофинансовыми организациями; ломбардами; хозяйствующими субъектами нефинансового сектора экономики и т.д. Согласно ст.3. Федерального закона №353-ФЗ от 21.12.2013 г. «О потребительском кредите (займе)» кредитором может быть предоставляющая или предоставившая потребительский кредит кредитная организация, предоставляющие или предоставившие потребительский заем кредитная организация и некредитная финансовая организация, которые осуществляют профессиональную деятельность по предоставлению потребительских займов, а также лицо, получившее право требования к заемщику по договору потребительского кредита (займа) в порядке уступки, универсального правопреемства или при обращении взыскания на имущество правообладателя [1].

Среди перечисленных участников наибольшую долю по объему задолженности имеют именно банки. Они же и несут экономические риски, связанные с невозвратом потребительских кредитов. По данным Центрального Банка РФ по состоянию на 31.12.2015 г. общая задолженность физических лиц перед кредитными организациями составила 10684331 млн. руб. (в том числе 288503 млн. руб. задолженность по кредитам, предоставленным в иностранной валюте). Динамика суммарной задолженности по потребительским кредитам перед банками за последние пять лет представлена на рисунке 1.

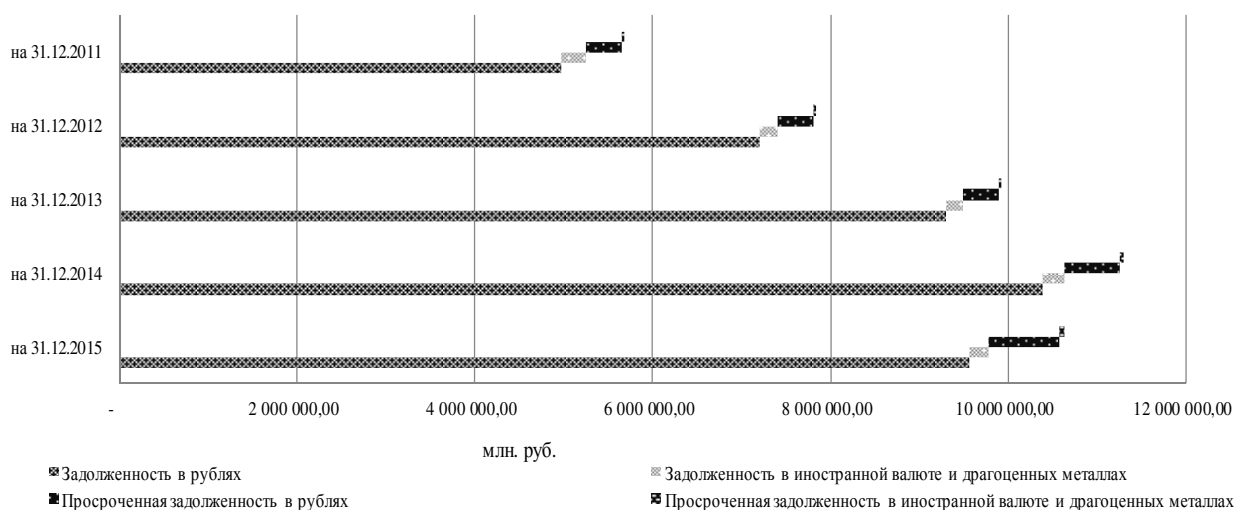


Рисунок 1. Структура задолженности по кредитам, предоставленным физическим лицам кредитными организациями РФ[23]

На протяжении периода исследования сумма задолженности заемщиков перед банками в основном увеличивалась, исключением является динамика выдачи потребительских в 2015 году. В 2011 году был отмечен существенный рост суммарной задолженности по потребительским кредитам, а именно 36,2%; данный факт, по мнению экспертов, был показателем выхода экономики страны из финансово-экономического кризиса 2008– 2009гг. В период с 2012 года по 2014 год наблюдается положительный прирост суммарной задолженности по кредитам. Удельный вес просроченной задолженности в структуре задолженности достиг максимального значения по состоянию 31.12.2015 г. – 8,1%, к примеру, данный показатель в 2012 и 2013 годах составил 4,05% и 4,42% соответственно. Причинами роста просроченной задолженности является как влияние макроэкономических факторов, так и внутрибанковских факторов. Интерес у россиян к потребительским кредитам в иностранной валюте и драгоценных металлах существенным образом снизился в 2014 году, по причинам монетарного характера, приведшим к резкой девальвации рубля. Обозначенные причины негативным образом повлияли на динамику просроченной задолженности, выраженной в иностранной валюте и драгоценных металлах, так в 2011 году ее доля составляла 14,5%, а по состоянию на 31.12.2015 г. – 22,0%.

Динамика суммарной задолженности по потребительским кредитам не в полной мере позволяет проанализировать спрос на соответствующие банковские продукты. Данные о предоставленных кредитах на определенную дату, их динамика, отражают тенденцию в банковском потребительском кредитовании (таблица 1).

Таблица 1

Динамика выданных банковских потребительских кредитов [23]

По состоянию	Выдано кредитов, млн. руб.	Темп прироста к предыдущему периоду, %	Темп прироста к показателю по состоянию на 01.01.2012г., %
на 31.12.2011	5438651	49,04	-
на 31.12.2012	7226423	33	33
на 31.12.2013	8778163	21,47	61,40
на 31.12.2014	8629722	-1,7	58,7
на 31.12.2015	5861342	-32,1	7,8

Данные таблицы 1 демонстрируют следующее:

– темп прироста по состоянию на 31.12.2011 г. составил 49,04%, это означает, что сумма выданных потребительских кредитов практически в полтора раза превысила объем кредитов выданных в 2010 году (или по состоянию на 31.12.2010 г.);

– следующие два периода также охарактеризовались ростом количества выданных кредитов, однако по состоянию на 31.12.2013 г. отмечено замедление роста по отношению к предыдущему периоду;

– отрицательный темп прироста зафиксирован в 2014 и 2015 годах;

– динамика показателя по отношению к данным по состоянию на 31.12.2011 г. на протяжении пяти лет остается положительной, однако в 2015 году зафиксировано резкое снижение темпа прироста до 7,8%.

На динамику спроса населения на потребительские кредиты, кроме обозначенных выше факторов, существенное влияние оказывает стоимость кредитных ресурсов и срок кредитования (рис.2 – 3).

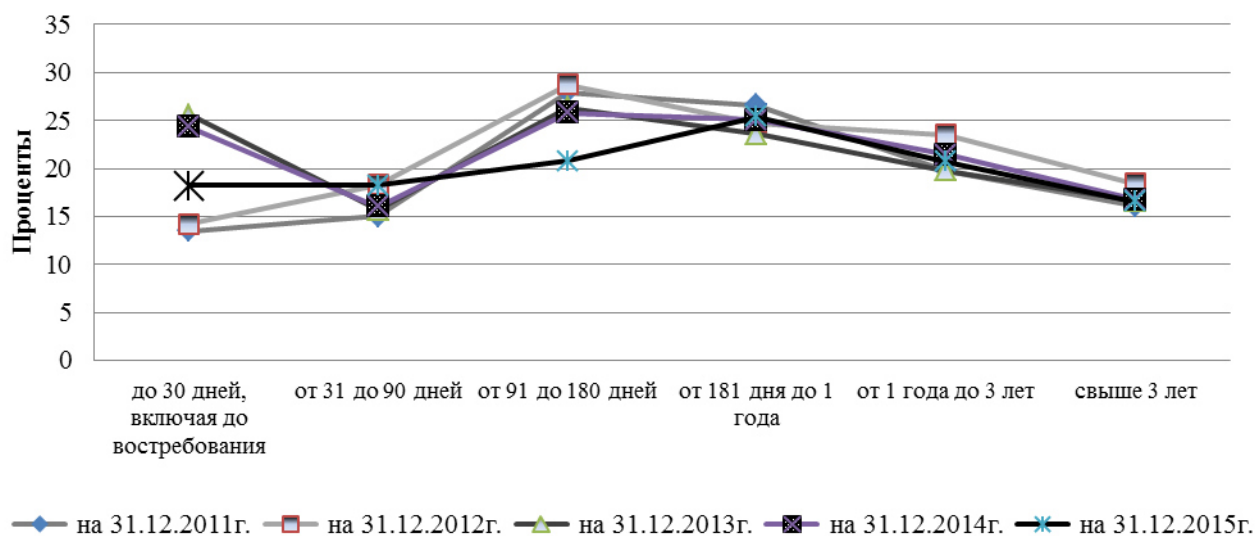


Рисунок 2. Средневзвешенные процентные ставки по кредитам, предоставленным кредитными организациями физическим лицам в рублях (в целом по Российской Федерации) [24]

Согласно рисунку 2, составленному на основе статистических данных Центрального банка РФ о процентных ставках на потребительские кредиты (в зависимости от срочности погашения), можно сделать вывод, что банковские организации весьма гибко подходят к формированию собственной кредитной политики в сложившихся экономических условиях. В конце 2015 года динамика средневзвешенных процентных ставок по кредитам с различной срочностью не была однозначной, так, процентные ставки, в основном, превысили значения декабря 2011 года (исключение кредиты со сроком от 91 до 180 дней и от 181 дня до 1 года) в среднем на 16%. Относительно предшествующего периода (2014 год) процентные ставки 2015 года, наоборот, снижались.

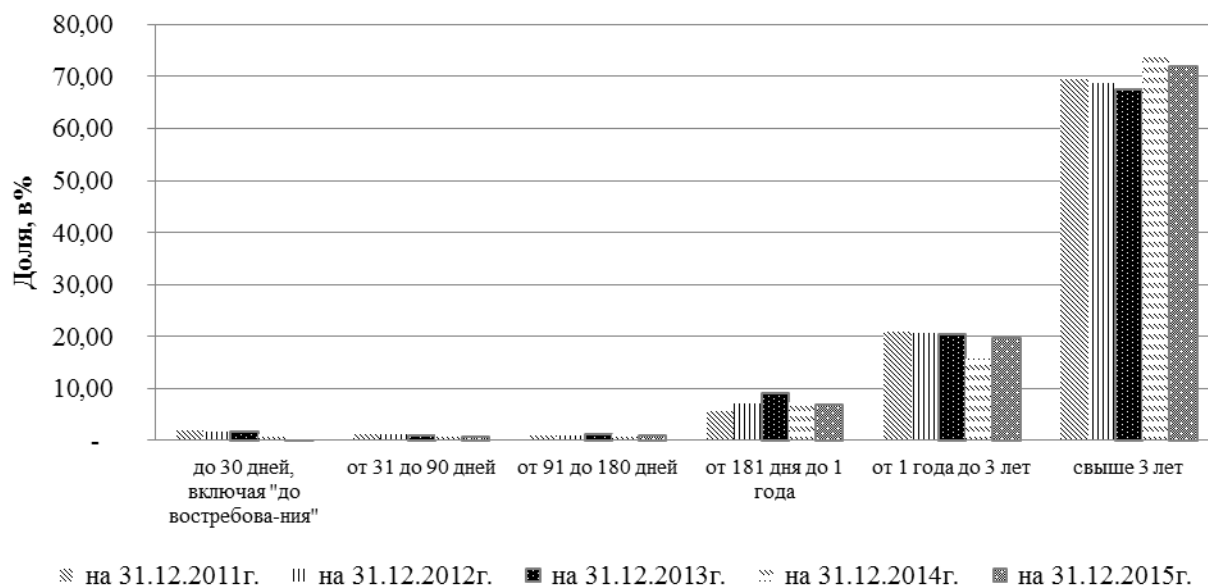


Рисунок 3. Доля кредитов в зависимости от срочности, в суммарном кредитов объеме предоставленных физическим лицам банками РФ[26]

Существенным образом на динамику процентных ставок влияют нормы Федерального закона №353-ФЗ от 21.12.2013г. «О потребительском кредите (займе)». Так согласно статье 6 Центральный банк РФ (Банк России) в установленном порядке ежеквартально рассчитывает и публикует среднерыночное значение полной стоимости потребительского кредита (займа) для кредитных организаций, микрофинансовых организаций, кредитных потребительских кооперативов, сельскохозяйственных кредитных потребительских кооперативов, ломбардов на основе представленных ими данных о значениях полной стоимости потребительского кредита (займа) [1]. Размер предельной полной стоимости потребительского кредита для календарного квартала определяется в соответствии с Указанием Банка России от 29.04.2014г. № 3249-У «О порядке определения Банком России категорий потребительских кредитов (займов) и о порядке ежеквартального расчета и опубликования среднерыночного значения полной стоимости потребительского кредита (займа)» [6]. Для того, чтобы провести сравнительный анализ фактических значений стоимости финансовых ресурсов в конце 2015 года и законодательно утвержденным уровнем процентов далее приведена информация о предельных значениях полной стоимости кредитов. В зависимости от срока, суммы и других условий Банком России установлены следующие предельные значения полной стоимости потребительских кредитов для кредитных организаций [25]:

– потребительские кредиты с лимитом кредитования (по сумме лимита кредитования на день заключения договора) от 100 тыс. руб. до 300 тыс. руб./ – 41,219%;

– целевые потребительские кредиты (займы), предоставляемые путем перечисления заемных средств торгово-сервисному предприятию в счет оплаты товаров (услуг) При наличии соответствующего договора с ТСП (POS-кредиты) без обеспечения, на срок до 1 года и на сумму от 30 тыс. руб. до 100 тыс. руб. – 47,843%;

– целевые потребительские кредиты (займы), предоставляемые путем перечисления заемных средств торгово-сервисному предприятию в счет оплаты товаров (услуг) при наличии соответствующего договора с ТСП (POS-кредиты) без обеспечения, на срок свыше 1 года и на сумму свыше 100 тыс. руб. – 42,985%;

– нецелевые потребительские кредиты, целевые потребительские кредиты без залога (кроме POS- кредитов), потребительские кредиты на рефинансирование задолженности на срок до 1 года и на сумму свыше 300 тыс. руб. – 27,648%;

– нецелевые потребительские кредиты, целевые потребительские кредиты без залога (кроме POS- кредитов), потребительские кредиты на рефинансирование задолженности на срок свыше 1 года и на сумму свыше 300 тыс. руб. – 31,276%.

Приведенные выше значения предельной полной стоимости потребительских кредитов в четвертом квартале 2015 года значительно превышают фактические средневзвешенные процентные ставки по банковским потребительским кредитам, а именно:

– по кредитам, предоставляемым на срок до 1 года, превышение составило + 14,66%;

– предельная стоимость кредитных ресурсов, предоставляемых на срок свыше 1 года, завышена на + 19,68%.

Определение предельной полной стоимости потребительских кредитов (ст. 6 ФЗ №353 –ФЗ от 21.12.2013г.) с одной стороны, призвано обеспечить законные гарантии каждому участнику кредитной сделки, а с другой, ориентировано на ситуацию с ликвидностью в банковском секторе экономики. По мнению экспертов [8, 13, 16, 21], порядок ее определения требует существенной доработки с точки зрения потребностей экономики и складывающейся макроэкономической ситуации в стране. Целесообразно рассмотреть внедрение в российскую практику потребительского кредитования опыта ведущих европейских стран, где вопрос о максимальной

фиксированной (то есть не зависящий от динамики рыночных цен на кредитные ресурсы) процентной ставке по потребительским кредитам закреплена законом.

Среди широкого спектра банковских потребительских кредитов, россиянам наиболее интересны кредиты, срок возврата которых наступает не раньше чем через год, об этом свидетельствуют данные рисунка 3. За анализируемый период суммарная доля кредитов сроком до 1 года не превысила 13%, при этом доля кредитов свыше 1 года ежегодно увеличивалась. Особенно резкое изменение пропорции отмечено в 2015 году вследствие удешевления среднесрочных и долгосрочных кредитов для населения по сравнению с краткосрочными потребительскими кредитами. В течение 5 лет доля кредитов, выданных на срок свыше 3 лет, не снижалась ниже 65% от количества кредитов. Следует дать пояснение, что к данной группе кредитов относятся:

- необеспеченные кредиты с использованием банковских карт (кредитные карты, дебетово-кредитные карты, дебетовые карты с овердрафтом);
- кредиты без указания цели использования средств («кредит на неотложные нужды») свыше 300 тыс. руб.;
- образовательные кредиты для населения.

В кредитном портфеле банковских организаций по состоянию на 31.12.2015 г. доля кредитов, выдаваемых физическим лицам была 24,3%, при этом в разрезе направлений кредитования доля потребительских необеспеченных кредитов составила около 62,0%. Эти данные подтверждают заинтересованность кредитных организаций в разработке кредитных продуктов для физических лиц, в том числе не предполагающих обеспечение в виде имущественного залога и поручительства.

Процесс выдачи необеспеченных кредитов сопряжен с определенными рисками, к примеру, риск роста просроченной задолженности по кредиту. Минимизировать риск потери банковской ликвидности по результатам проведения операций по кредитованию населения способна практика формирования резервов на возможные потери по ссудам (далее РВПС) (таблица 2).

Рост просроченной кредиторской задолженности в общей сумме задолженности по кредитам, предоставленным физическим лицам (рисунок 1), помимо формирования РВПС, создает условия для поиска инструментов защиты интересов кредитора и повышения ликвидности кредитных организаций.

Динамика резервов на возможные потери по ссудам, предоставленным физическим лицам (в целом по Российской Федерации) [20]

По состоянию	Ссуды, млн. руб.	Фактически сформированные РВПС под ссуды, млн. руб.	РВПС в % от общего объема ссуд, %
на 31.12.2011	5115069	308336	6,0
на 31.12.2012	7349035	385847	5,3
на 31.12.2013	9536025	618983	6,5
на 31.12.2014	10909524	938891	8,6
на 31.12.2015	10278829	1138574	11,1

Практика применения механизма понижения кредитной процентной ставки при условии обеспечения залоговым имуществом либо поручительством третьих лиц, по мнению представителей банковского сообщества, может обеспечить незначительный прирост заемщиков и снижение просрочки. Однако повсеместное включение обозначенных условий в банковские потребительские кредитные продукты может спровоцировать заемщика использовать более доступные кредитные продукты микрофинансовых организаций и иных структур, предоставляющих кредиты.

Сравнение среднерыночного значения стоимости потребительских кредитов (в зависимости от срока кредитования) в разрезе кредиторов, а также фактических банковских процентных ставок по состоянию на 31.12.2015 г., представлено на рисунке 4.

Графическое представление данных об уровне процентной ставки наглядно демонстрирует выгодность займа у банка с точки зрения заемщика – физического лица. При этом по некоторым кредитам (в зависимости от срока) заемщику целесообразно рассмотреть предложения кредитных потребительских кооперативов и сельскохозяйственных кредитных потребительских кооперативов. Однако выбор их в качестве кредиторов сопряжен с рядом проблем, а именно: данные структуры в незначительном количестве представлены на территории РФ, объем временно свободных финансовых ресурсов значительно ниже, чем у банков и МФО, наличие специальных дополнительных условий кредитования.

Официальная деятельность МФО на финансовом рынке РФ насчитывает несколько лет с момента принятия федерального закона от 02.07.2010 N 151-ФЗ «О микрофинансовой деятельности и микрофинансовых организациях» [4]. По состоянию на 31.12.2015 г. количество МФО, прошедших государственную регистрацию и действующих на территории РФ, составило 7368 [11].

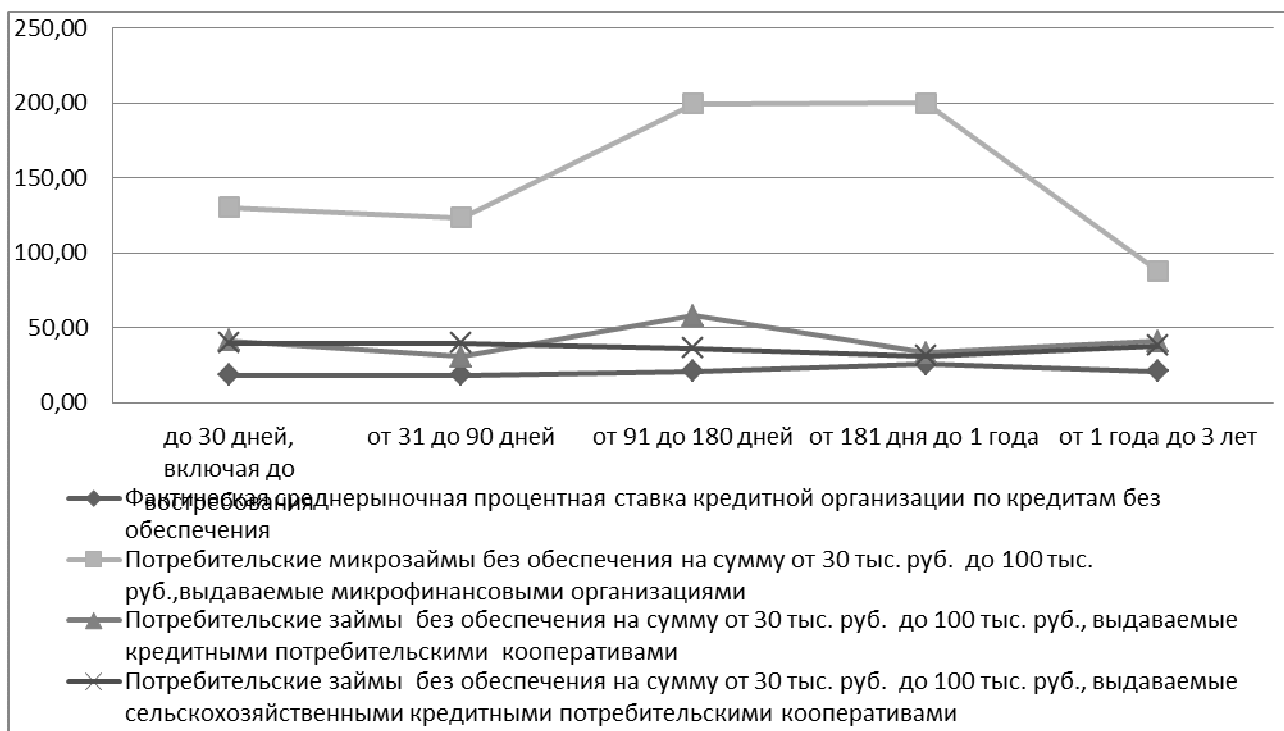


Рисунок 4. Среднерыночное значение процентной ставки по не обеспеченному потребительскому кредиту в зависимости от категории кредитора и срока кредитования по состоянию на 31.12.2015 г.[12]

В отличие от банковских организаций МФО ориентированы на выдачу микрозаймов «без лишних формальностей»: без залога, справок, поручителей и с соблазнительными условиями займа, среди которых можно назвать предоставление денег сразу при отсутствии интереса к кредитной истории клиента [15]. Достаточно стремительное развитие деятельности МФО в РФ в последний год (прирост количества МФО к концу 2015 года по сравнению с концом 2014 года составил +1192 (+19,3%)) связано с серьезными социальными проблемами, а именно: с низким уровнем пособий, пенсий, зарплат у значительной части населения; с отсутствием постоянных заработков у граждан, проживающих в отдельных регионах; с ростом долговых обязательств населения, что затрудняет получение банковских кредитов; со снижением качества кредитных историй. Следует учесть сохраняющуюся низкую финансовую грамотность населения, в том числе бытующее мнение о сложностях получения банковского кредита, недооценку информации о возможности рефинансирования, реструктуризации просроченной задолженности клиента-должника банка, о льготном периоде для пользователей банковских кредитных карт, применении кредита-овердрафта при недостатке (отсутствии) денежных средств на счете клиента [13]. Возможность получить кредит под 1,5-2% в день без учета

кредитоспособности клиента по-прежнему является конкурентным преимуществом МФО с точки зрения заемщика, который не предполагает, что сумма начисленных процентов к концу срока кредитования может возрасти до 700%. Центральным банком РФ инициировано внесение поправок в федеральный закон от 02.07.2010 г. №151-ФЗ, ограничивающих начисление процентов МФО по займам, выданным на срок до 1 года четырехкратным размером суммы займа. Данные поправки вступили в законную силу с 29.03.2016 г. и направлены в первую очередь на снижение количества микрофинансовых компаний. По мнению И. Алексеева, аналитика агентства «РАЕХ», ужесточение ограничений позволит очистить рынок потребительского кредитования от компаний, прежде всего из сегмента микрозаймов «до зарплаты», использующих микрофинансовую деятельность для «выбивания» денег из заемщика [7]. Изучив динамику процентных ставок по потребительским кредитам различных финансовых посредников, особенности процесса кредитования и законодательного регулирования, можно сделать вывод о том, что именно банковское потребительское кредитование является наиболее цивилизованной формой процесса кредитования физических лиц. В свою очередь рынок банковского потребительского кредитования подвержен влиянию различных факторов (таблица 3).

Перечень факторов, приведенный в таблице 3, по нашему мнению оказывает существенное влияние на процесс банковского потребительского кредитования, динамику общей задолженности и стоимости кредитных ресурсов. В первой группе факторов – факторов внешней среды – три фактора имеют высокую степень влияния на показатели характеризующие состояние и развитие рынка потребительских кредитов. Такие факторы, как «снижение уровня доходов населения» и «отсутствие «дешевых» межбанковских кредитов», в первую очередь оказывают негативное воздействие на банковскую ликвидность, возникшую вследствие оттока вкладов из банковской системы и сокращения объемов межбанковского кредитования и его удорожания. К примеру, экономические санкции ряда европейских стран, введенные в отношении банковских организаций России с 1 августа 2014 года, запрещали европейским инвесторам приобретать акции и облигации российских банков. Следующим банкам было отказано в долгосрочном межбанковском финансировании: АО Банк ВТБ 24, ПАО «Сбербанк России», ПАО «Российский Сельскохозяйственный Банк», Государственная корпорация «Банк развития и внешнеэкономической деятельности», ПАО «Газпромбанк». Случившийся факт, спровоцировал резкий рост стоимости кредитных ресурсов.

Таблица 3

Анализ влияния факторов банковское потребительское кредитование в Российской Федерации

Группа	Наименование фактора	Воздействие на процесс банковского потребительского кредитования	Степень влияния на рынок банковских потребительских кредитов РФ
Внешней среды	Снижение уровня доходов населения	снижение временно свободного капитала для кредитования; рост процентных ставок по кредитам; повышение требований к качеству заемщиков; увеличение доли просроченной задолженности.	Высокая
	Ужесточение законодательного регулирования банковской деятельности по потребительскому кредитованию	повышение ответственности сторон заключивших договор о потребительском кредите (займе).	Высокая
	Появление в РФ института банкротства физического лица	повышение возвратности просроченных кредитов в рамках процедуры исполнительного производства в результате судебного признания заемщика банкротом.	Низкая
	Конкуренция на рынке банковских потребительских кредитов	снижение требований к кредитоспособности заемщика; снижение стоимости кредита; увеличение объема кредитования.	Средняя
	Отсутствие «дешевых» межбанковских кредитов	ограничение суммы кредита; рост процентных ставок; провоцирование банка на проведение высокорискованных операций по повышению временно свободного капитала для предоставления в кредит.	Высокая
Внутренней среды	Объем и структура собственного капитала банка	определение границ по сумме кредита; разработка кредитных продуктов; разработка методики оценки кредитоспособности клиента; выработка мер по снижению задолженности	Высокая
	Применение принципа клиентоориентированности как базового при разработке продуктов	дифференцированный подход в разработке кредитных продуктов; повышение привлекательности банка у заемщика, повышение спроса на потребительские кредиты привлечение потенциальных заемщиков; снижение количества негативных явлений, возникающих при возврате долга.	Высокая
	Квалификация персонала кредитной организации	привлечение потенциальных заемщиков; .повышение эффективности процесса банковского потребительского персонала; удовлетворение потребности клиента в кредите	Высокая

Количественная и качественная оценка влияния фактора «снижение уровня доходов населения» на динамику банковского потребительского кредитования и отрицательную динамику банковской ликвидности российских банков является предметом отдельного исследования.

Ужесточение норм федерального законодательства в области потребительского кредитования по определенным ключевым позициям (приведены далее), приблизит российский рынок банковских потребительских кредитов к европейскому рынку.

Конкуренция в банковской сфере имеет ряд существенных особенностей: во-первых, обращающийся товар специфичен и однороден – это деньги и другие финансовые инструменты; во-вторых, банковская конкуренция тесным образом связана с экономикой, политикой и поэтому чувствительна к малейшим изменениям; в-третьих, конкурентная среда в банковском секторе Российской Федерации в значительно большей степени подвержена регулирующему воздействию Центрального банка РФ, чем в странах с банковским типом финансовой системы (страны Евросоюза); в-четвертых, перечень банковских услуг, реализуемых кредитными организациями России, значительно меньше, чем в странах Европы, Америки и некоторых азиатских стран [10]. Современная ситуация на рынке банковских потребительских кредитов с позиции межбанковской конкуренции можно охарактеризовать следующим образом: примерно больше половины совокупной задолженности по кредитам находится в ведении 10 кредитных организаций (из 847); условия предоставления кредитов физическим лицам банками существенным образом не отличаются, при этом банки-лидеры имеют возможность снижения процентной ставки, но этого не делают. На основании изложенного можно сделать вывод, что в современной ситуации реальная конкуренция на данном рынке отсутствует.

Следующий фактор внешней среды – появление в РФ института банкротства физического лица – по нашему мнению оказывает низкое влияние на рынок банковских потребительских кредитов из-за ряда существенных недостатков законодательной базы.

Эксперты – аналитики [16, 22] утверждают, что практическая реализация положений главы 10 Федерального закона от 26.10.2002 г. № 127-ФЗ «О несостоятельности (банкротстве)» столкнется со следующими проблемами:

– установление фиксированного размера минимальной просроченной задолженности в сумме 500 тыс. руб. не учитывает различный уровень жизни граждан в регионах Российской Федерации. Значительное количество заемщиков не могут справиться с долговыми обязательствами на уровне в

100–200 тыс. руб.. Для юридических лиц законодатель установил, более лояльный денежный критерий для признания его банкротом — 300 тыс. руб.;

– если экономическая ситуация в стране не улучшится кардинальным образом, то существует вероятность увеличения количества исковых заявлений граждан о признании их банкротами, вследствие чего возрастет нагрузка на судебную систему;

– привлечение финансовых управляющих на заведомо невыгодных условиях оплаты их услуг (выплата фиксированной суммы 10 тыс. руб. и выплата процентов – 2% от долга по реструктуризации или от реализованного имущества) негативным образом отразится на процедуре банкротства физических лиц из-за отсутствия у финансового управляющего мотивации;

– при процедуре оценки имущества физического лица, претендующего на статус банкрота, не предусмотрена организация процедуры оценки профессиональным оценщиком, вместо этого имущество, выставляемое на продажу, оценивает финансовый управляющий, к уровню квалификации которого требования отсутствуют;

– процедура банкротства (в среднем) обойдется должнику в 30 тыс. руб., в эту сумму входят как затраты на управляющего, так и госпошлина, и другие необходимые расходы, если должник не сможет их оплатить, процедуру банкротства прекратят.

Обозначенные проблемы, сопровождающие практическую реализацию положений Федерального закона «О несостоятельности (банкротстве)», снижают эффективность признания физического лица банкротом, однако в сложившейся ситуации на рынке потребительского кредитования данный закон создает благоприятные условия для кредитных организаций, касающиеся возврата просроченной кредиторской задолженности за счет применения мер по продаже имущества банкрота и удовлетворения требований кредиторов [18].

Среди факторов внутренней среды банковской организации хотелось бы подробнее остановиться на применении принципа клиентоориентированности при формировании продуктов банковского потребительского кредитования. Данный принцип на сегодняшний день заложен в основе практически всех банковских продуктов благодаря переориентации развития банковского сектора на интенсивный путь развития, закрепленный в Стратегии развития финансового рынка Российской Федерации на период до 2020 года [5]. Необходимо обозначить условия реализации принципа клиентоориентированности в банковских потребительских кредитах (рисунок 5).



Рисунок 5. Структурно-логическая схема достижения клиентоориентированного банковского потребительского продукта

Критерии степени лояльности к заемщику большинством банков определяются исходя из собственных возможностей, а именно объема временно свободного капитала, процентной маржи банка и нормы желаемой прибыли. У большинства кредитных организаций России возможность предоставить заемщику условия кредитования, одновременно выгодные каждому участнику кредитной сделки, практически отсутствуют. Банки-лидеры рынка банковского потребительского кредитования большое внимание уделяют оставшимся элементам, таким образом добиваясь лояльности заемщика к кредитной организации. По мнению О.И. Лаврушина обеспечить высокий уровень лояльности к заемщику способно восприятие банком кредита, как доверия [14].

Границы банковского потребительского кредита значительно шире, чем границы потребительского кредита у других финансовых посредников: по сумме кредита, сроку, условиям кредитования, рискам и т.д.. Следовательно, сформировать обширный перечень кредитных продуктов для физических лиц для банка нетрудно.

Качество банковского обслуживания складывается из трех составляющих: скорость обслуживания, доброжелательность персонала, удобство нахождения в офисе. В свою очередь наличие филиалов как минимум по одному в каждом субъекте РФ, позволит поддерживать непрерывную связь с клиентом, в рамках которой существует возможность выявить и попытаться удовлетворить потребность в финансовых услугах/продуктах.

Клиент – заемщик, всегда требователен к качеству и количеству информации о процессе кредитования, поэтому предоставив ему необходимую информацию, с учетом выдвинутых им условий, банк обеспечит частичное

выполнение принципа клиентоориентированности. Информация о возможных рисках в течение всего срока кредитования и по его окончании также должна быть доведена до клиента. Рассмотрим, к примеру, риск переуступки просроченной задолженности по кредиту. Чаще всего договор переуступки заключается банком с коллекторским агентством. Преимуществом для кредитной организации при этом будет высокая скорость возвращения средств.

В СМИ за последний год с завидной частотой появляются сообщения о некорректных и неприемлемых методах возврата задолженности, применяемых сотрудниками коллекторских компаний. Следует отметить, что в федеральном законе №353-ФЗ от 21.12.2013г. указан запрет на ряд действий юридических лиц, чья деятельность связана с возвратом просроченной задолженности, при этом в законе отсутствует упоминание «коллекторская организация» [1]. На данный момент в системе законодательного регулирования банковского потребительского кредитования нет ограничений и запретов на переуступку банками просроченной задолженности в досудебном порядке. С инициативой об обязательном информировании заемщика о возможности передачи суммы просроченной задолженности коллекторской компании выступили депутаты одной из фракций Государственной думы РФ, также они предложили запретить «продавать долги» по кредитам физических лиц третьим лицам, не имеющим лицензии на право осуществления банковской деятельности [17].

Безопасность в проведении операций по кредитованию физических лиц достигается по средствам выполнения участниками норм Федерального закона от 27.07.2006 N 152-ФЗ (ред. от 21.07.2014) «О персональных данных» [3], наличием систем информационной безопасности в коммерческом банке, в строгом выполнении персоналом инструкций.

Для рынка банковских потребительских кредитов, использование принципа клиентоориентированности в качестве базового оказывает высокую степень влияния на его развитие за счет повышения эффективности деятельности коммерческого банка.

В таблице 3 также указаны два фактора внутренней банковской среды, имеющие высокую степень влияния на количественные, и качественные характеристики банковского потребительского кредитования. Первый фактор – объем, и структура собственного капитала банка. Он определяет кредитную политику банка, в рассматриваемом сегменте кредитования. Существенным образом оказывает влияние на ликвидность кредитной организации и в следствии на все составляющие механизма кредитования физических лиц. К примеру, если у банка существует дефицит привлеченного капитала, он может объявить повышение депозитных ставок до уровня значительно превышающего

фактическое среднерыночное значение, при этом повышение кредитных ставок будет револьверное.

Второй фактор – квалификация персонала кредитной организации. Требования к профессиональным качествам персонала одни из самых высоких, а именно: обязательное наличие профильного образования, соответствующего занимаемой должности; готовность к непрерывному обучению; наличие психофизиологических характеристик, позволяющих работать с людьми и т.д.. Особенностью процесса банковского потребительского кредитования в России можно назвать то, что в оценке кредитоспособности клиента значительную роль играет субъективное восприятие кредитным специалистом клиента и данных о его финансовом состоянии. Желания клиента заключить кредитный договор, в определенной степени, зависит от качества работы кредитного специалиста. Таким образом, можно обосновать наличие влияния персонала банка на объемы потребительского кредитования и доходность банка от этих операций.

В заключении можно сделать следующие выводы:

- рынок банковского потребительского кредитования в РФ на данный момент характеризуется снижением объема суммарной задолженности, повышением уровня просроченной задолженности, значительным снижением вновь выдаваемых кредитов физическим лицам;
- стоимость кредитных ресурсов на рынке банковского потребительского кредитования ниже, чем у других финансовых посредников;
- методика определения предельно полной стоимости банковского потребительского кредита требует пересмотра в соответствии с реальными экономическими условиями;
- процесс банковского кредитования физических лиц подвержен влиянию различных факторов внешней и внутренней среды;
- отсутствие реальной конкуренции между банками на рынке банковского потребительского кредитования негативным образом отражается на его развитии;
- применение принципа клиентоориентированности в банковском потребительском кредитовании коммерческого банка способствует повышению его эффективности;
- появление в России института признания банкротства физического лица, положительным образом повлияет на процедуру взыскания просроченной кредиторской задолженности банками и небанковскими кредитными организациями;
- внесение поправок, касающихся ограничения взаимодействия между коммерческими банками и коллекторскими компаниями по переуступке

просроченной задолженности, в соответствующие нормативно-правовые акты, позволит повысить степень информированности и безопасности заемщика;

– реализация Федерального закона «О потребительском кредите (займе)» оказывает благоприятное влияние на качество отношений между участниками кредитной сделки, определяя высокий уровень открытости и достоверности по каждому условию кредитного договора.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Федеральный закон от 21.12.2013 г. №353-ФЗ (в ред. от 21.07.2014) «О потребительском кредите (займе)». Консультант Плюс. // Режим доступа: <http://base.consultant.ru/cons/cgi/online.cgi?req=doc;base=LAW;n=166040>
2. Федеральный закон от 26.10.2002 г. № 127-ФЗ (ред. от 13.07.2015) «О несостоятельности (банкротстве)» (с изм. и доп., вступ. в силу с 01.10.2015). Консультант Плюс. // Режим доступа: <http://base.consultant.ru/cons/cgi/online.cgi?req=doc;base=LAW;n=182230;fld=134;dst=5366,0;rnd=0.9972805875528129>
3. Федеральный закон от 27.07.2006 г. № 152-ФЗ (ред. от 21.07.2014) "О персональных данных" (с изм. и доп., вступ. в силу с 01.09.2015). Консультант Плюс. // Режим доступа: base.consultant.ru/cons/cgi/online.cgi?req=doc;base=LAW;n=178749
4. Федеральный закон от 02.07.2010 N 151-ФЗ «О микрофинансовой деятельности и микрофинансовых организациях». Консультант Плюс. // Режим доступа: <http://base.consultant.ru/cons/cgi/online.cgi?req=doc;base=LAW;n=191689>
5. Распоряжение Правительства Российской Федерации от 29 декабря 2008 г. № 2043-р об утверждении «Стратегии развития финансового рынка Российской Федерации на период до 2020 года // Режим доступа: http://www.cbr.ru/sbrfr/archive/fsfr/archive_ffms/ru/press/russia2020/strategy2020/index.html
6. Указание Банка России от 29.04.2014 г. № 3249-У «О порядке определения Банком России категорий потребительских кредитов (займов) и о порядке ежеквартального расчета и опубликования среднерыночного значения полной стоимости потребительского кредита (займа)». Центральный банк РФ. // Режим доступа: http://www.cbr.ru/analytics/?PrtId=na_brn
7. Алексеев И. , Дрокин М. На пути к порядку «Эксперт РА» рейтинговое агентство. // Режим доступа: http://raexpert.ru/press/articles/mfo_1h2014a/
8. Алексеева Л.М., Прилуцкая А.И. Некоторые вопросы потребительского кредитования // Деньги и кредит. 2015, № 1.- С. 34-37
9. Банковское дело / Под ред. О. И. Лаврушина. М.: Финансы и статистика, 1998. С. 271.

10. Беликов В.З. Специфика банковского сектора России и степень конкурентности его среды // Вестник Томского государственного университета. Экономика. 2015, №1 (29). // Режим доступа: <http://cyberleninka.ru/article/n/spetsifika-bankovskogo-sektora-rossii-i-stepen-konkurentnosti-ego-sredu>
11. Государственный реестр микрофинансовых организаций. Центральный банк. // Режим доступа: http://www.cbr.ru/finmarkets/?prtid=sv_micro&ch=itm_62619#CheckedItem
12. Информация о среднерыночных значениях полной стоимости потребительского кредита (займа) Центральный банк РФ. // Режим доступа: <http://www.cbr.ru/analytics/?Prtid=inf>
13. Кудрин А.М. Потребительское кредитование в России: экономический анализ// Международный научно-исследовательский журнал. 2014, № 12-2(31). // Режим доступа: <http://cyberleninka.ru/article/n/potrebitelskoe-kreditovanie-v-rossii-ekonometricheskiy-analiz>
14. Лаврушин О.И. О доверии в кредитных отношениях // Деньги и кредит. 2015, № 9. - С. 46-51
15. Мальцева Э.А., Нагоева Т.А. Современное состояние и проблемы микрофинансирования в РФ / Сборник Материалов VI Международной научно-практической конференции, посвященной 50-летию учебного заведения «Тенденции развития мировой торговли в XXI веке», том 1. Пермь, ПИ (ф) ФБГОУ ВПО «РЭУ им. Г.В. Плеханова». – Пермь: ОТ и ДО, 2014г. –С. 73-78
16. Медведев П.А. макроэкономический эффект потребительского кредитования // Деньги и кредит. 2015, № 1. - С. 13-14
17. Молотов И. Банкам могут запретить продавать долги своих клиентов. Известия (СМИ) // Режим доступа: <http://izvestia.ru/news/583789>
27. Нагоева Т.А. К вопросу о повышении возвратности потребительских кредитов нет данных // Современная торговля: теория, практика, инновации: Материалы VI Всероссийской научно-практической конференции с международным участием, посвященной 20-летию работы учебного заведения по программам высшего профессионального образования (Пермь, 10-18 ноября 2015 г.). Том 2 / Пермский институт (филиал) ФГБОУ ВО «Российский экономический университет им. Г.В. Плеханова». – Пермь: Изд-во «МиГ», 2015. – 299 с.
18. Петрова Е.В. Направления развития потребительского кредитования в процессе формирования рынка ссудных капиталов //Новые технологии. 2012, №2. // Режим доступа: <http://cyberleninka.ru/article/n/napravleniya-razvitiya-potrebitelskogo-kreditovaniya-v-protssesse-formirovaniya-rynka-ssudnyh-kapitalov>
19. Показатели деятельности кредитных организаций: информация о кредитном риске по операциям с физическими лицами. Центральный банк РФ. // Режим доступа: http://www.cbr.ru/statistics/?Prtid=pdko_sub

20. Ржановская Л.Ю., Стахович Л.В. Отечественное кредитование как императив устойчивого развития // Деньги и кредит. 2015, № 3. - С. 40-45
21. Сазонов В. Правовая утопия: где забуксует закон о банкротстве физлиц. // Мультимедийный холдинг РБК. // Режим доступа: <http://www.rbc.ru/opinions/society/06/10/2015/5613bf139a7947f06676678d>
22. Сведения о размещенных и привлеченных средствах. Центральный банк РФ. // Режим доступа: <http://www.cbr.ru/statistics/?PrId=sors>
23. Сведения о процентных ставках и структуре кредитов и депозитов по срочности. Центральный банк РФ. // Режим доступа: http://www.cbr.ru/statistics/?PrId=int_rat&ch=PAR_222#CheckedItem
24. Среднерыночные значения полной стоимости потребительских кредитов (займов). Центральный банк РФ. // Режим доступа: http://www.cbr.ru/analytics/consumer_lending/table/14082015_ko.pdf
25. Структура оборотов по кредитам, предоставленным кредитными организациями физическим лицам в рублях, по срочности (в целом по Российской Федерации). Центральный банк РФ. // Режим доступа: http://www.cbr.ru/statistics/?PrId=int_rat&ch=PAR_222#CheckedItem

ИНСТИТУЦИОНАЛЬНЫЕ ОСНОВЫ РЕГУЛИРОВАНИЯ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА В СФЕРЕ ТУРИЗМА В РОССИИ

*ПОЛУХИНА А.Н., д.э.н., к.и.н., профессор кафедры сервиса и туризма
ФГБОУ ВПО "Поволжский государственный технологический
университет"*

PoluhinaAN@volgatech.net

В соответствии с разработанной в рамках проекта «Глобальный мониторинг предпринимательства» (Глобальный мониторинг предпринимательства – это объединение университетов, бизнес школ и исследовательских центров почти сорока стран мира для сбора и обмена информацией о предпринимательстве и предпринимательской активности, с 2006 г. проводится в Российской Федерации Высшей школой экономики и Высшей школой менеджмента) [16] методикой была проведена классификация территориальных образований в составе единого экономического пространства – России. Это позволило выделить в составе российских регионов три группы территориальных образований, различающихся по составу факторов производства, используемых в ходе предпринимательской деятельности, а именно: ресурсно-ориентированные, инновационно-ориентированные и эффективно-ориентированные территориальные образования. Субъекты предпринимательства в ресурсно-ориентированных регионах используют преимущественно в качестве факторов производства природные ресурсы и неквалифицированный труд. Конкуренция носит ценовой характер, при этом используются развивающие инновации и псевдоинновации (например, *оффтейк-контракты и др.*). Субъекты предпринимательства в инновационно-ориентированных регионах используют преимущественно в качестве факторов производства квалифицированный высокопроизводительный труд и технологические инновации, что отражается в росте значения «остатка Р.Солоу». Конкуренция носит преимущественно неценовой характер и основана на применении улучшающих и псевдоинноваций. Субъекты предпринимательства в эффективно-ориентированных регионах используют преимущественно трансформированные под влиянием процессов информатизации факторы производства и интеллектуальный капитал. Конкуренция носит преимущественно неценовой характер и основана на применении системных и базисных инноваций.

Поступательное развитие территориальных образований обуславливает возможность изменения их типа, что находит отражение в составе и объеме трансакционных издержек, а именно: структурирование экономического

пространства и увеличение экономии за счет роста масштаба производства приводит к росту издержек поиска информации, издержек ведения переговоров, издержек заключения контрактов, издержек мониторинга, издержек принуждения и издержек защиты прав собственности (классификация Тр.Эггертссона). Это обуславливает изменение в составе субъектов предпринимательства, в котором уменьшается доля малых предприятий при сохранении положительной динамики их численности и увеличивается доля крупных предприятий, что обуславливает снижение объема транзакционных затрат субъектов предпринимательства. В эффективно-ориентированных территориальных образованиях, где преобладает добровольное предпринимательство, эффект замещения доминирует над эффектом сохранения доминирующего положения на рынке, что обусловлено качественно новой формой сетевого взаимодействия субъектов малого и крупного предпринимательства. Это позволяет использовать потенциал результатов интеллектуальной деятельности в процессе производства системных и базисных инноваций как фактор устойчивой конкурентоспособности [16].

Добровольное предпринимательство становится абсолютным преимуществом территориального образования, наличие которого компенсирует отсутствие или недостаточный объем иных преимуществ. Относительная ограниченность добровольного предпринимательства, основанного на использовании креативного ресурса его субъектов, обеспечивает устойчивость экономической динамики в условиях макроэкономической нестабильности и снижает амплитуду колебания основных экономических и социальных индикаторов [22].

Исследование структуры предпринимательства в разрезе сфер экономической деятельности, в развитии которых значительную роль играет малый бизнес (туризм, рекреация, бытовые услуги, рыболовство, сельское хозяйство, торговля, IT-сектор, производство, финансы, наукоемкое производство), проведенное в регионах Приволжского федерального округа, позволило выявить неравномерность соотношения вынужденного, смешанного и добровольного предпринимательства, доля которого в значительной степени определялась уровнем входных отраслевых барьеров. Оценка уровня входных барьеров проводилась методом экспертных оценок с привлечением представителей органов государственной власти, владельцев малого и среднего бизнеса, представителей академического сообщества, по семи-балльной шкале (1 соответствует «входные барьеры полностью отсутствуют»; 7 – «существуют значительные проблемы при входе в отрасль»). Результаты сопоставления уровня входных барьеров и доли предпринимательских структур, отнесенных к сектору вынужденного предпринимательства, представлены на рис. 1.

Как видно из приведенных на рисунке данных, наблюдается сильная обратная связь (коэффициент корреляции Пирсона составил $-0,8868$) между уровнем входных барьеров и долей хозяйствующих субъектов сектора вынужденного предпринимательства (максимальная доля предприятий вынужденного предпринимательства, 76% , относится к сфере деятельности «туризм», характеризующейся низким уровнем входных барьеров – доля таких предприятий в секторе «рекреация», где входные барьеры выше, составляет 16% ; минимальная доля – $0,3\%$ предпринимательских структур относится к сфере деятельности «наукоемкое производство», характеризующейся максимальными входными барьерами). Анализ типа зависимости доли предприятий малого бизнеса от уровня входных барьеров в отрасль показал, что наиболее точно данный тренд описывается логарифмической функцией, однако ее применение не представляется возможным, поскольку при значении более уровня входных барьеров функция такого типа пересекает ось абсцисс, являющуюся асимптотой для изучаемой зависимости.

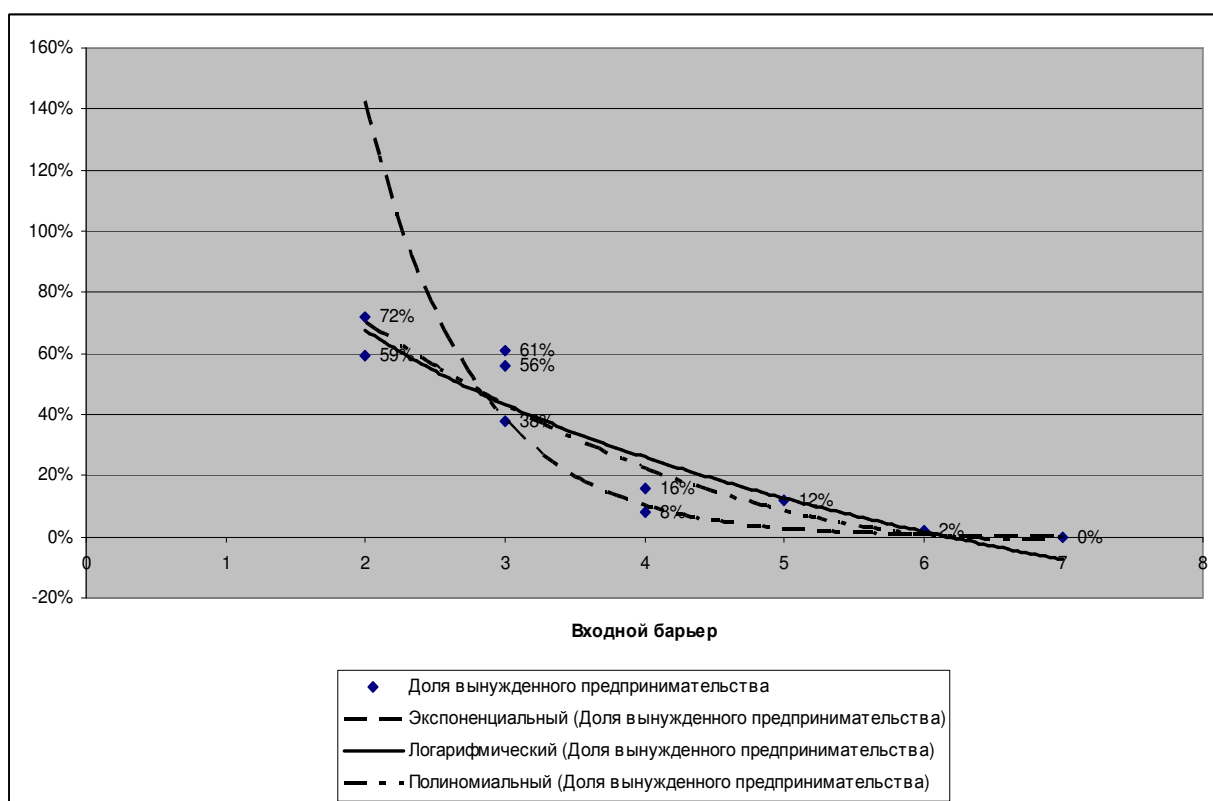


Рисунок 1. Доля предпринимательских структур вынужденного предпринимательства по отношению к уровню входных барьеров

Вследствие этого выявленную зависимость следует рассматривать как полиномиальную в процессе формирования прогнозных моделей развития предпринимательства в различных сферах экономической деятельности, характеризующихся вариативным уровнем входных барьеров, что может иметь

значение при выборе предпринимателем вида приоритетной экономической деятельности.

Экономический эффект в сфере туризма можно рассматривать на различных уровнях: на макроэкономическом (в масштабах государства, конкретного региона или общества в целом) либо микроэкономическом (в масштабах отдельно взятого туристского предприятия). В макроэкономическом плане туризм выступает в качестве одной из отраслей народного хозяйства. Экономический эффект, выраженный в оценке степени влияния сферы туризма на развитие экономики в целом, определяется путем реализации функций туризма – производственной (развитие инфраструктуры, производство услуг), экономической (создание дохода, сглаживание региональных диспропорций, рациональное использование ресурсного потенциала, нивелирование платежного баланса) и социальной (содействия занятости населения, удовлетворение потребностей населения в отдыхе и оздоровлении) [20].

Экономический эффект от сферы туризма имеет прямой или косвенный характер. Прямое влияние туризма на экономику страны (региона) – это результат расходов туриста на приобретение услуг и товаров туристской сферы. Финансовые средства (деньги), потраченные туристом на какой-либо территории, создают доход населения, увеличивают объемы налоговых отчислений в бюджеты всех уровней, обеспечивают резервы для последующего инвестирования в развитие сферы туризма, создание новых рабочих мест. В свою очередь, работники предприятий сферы туризма, получая заработную плату, также стимулируют развитие экономики региона, если тратят полученные средства внутри региона и т.д. В случае приобретения импортных товаров или вывоза имеющихся средств за пределы страны (региона) цепочка «расходы-доходы-расходы и т.д.» прерывается. Данный эффект в науке получил название «косвенного эффекта» или «эффекта мультипликатора». Чем больше средств будет потрачено внутри региона, тем больше будет мультипликатор.

Приволжский федеральный округ является одним из лидеров в нашей стране по объемам внутреннего туризма (третье место среди восьми федеральных округов). Ежегодно регионы Приволжского федерального округа посещают более 10% от общего количества туристов, путешествующих внутри страны, или 2,5 млн. человек. Приволжский федеральный округ состоит из 14 субъектов Российской Федерации, каждый из которых стремится к поиску самостоятельных путей развития внутреннего и въездного туризма. Для выявления наиболее перспективных механизмов, стимулирующих поступательное развитие сферы туризма, проведем мониторинг развития предпринимательской деятельности в сфере туризма.

В настоящее время в малом и среднем предпринимательстве Приволжского федерального округа задействовано всего около 10 процентов экономически активного населения округа. За 2015 год Маристатом обследовано 981 малое предприятие, осуществляющее деятельность на территории республики. Из числа обследованных предприятий наибольшую долю составили предприятия обрабатывающих производств – 27,9%, предприятия оптовой и розничной торговли; ремонта автотранспортных средств, мотоциклов, бытовых изделий и предметов личного пользования – 26,9%.

На малых предприятиях республики было занято 31,0 тыс. человек, среди них 92,8% работники, состоящие в штате предприятия (без учета совместителей). Удельный вес малых предприятий в среднесписочной численности работников республики составил 14,7%.

Фонд заработной платы, начисленной работникам малых предприятий в 2015 году, составил 5698,8 млн. рублей, а среднемесячная номинальная начисленная заработная плата на предприятиях малого бизнеса – 16524,9 рублей, или 75,0% от средней номинальной заработной платы по республике.

Оборот малых предприятий составил 55,9 млрд. рублей, из него отгружено товаров собственного производства, выполнено работ и услуг собственными силами на сумму 26,9 млрд. рублей.

В 2015 году на развитие экономики и социальной сферы малыми предприятиями было направлено 3812,4 млн. рублей, что составило 9,8% от общего объема инвестиций в основной капитал [20]. Объем внутреннего и въездного туристских потоков в Республике Марий Эл за 2014 г. составил 422,3 тыс. чел. По данным Маристата, в структуре платных услуг населению услуги туристической индустрии Республики Марий Эл составляют 5,9 % от всех видов оказанных услуг. Объем платных туристских услуг, услуг гостиниц и аналогичных средств размещения и санаторно-оздоровительных услуг, оказанных населению в 2014 году, составил 1,1 млрд. рублей. Объем внутреннего и въездного туристских потоков в Республике Марий Эл (с учетом экскурсантов) за 2015 год составил 560,0 тыс. человек.

Так как сфера туризма относится к наиболее популярному в среде малого предпринимательству виду экономической деятельности, рассмотрим данную сферу более подробно. Сфера туризма представляет собой сложную отрасль, состоящую из множества подотраслей. При этом ее развитие происходит под влиянием ряда факторов: институциональных (государство, посредники, конечные туристы, пр.), психологических (психотипы клиентов, поведение, воспитание, пр.), инфраструктурных (дороги, пристани, сооружения, здания, ресурсы, пр.), маркетинговых (брендинг, информационные кампании,

исследования, пр.) и т.д. Рассмотрим институциональные основы финансового регулирования сферы туризма, существующие в Российской Федерации, на уровне Приволжского федерального округа, а также на примере Республики Марий Эл как одного из регионов Российской Федерации. При этом сразу отметим, что ввиду отсутствия в науке понятия «финансового регулирования сферы туризма» данный анализ представляется возможным провести на основе изучения отдельных ее частей: туризма, предпринимательства, пр.

Итак, с точки зрения институционального подхода, туризм представляет собой совокупность субъектов и объектов сферы туризма, а также взаимоотношений, возникающих между ними. Государство выступает основным институтом, которое на основе применения специальных механизмов определяет развитие сферы. Авторы исследования предлагают следующую упрощенную схему структуры сферы туризма с точки зрения институционального подхода (рис. 2).

На данной схеме непрерывными стрелками обозначены постоянные регулируемые отношения между субъектом и объектом взаимодействия, а пунктирными – неявные и, в основном, нерегулируемые. Так, например, турагентские организации, являясь исключительно перепродавцами туристского продукта, в своей деятельности практически не сталкиваются с организациями, осуществляющими деятельность в смежных с туризмом отраслях и организациям инфраструктуры поддержки туризма за ненадобностью подобных взаимоотношений; с туроператорскими организациями они взаимодействуют постоянно. Таким образом, пунктиром обозначено неявное взаимодействие, сплошной стрелкой – постоянное, явное. При проведении исследования государственного финансового регулирования нас в большей степени интересовало взаимодействие государства - субъекта взаимоотношений и группы посредников – объекта взаимоотношений. Взаимодействие с конечным туристом в качестве объекта в данной работе рассмотрено не будет, поскольку государство как субъект, регулирующий развитие сферы туризма, устанавливает определенные параметры для осуществления предпринимательской деятельности в изучаемой сфере не для конечного потребителя, а для посредников – организаций, чья деятельность в итоге отражается на социально-экономических показателях, характеризующих развитие территории.

Перейдем непосредственно к рассмотрению институциональных основ, существующих в сфере финансового регулирования туризма и предпринимательства. Развитие сферы предпринимательства и туризма регулируется нормативно-правовыми актами, принятыми на федеральном и региональном уровнях. Кроме этого, существует ряд документов

международного характера. Без учета региональной и международной составляющей в сфере туризма действует 67 нормативных правовых актов: кодексы, федеральные законы, постановления Правительства Российской Федерации, указы Президента Российской Федерации, нормативные документы уполномоченных федеральных органов исполнительной власти и иные документы [21].

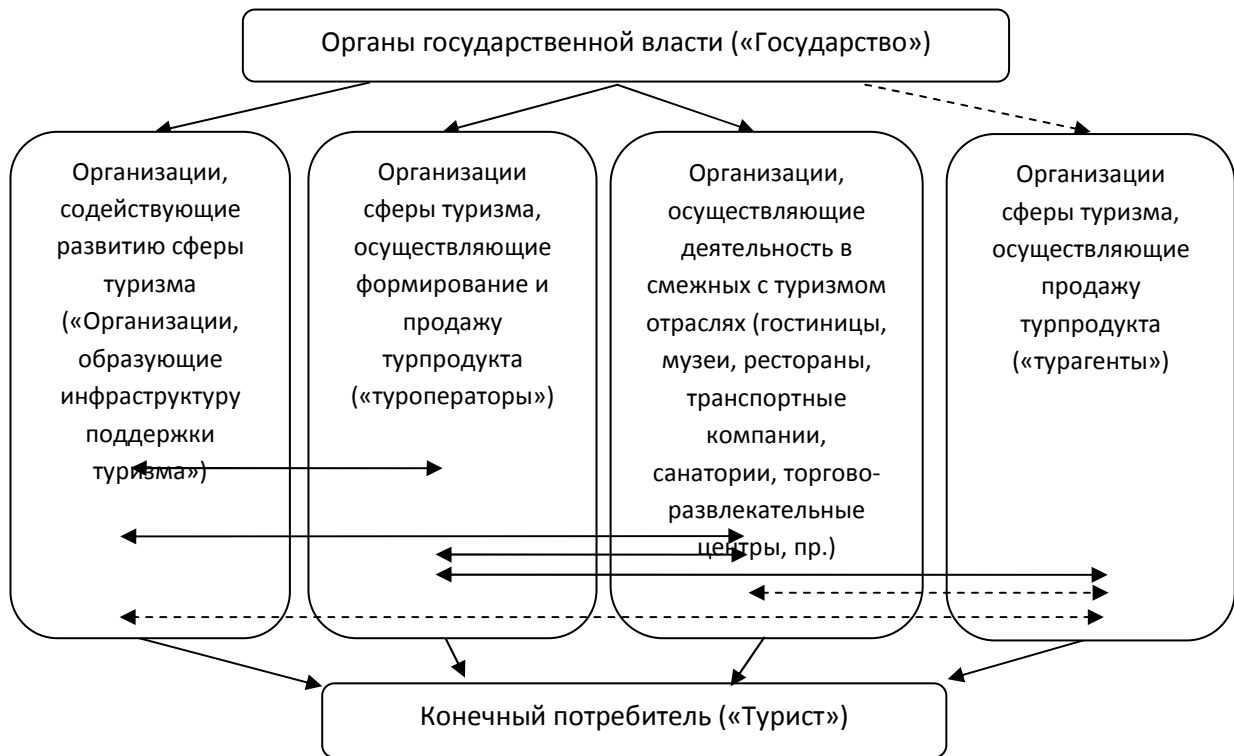


Рисунок 2. Структура сферы туризма (институциональный подход)

Особенность правового регулирования сферы туризма в нашей стране заключается в том, что его регулирование осуществляется практически всеми основными отраслями законодательства. Норма права, регулирующая отношения в сфере туризма, действует не непосредственно, а через нормы иных отраслей права (например, конституционного, административного, финансового, гражданского, земельного права и т.д.). На официальном сайте Минспорттуризма России нормативно-правовая документация разбита на шесть подразделов, характеризующих те или иные аспекты сферы туризма. Правовое регулирование в сфере предпринимательства имеет схожую со сферой туризма тенденцию. На официальном сайте федерального Минэкономразвития отсутствует предметное разграничение по правовым актам. Таким образом, нормативно-правовая база, регулирующая развитие субъектов малого и

среднего предпринимательства находится в общей базе нормативно-правовых документов, имеющих отношение к регулированию экономических процессов [19].

На официальном Портале малого и среднего предпринимательства Российской Федерации такой раздел как «законодательство» присутствует. Проведя анализ данного раздела, авторы констатируют следующее. Данный раздел содержит двадцать подразделов, каждый из которых посвящен той или иной составляющей предпринимательской деятельности. Некоторые подразделы, в свою очередь, также имеют определенную структуру. Кроме действующих нормативно-правовых актов, представлен раздел, в котором размещаются проекты нормативно-правовых актов. Без учета данного раздела всего на официальном портале представлено более 500 нормативных правовых актов [17]. При этом в подразделе «финансы» не содержится ни одного документа, напрямую затрагивающего сферу туризма.

Основными нормативными правовыми документами в сфере туризма и сфере предпринимательства в настоящее время являются Федеральные законы от 24 ноября 1996 года № 132-ФЗ «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации» и от 24 июля 2007 года № 209-ФЗ «О развитии малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации». Первый из них определяет принципы государственной политики в сфере туризма, формирует единый туристский рынок и регулирует отношения, возникающие при реализации прав людей на отдых, свободу передвижения, а также других прав при совершении путешествий. Законом даны официальные трактовки понятий, связанных с туризмом. Нормативным правовым актом узаконены экономические отношения в сфере туризма. В нем закреплены обязанности государства в части содействия отрасли туризма и создания необходимых для ее развития условий, формирования положительного представления о нашей стране в качестве благоприятной для туристических целей, а также поддержки и защиты отечественных туристов, туроператорских и турагентских фирм и их объединений. Законодательно определены договорные отношения при реализации туристских продуктов. При этом договор должен быть оформлен в письменной форме и соответствовать законодательным актам, действующим в Российской Федерации. Кроме этого, установлены правила обеспечения безопасности туризма, определены права и обязанности туриста при совершении путешествий [11]. Единственное упоминание в Федеральном законе о финансовой составляющей – это описание механизма финансовых гарантий для туроператорских фирм, который за последние несколько лет показал свою несостоятельность. Об этом свидетельствуют ситуации, связанные с банкротством крупных российских туроператоров «Ланта-Тур»,

«Капитал-Тур», «Детур», когда размер финансового обеспечения не смог покрыть обязательства туроператоров перед клиентами.

Основным нормативным правовым актом, регулирующим сферу малого и среднего предпринимательства, является Федеральный закон от 24 июля 2007 года № 209-ФЗ «О развитии малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации». Данным законом определены основные критерии отнесения предприятий и организаций к категории малых и средних, принципы и цели осуществления государственной политики в указанной сфере, правовые особенности регулирования. С точки зрения финансового регулирования, нас интересуют формы и виды государственной поддержки субъектов малого и среднего предпринимательства. К их числу следует отнести финансовую форму поддержки, имущественную, консультационную, информационную и др. К видам финансовой поддержки относятся предоставление субсидий, передача в пользование или владение государственного имущества и др. На практике они также определяются дополнительными нормативными правовыми актами.

Правительства Российской Федерации от 27 февраля 2009 Для данного исследования вызывает особый интерес принципы и цели осуществления государственного регулирования предпринимательства, к которым можно отнести введение специальных налоговых режимов, упрощение правил ведения различного вида учетов (налоговый, бухгалтерский) и статистической отчетности, форм налоговых деклараций по отдельным налогам и сборам, установление льготного порядка приватизации государственного и муниципального имущества, специальных форм участия в процедурах размещения заказов на поставку товаров и выполнение услуг для государственных и муниципальных нужд.

Законом установлен перечень субъектов малого и среднего предпринимательства, которым не может быть оказана государственная поддержка. К их числу относятся кредитные организации, страховые организации, за исключением потребительских кооперативов, инвестиционные фонды, негосударственные пенсионные фонды, профессиональные участники рынка ценных бумаг, ломбарды, участники соглашений о разделе продукции, предприятия и предприниматели в сфере игорного бизнеса, а также предприятия и предприниматели, являющиеся в соответствии с Налоговым Кодексом Российской Федерации нерезидентами Российской Федерации. Также законом предусмотрено проведение статистических наблюдений за деятельностью субъектов малого и среднего предпринимательства, сплошного (раз в пять лет) и выборочного (ежемесячно, ежеквартально, ежегодно в зависимости от вида субъекта малого и среднего предпринимательства) [13].

Важным с точки зрения государственного регулирования для предпринимателей любых сфер деятельности стало принятие Федерального закона от 26 декабря 2008 года № 294-ФЗ «О защите прав юридических лиц и индивидуальных предпринимателей при осуществлении государственного контроля (надзора) и муниципального контроля». Законом закреплен принцип уведомительного начала предпринимательской деятельности. Установлен срок проведения плановых проверок малых предприятий - не чаще, чем 1 раз в 3 года, а внеплановых проверок – только с санкции прокурора. Установлен запрет для органов полиции на проверки, изъятие документов, проведение иных действий, выходящих за рамки административного правонарушения или уголовного дела [12].

Позднее (в 2010 году) вступили в силу поправки в Кодекс об административных правонарушениях, исключаящие полномочия милиции (полиции) по составлению протоколов об административных правонарушениях в сфере обеспечения контроля за санитарно-эпидемиологическим благополучием населения, экологического, фитосанитарного, налогового контроля, контроля в банковской сфере и сфере финансовых рынков, технического регулирования, государственной регистрации прав на недвижимое имущество и сделок с ним (79 составов) [18].

В 2007 году внесены изменения в Федеральный закон от 21 июля 2005 года № 94-ФЗ «О размещении заказов на поставки товаров, выполнение работ, оказание услуг для государственных и муниципальных нужд», согласно которым расширено участие субъектов малого предпринимательства при размещении государственных заказов до 20% (но не менее 10%), что также оказывает положительное влияние на финансовую составляющую деятельности предприятий [9].

22 июля 2008 года принят Федеральный закон № 159-ФЗ «Об особенностях отчуждения недвижимого имущества, находящегося в государственной собственности субъектов Российской Федерации или в муниципальной собственности и арендуемого субъектами малого и среднего предпринимательства, и о внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации». Согласно данному закону малые и средние предприятия, в т.ч. осуществляющие деятельность в сфере туризма, имеют преимущественное право выкупа арендуемых площадей, находящихся в государственной собственности. Основными практическими результатами положений закона являются приостановление продаж площадей, занимаемых предпринимателями, а также формирование перечней имущества, находящегося в государственной собственности, с целью последующего

предоставления данного имущества в аренду для целей предпринимательской деятельности [10].

В соответствии с данным законом и на основании отдельного решения Правительства Российской Федерации предельные значения и срок рассрочки оплаты арендуемого имущества определены на уровне 1000 кв. метров и 3 года соответственно (в случае, если иного не предусмотрено региональным законом) [2].

В 2009 году по инициативе законодательных собраний ряда субъектов Российской Федерации принят Федеральный закон от 17 июля 2009 года № 162-ФЗ «О внесении изменения в статью 2 Федерального закона «О применении контрольно-кассовой техники при осуществлении наличных денежных расчетов и (или) расчетов с использованием платежных карт» и отдельные законодательные акты Российской Федерации». В соответствии с данным законом субъекты малого и среднего предпринимательства, уплачивающие единый налог на вмененный доход, освобождены от применения контрольно-кассовой техники (за исключением продавцов вино-водочной продукции). При этом в момент совершения операции с наличными по требованию потребителю обязаны предоставить документ, подтверждающий оплату им товара, работы или услуги (квитанция, товарный чек и др.) [7]. По оценкам экспертов, только за первый год действия положений данного закона экономия предпринимателей на расходах, связанных с обслуживанием контрольно-кассовых аппаратов, составила свыше 7,0 млрд. рублей.

Федеральным законом от 2 августа 2009 года № 217-ФЗ «О внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации по вопросам создания бюджетными научными и образовательными учреждениями хозяйственных обществ в целях практического применения (внедрения) результатов интеллектуальной деятельности» закреплены условия создания малых форм хозяйствования при образовательных учреждениях с целью внедрения в производство результатов интеллектуальной деятельности. В соответствии с законом для создания малого предприятия достаточно уведомления в семидневный срок после внесения записи в единый государственный реестр юридических лиц Министерства образования и науки Российской Федерации. При этом получать согласия собственника имущества не требуется. В уставный капитал таких организаций наряду с денежными средствами, оборудованием, имуществом могут быть включены результаты интеллектуальной деятельности, исключительное право на владение которыми сохраняется за учреждением. Для организаций, созданных в рамках реализации положений Федерального закона, существуют определенные требования к составу учредителей. Так, доля учреждения в уставном капитале должна

составлять более 25% (для акционерных обществ) либо 1/3 (для обществ с ограниченной ответственностью). Прибыль, получаемую от деятельности малых предприятий, образовательные учреждения отражают на отдельном балансе и расходуют строго на правовую охрану результатов интеллектуальной деятельности, выплату вознаграждения их авторам и ведение уставной деятельности учреждения [8]. В настоящее время в Российской Федерации уже существуют прецеденты создания туристских предприятия на базе учебных заведений.

Не менее интересной, с точки зрения идеи, автор считает инициативу принятия Федерального закона от 29 декабря 2006 года № 244-ФЗ «О государственном регулировании деятельности по организации и проведению азартных игр и о внесении изменений в некоторые законодательные акты Российской Федерации». Законодателем предпринята попытка создания отечественного Макао или Лас-Вегаса, в которых игорная деятельность ежегодно привлекает миллионы туристов и приносит в казну миллиарды долларов в виде налоговых поступлений. Законом предусмотрено создание на территории Российской Федерации четырех специальных игорных зон (Алтайский, Приморский, Краснодарский края и Калининградская область. В отдельную зону также выделяют Ростовскую область. Разрешения на совершение деятельности по организации и проведению азартных игр в игорных зонах будут выдаваться в соответствии с законодательством субъекта, в том числе путем проведения конкурса или аукциона. При этом управление создаваемыми игорными зонами будет осуществляться органами государственной власти субъекта, на которые возложены обязательства по выдаче, переоформлению и аннулированию разрешений на организацию и проведение азартных игр в игорной зоне, контролю за соблюдением законодательства в сфере игорного бизнеса, а также иные полномочия в области организации функционирования игорных зон. Законом также установлены требования к финансовому обеспечению организаторов азартных игр: чистые активы должны составлять не менее 600 млн. рублей - для организаторов азартных игр в казино и залах игровых автоматов, не менее 100 миллионов рублей - для организаторов азартных игр в букмекерских конторах и тотализаторах [14].

В постановлении Правительства Российской Федерации от 18 июля 2007 года № 452 «Об утверждении Правил оказания услуг по реализации туристского продукта» даны определения понятиям «потребитель» и «исполнитель». В ходе осуществления предпринимательской деятельности исполнитель обязан предоставлять потребителю объективную информацию о реализуемом туристском продукте. Это необходимо для обеспечения

возможности правильного выбора со стороны потребителя. В информации должны отражаться сведения о качестве туристского продукта, его цене (с учетом всех необходимых доплат) в рублях, о необходимых мерах, обеспечивающих безопасное использование турпродукта, правилах пребывания в принимающей стране, правилах пользования туристскими ресурсами с учетом действующих ограничительных мер, о возможных рисках, связанных с путешествием, а также об иных составляющих туристского продукта. В соответствии с постановлением, исполнитель, по требованию потребителя, обязан предоставить действующий договор страхования гражданской ответственности за неисполнение или ненадлежащее исполнение обязательств по договору о реализации туристского продукта. Информация о существующем праве потребителя входит в число существенных условий договоров, заключаемых между исполнителем и потребителем. Также существенными условиями договоров о реализации туристского продукта являются размер финансового обеспечения, права, обязанности и ответственность сторон, условия изменения и расторжения договора, сведения о порядке и сроках предъявления потребителем претензий к исполнителю в случае нарушения исполнителем условий договора. И исполнитель, и потребитель вправе потребовать изменения или расторжения договора в связи с существенными изменениями обстоятельств, из которых стороны исходили при заключении этого договора. Постановлением также определен порядок предъявления претензий и установлена ответственность сторон по договору о реализации туристского продукта [3].

Перейдем к рассмотрению наиболее существенного, на взгляд авторов работы, и ориентированного на практику механизма финансового регулирования сферы предпринимательства, принятого на федеральном уровне. Постановлением года № 178 «О распределении и предоставлении субсидий из федерального бюджета бюджетам субъектов Российской Федерации на государственную поддержку малого и среднего предпринимательства, включая крестьянские (фермерские) хозяйства» установлен порядок распределения и предоставления субъектам Российской Федерации субсидий на вышеуказанные цели. Основные мероприятия государственной поддержки, по которым оказывается государственная поддержка: создание и развитие инфраструктуры поддержки субъектов малого и среднего предпринимательства (бизнес-инкубаторы, промышленные парки, пр.); поддержка экспортно ориентированных субъектов предпринимательства, развитие кредитования; иные мероприятия по поддержке субъектов малого и среднего предпринимательства, а также ведение реестров субъектов малого и среднего предпринимательства, получающих государственную поддержку. Для

получения субсидий (за исключением субсидий на ведение реестров) регионам необходимо пройти отбор, по итогам которого определяется объем субсидий по каждому из регионов-участников отбора и мероприятия, на которые она предоставляется. При наличии остатков заложенных в бюджете средств, они перераспределяются между субъектами, в заявках которых предусмотрены мероприятия по содействию занятости населения. Постановлением определен порядок использования субсидии, а также необходимый пакет документов, который субъект малого или среднего предпринимательства, обязан предоставить при участии в отборе на получении субсидии [5].

Постановлением Правительства РФ от 6 мая 2008 года № 358 «Об утверждении Положения о ведении реестров субъектов малого и среднего предпринимательства - получателей поддержки и о требованиях к технологическим, программным, лингвистическим, правовым и организационным средствам обеспечения пользования указанными реестрами» определен порядок ведения реестров субъектов малого и среднего предпринимательства - получателей поддержки. Согласно данному постановлению реестр обязаны вести федеральные и региональные органы исполнительной власти, а также органы местного самоуправления. Кроме этого, постановлением определена форма реестра, установлен ряд требований к оформлению и размещению реестров. Реестры ведутся в электронном виде и являются открытыми и общедоступными [6].

На уровне Правительства также приняты решения по созданию экспертных, совещательных и координационных органов в сфере предпринимательства. Так, постановлением от 17 марта 2008 года № 178 «О Правительственной комиссии по вопросам конкуренции и развития малого и среднего предпринимательства» утверждена одноименная комиссия, а также положение о ее деятельности, которым определены права комиссии, задачи и порядок работы. Комиссия занимается рассмотрением и подготовкой предложений в вопросах реализации решений Президента и Правительства Российской Федерации в сфере малого и среднего предпринимательства, программ развития малого и среднего предпринимательства и иных мер государственной поддержки, создания системы поддержки малого предпринимательства, в том числе на региональном и муниципальном уровнях, формирования мер, направленных на сокращение избыточного вмешательства государства в деятельность субъектов предпринимательства, введения уведомительного порядка осуществления отдельных видов предпринимательской деятельности, совершенствование налогообложения и др. Решения комиссии в вопросах своей компетенции являются обязательными для реализации органами исполнительной власти [4].

Основным документом, определяющим развитие сферы туризма в Российской Федерации, является федеральная целевая программа по развитию туризма до 2018 года, получившая начало в концепции федеральной целевой программы «Развитие внутреннего и въездного туризма в Российской Федерации (2011 – 2016 годы)». По сути этот документ являлся основным нормативно-правовым документом в изучаемой сфере, принятым на федеральном уровне за очень долгий промежуток времени. Данная концепция, утвержденная распоряжением Правительства Российской Федерации от 19 июля 2010 г. № 1230-р, предусматривала реализацию трех этапов.

На первом (2011 г.) должен был быть изучен и оценен туристский потенциал субъектов Российской Федерации с точки зрения перспектив развития различных видов туризма. Планировалось выработать методические подходы к развитию инфраструктуры с учетом специфики географической и климатической составляющих субъектов Российской Федерации, различия в уровне их финансовой самостоятельности. На втором этапе (2011-2013 гг.) на примере нескольких регионов планировалось создать отдельные наиболее важные и значимые объекты современных туристских комплексов в рамках реализации адресных инвестиционных проектов, предусматривающих развитие коммунальной, энергетической и транспортной инфраструктур. На третьем этапе, согласно концепции, подразумевалось создание полноценной сети рекреационных и туристских объектов, отвечающих мировым стандартам и способных составить конкуренцию на мировом рынке туризма. Особое внимание в концепции уделялось мероприятиям, направленным на повышение уровня подготовки кадров для сферы туризма. Кроме этого, в практическое применение планировали внедрить современные технологии реализации туристских продуктов. Также планировалось проведение постоянной работы по созданию имиджевой привлекательности национальных курортных территорий и туристского продукта, обеспечению прозрачности деятельности туристских компаний.

Поскольку данная работа посвящена исследованию экономических процессов, происходящих в регионах Приволжского федерального округа, то отметим, что они крайне редко упоминаются в концепции. Это обусловлено значительной разницей между регионами Приволжского федерального округа с точки зрения туристской привлекательности и отсутствием здоровой конкуренции более слабых регионов с более сильными. Например, регионы Приволжского федерального округа по существующему уровню развития инфраструктуры сильно уступают южным регионам нашей страны, хотя, на взгляд авторов, туристский потенциал регионов Приволжского федерального округа огромен. Ставка в концепции сделана на поддержку таких регионов и

проектов, от которых экономический эффект будет наиболее значимым и быстрым. Регионы Приволжского федерального округа отмечены в концепции в качестве составляющих туристского продукта «Большая Волга». Данный продукт можно считать примером кластерного подхода к формированию продуктов в туристской отрасли.

Как было указано ранее, концепция федеральной целевой программы «Развитие внутреннего и въездного туризма в Российской Федерации (2011 – 2016 годы)» явилась основой для подготовки федеральной целевой программы «Развитие внутреннего и въездного туризма в Российской Федерации (2011 – 2018 годы)», утвержденной постановлением Правительства Российской Федерации от 2 августа 2011 года № 644. Программа направлена на популяризацию въездного и внутреннего видов туризма путем развития существующего туристско-рекреационного комплекса нашей страны и создания новых его объектов, а также повышения качества предоставляемых туристских услуг. За основу в программе принят кластерный подход, в рамках которого планируется создание в Российской Федерации туристско-рекреационных и автотуристских кластеров в наиболее перспективных субъектах (всего 25 регионов). Постановлением определено 7 основных туристических направлений - Серебряное кольцо России, Золотое кольцо России, Юг России, Большая Волга, Сибирь, Прибайкалье и Дальний Восток. В данных кластерах предусмотрено создание современных комфортабельных гостиниц и отелей, кемпингов, кафе и ресторанов, спортивных, развлекательных и торговых объектов, автостоянок и других объектов инфраструктуры. При этом в программе также остались мероприятия по усовершенствованию системы подготовки кадров для сферы туризма. Ряд контрольных функций в отношении субъектов туристической отрасли планируется передать саморегулируемым организациям. Также предусмотрено проведение широкой маркетинговой и информационной кампаний с целью создания положительного имиджа России как привлекательного туристического направления. При этом большое внимание уделено вопросу паспортно-визовых, таможенных и иных туристских формальностей для иностранцев. Общий объем финансирования федеральной целевой программы - 332 млрд. руб. Средства федерального бюджета составляют 28,9%, региональных - 7,5%. Основное финансирование планируется вести за счет частных инвестиций. Отбор инвестиционных проектов будет осуществляться на конкурсной основе. Причем запланировано возместить инвесторам из федерального бюджета часть затрат по привлеченным кредитам и займам. Также предусмотрены субсидии регионам на софинансирование строительства обеспечивающей инфраструктуры [15].

Изучив постановление Правительства Российской Федерации от 2 августа № 644, авторы констатируют достаточно слабое присутствие в программе упоминаний о Приволжском федеральном округе. Его упоминают в качестве территории, на которой могут развиваться культурно-познавательный, активный, оздоровительный, экологический, круизный и сельский виды туризма. Кроме этого, ряд субъектов Приволжского федерального округа отмечены в программе в качестве перспективных туристских регионов, имеющих высокий туристский потенциал и проявляющих наибольшую активность в подготовке инвестиционных проектов. В их числе Республика Башкортостан, Республика Татарстан, Чувашская Республика, Нижегородская область, Самарская область. Республика Марий Эл в программе не упоминается.

С точки зрения институциональных составляющих финансового регулирования сферы туризма, нас будут интересовать бюджетные отношения и отношения в области налогообложения, которые регулируются Бюджетным Кодексом Российской Федерации и Налоговым Кодексом Российской Федерации соответственно. Так, на основе анализа данных нормативных правовых актов авторами определены следующие основные налоговые доходы, подлежащие зачислению в региональные и местные бюджеты и характерные для предприятий, осуществляющих деятельность в сфере туризма, - налог на имущество организаций, налог на игорный бизнес, транспортный налог, налог на доходы физических лиц, налоги, уплачиваемые при применении специальных режимов налогообложения, патентной системы налогообложения, земельный налог, налог на прибыль, зачисляемый в региональный бюджет и др. [15]. Таким образом, предложения по совершенствованию механизмов финансового регулирования могут затрагивать и сферу налогообложения.

Кроме этого, важным институциональным звеном в сфере малого предпринимательства в туризме является инфраструктура поддержки субъектов малого и среднего предпринимательства и инфраструктура туризма. К основным элементам инфраструктуры можно отнести туристско-информационные центры, различные туристские ассоциации, региональные фонды поддержки малого и среднего предпринимательства, бизнес-инкубаторы, технопарки, торгово-промышленные палаты и т.п.

Подводя итоги, отметим следующее. Развитию сферы малого предпринимательства в сфере туризма уделяется все большее внимание со стороны государства, о чем свидетельствует возросшее число принимаемых нормативно-правовых актов, регулирующих указанную сферу. Большинство из принимаемых нормативно-правовых актов направлены на снижение административного давления на деятельность предприятий малого бизнеса,

предоставление льгот и преференций, стимулирование их развития. Элементы инфраструктуры поддержки малого и среднего предпринимательства, инфраструктуры туризма также призвана оказывать содействие и координировать деятельность между участниками туристского рынка. В качестве отрицательного момента стоит отметить тот факт, что в большинстве программ развития туризма отсутствуют мероприятия, направленные на оказание поддержки именно предприятиям и организациям малых форм хозяйствования. Экономический эффект от реализуемых мероприятий минимален и практически не отслеживается. Для выработки эффективных путей решения обозначенных проблем рассмотрим формы и методы финансового регулирования сферы туризма на региональном уровне.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Аннотация к постановлению Правительства Российской Федерации «О федеральной целевой программе «Развитие внутреннего и въездного туризма в Российской Федерации (2011 – 2018 годы)» / Справочно-правовая система «Гарант»
2. Аннотация к постановлению Правительства Российской Федерации от 18 декабря 2008 года № 961 «О предельных значениях и сроке рассрочки оплаты находящегося в государственной собственности субъектов Российской Федерации или в муниципальной собственности арендуемого субъектами малого и среднего предпринимательства имущества, применяемых при реализации ими преимущественного права на приобретение такого имущества» / Справочно-правовая система «Гарант».
3. Аннотация к постановлению Правительства Российской Федерации от 18 июля 2007 года № 452 «Об утверждении Правил оказания услуг по реализации туристского продукта» / Справочно-правовая система «Гарант».
4. Аннотация к постановлению Правительства Российской Федерации от 17 марта 2008 года № 178 «О Правительственной комиссии по вопросам конкуренции и развития малого и среднего предпринимательства» / Справочно-правовая система «Гарант».
5. Аннотация к постановлению Правительства Российской Федерации от 27 февраля 2009 года № 178 «О распределении и предоставлении субсидий из федерального бюджета бюджетам субъектов Российской Федерации на государственную поддержку малого и среднего

- предпринимательства, включая крестьянские (фермерские) хозяйства» / Справочно-правовая система «Гарант».
6. Аннотация к постановлению Правительства Российской Федерации от 6 мая 2008 года № 358 «Об утверждении Положения о ведении реестров субъектов малого и среднего предпринимательства - получателей поддержки и о требованиях к технологическим, программным, лингвистическим, правовым и организационным средствам обеспечения пользования указанными реестрами» / Справочно-правовая система «Гарант»
 7. Аннотация к Федеральному закону от 17 июля 2009 года № 162-ФЗ «О внесении изменения в статью 2 Федерального закона «О применении контрольно-кассовой техники при осуществлении наличных денежных расчетов и (или) расчетов с использованием платежных карт» и отдельные законодательные акты Российской Федерации» / Справочно-правовая система «Гарант».
 8. Аннотация к Федеральному закону от 2 августа 2009 года № 217-ФЗ «О внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации по вопросам создания бюджетными научными и образовательными учреждениями хозяйственных обществ в целях практического применения (внедрения) результатов интеллектуальной деятельности» / Справочно-правовая система «Гарант»
 9. Аннотация к Федеральному закону от 21 июля 2005 года № 94-ФЗ «О размещении заказов на поставки товаров, выполнение работ, оказание услуг для государственных и муниципальных нужд» / Справочно-правовая система «Гарант»
 10. Аннотация к Федеральному закону от 22 июля 2008 года № 159-ФЗ «Об особенностях отчуждения недвижимого имущества, находящегося в государственной собственности субъектов Российской Федерации или в муниципальной собственности и арендуемого субъектами малого и среднего предпринимательства, и о внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации» / Справочно-правовая система «Гарант».
 11. Аннотация к Федеральному закону от 24 ноября 2006 года № 192-ФЗ «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации» / Справочно-правовая система «Гарант».
 12. Аннотация к Федеральному закону от 26 декабря 2008 года № 294-ФЗ «О защите прав юридических лиц и индивидуальных предпринимателей при осуществлении государственного контроля

- (надзора) и муниципального надзора» / Справочно-правовая система «Гарант».
13. Аннотация к Федеральному закону от 27 июля 2007 года № 209-ФЗ «О развитии малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации» / Справочно-правовая система «Гарант».
 14. Аннотация к Федеральному закону от 29 декабря 2006 года № 244-ФЗ «О государственном регулировании деятельности по организации и проведению азартных игр и о внесении изменений в некоторые законодательные акты Российской Федерации» / Справочно-правовая система «Гарант».
 15. Бюджетный Кодекс Российской Федерации / Справочно-правовая система «Гарант». Налоговый Кодекс Российской Федерации / Справочно-правовая система «Гарант».
 16. Глобальный мониторинг предпринимательства: Национальный отчет. - 2012, 2011. // Режим доступа: <http://www.gsom.spbu.ru/research/eship/projects/gem/>
 17. Законодательство / Федеральный портал малого и среднего предпринимательства // Режим доступа: <http://smb.gov.ru/content/legislation/>
 18. Кодекс Российской Федерации об административных правонарушениях / Справочно-правовая система «Гарант».
 19. Нормативно-правовые акты / Документы / Официальный сайт Министерства экономического развития Российской Федерации // Режим доступа: <http://www.economy.gov.ru/minec/documents/VostrebDocs>
 20. Папирян, Г.А. Экономика туризма: учеб. пособие для вузов / Г.А. Папирян. – М.: Финансы и статистика, 2008. – С. 79-87.
 21. Перечень нормативно-правовых актов в сфере туризма / официальный сайт Министерства спорта, туризма и молодежной политики // Режим доступа: <http://tourism.minstm.gov.ru /23/847.shtml>
 22. Талалаев М.В. Развитие вынужденного и добровольного предпринимательства во взаимосвязи с особенностями территориальной организации экономики. – Дис. на соиск.уч.степ.канд.эк.наук.... – Йошкар-Ола, 2013. – С. 28-29.
 23. Территориальный орган Федеральной службы государственной статистики по Республике Марий Эл. // Режим доступа: http://maristat.gks.ru/wps/wcm/connect/rosstat_ts/maristat/ru/statistics/enterprises/small_and_medium_enterprises/

ХАРАКТЕРИСТИКА МАЛОГО И СРЕДНЕГО БИЗНЕСА И ФОРМ ИХ ПОДДЕРЖКИ В ПЕРМСКОМ КРАЕ

ТЕТЕНОВА И.А.

Пермский институт (филиал) ФГБОУ ВО «Российский экономический университет имени Г.В. Плеханова»

i.a.tetenova@mail.ru

Малое и среднее предпринимательство (МСП) играет важную роль в экономике любой страны, во многом определяя ее состояние и темпы развития, устойчивость к кризисным явлениям и структурным изменениям мировых рынков, а также влияет на уровень занятости и экономической активности населения, структуру и объем валового продукта. Правительства развитых стран создают условия для развития малого и среднего бизнеса. В Российской Федерации также с 1994 года действуют Федеральные программы поддержки малого и среднего бизнеса. Основной их целью, вплоть до 2010 года, было количественное увеличение доли субъектов малого и среднего предпринимательства (СМСП) в экономике страны. Начиная с 2010 года, приоритеты программ существенно изменились в качественную сторону. Ключевые мероприятия, включаемые в программы, направлены на развитие малого инновационного предпринимательства, лизинговую поддержку и поддержку экспортно-ориентированных компаний. При этом сохранены наиболее востребованные направления, такие как грантовая поддержка, развитие микрофинансирования, предоставление гарантий, создание специализированной инфраструктуры имущественной поддержки [15, 16].

Важно проводить оценку эффективности применения государственной поддержки предпринимательства, сопоставляя затраты государства и отдачу от сектора малого предпринимательства на региональном и национальном уровнях. Одним из этапов решения этого вопроса является анализ динамики развития предпринимательства и форм государственной поддержки.

За период с 2011 года на федеральном уровне был реализован ряд мер государственной экономической политики, прямо или косвенно оказавших влияние на развитие сектора МСП. К ним можно отнести:

- 1) финансовую и налоговую политику (совершенствование специальных налоговых режимов; изменение системы страховых платежей для отдельных категорий налогоплательщиков; изменение системы ведения кассовых операций для индивидуальных предпринимателей);
- 2) земельно-имущественную политику;
- 3) развитие системы государственных закупок;

- 4) внедрение системы регулирующего воздействия;
- 5) формирование института уполномоченного по защите прав предпринимателей [15].

Концепция долгосрочного социально-экономического развития Российской Федерации, разработанная на период до 2020 г., принятая Правительством РФ 17.11.2008г., указывает важность развития малого бизнеса для интенсивного экономического роста национальной экономики. В программе выдвинут ряд задач по развитию малого предпринимательства:

- создание равных организационных возможностей для всех граждан;
- формирование мотивации инновационного поведения предпринимателей;
- значительное повышение эффективности экономики, прежде всего, на основе повышения производительности труда [1].

В 2015 году Минэкономразвития России опубликовало на своем сайте проект Стратегии развития малого и среднего предпринимательства в России до 2030 года (однако проект до сих пор не утвержден). Документ был разработан с учетом положений Федерального закона от 28.06.2014г. № 172-ФЗ «О стратегическом планировании в Российской Федерации». Целью Стратегии является развитие сферы малого и среднего предпринимательства как фактора инновационного развития, улучшения отраслевой структуры экономики, социального развития и обеспечения стабильно высокого уровня занятости. В числе новых задач Стратегии можно выделить следующие:

- стимулирование спроса на продукцию малых и средних предприятий, в том числе на основе расширения доступа к закупкам товаров, работ, услуг организациями государственного сектора экономики;
- совершенствование политики в области налогообложения и неналоговых платежей;
- повышение качества государственного регулирования;
- стимулирование развития предпринимательства на отдельных территориях и др. [7]

В соответствии с федеральным законом №209 от 24 июля 2007 г. «О развитии малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации» малыми предприятиями считаются индивидуальные предприниматели, а также юридические лица, имеющие ограничения по численности работников (малые предприятия – до 100 человек, микропредприятия – до 15 человек; средние – от 101 до 250), также установлены предельные значения выручки без учета НДС для микропредприятий - 120 млн. рублей, малых - 800 млн. рублей, средних предприятия - 2 млрд. рублей [2, 4].

В Пермском крае по состоянию на 01.01.2016 года осуществляли деятельность 136477 субъектов малого и среднего предпринимательства, из них 26371 – юридические организации неопределенной категории, 70219 – индивидуальные предприниматели (табл. 1).

Таблица 1

Данные Пермьстата о количестве зарегистрированных субъектов МСП, содержащиеся в Статрегистре [6]

	2012	2013	2014	2015	2015/2012
Число юридических лиц субъектов МСП	31210	30594	30254	33588	1,08
Число индивидуальных предпринимателей	84527	70822	70618	69705	0,82
Неопределенная категория юридических лиц	24096	26393	30102	33184	1,38
ИТОГО	139833	127809	130974	136477	0,98

Таблица 2

Данные УФНС Пермского края по количеству вновь зарегистрированных и ликвидированных СМСП в течение 2012-2015 гг.

		2012, ед.	2013, ед.	2014, ед.	2015, ед.
ЮЛ (коммерческие организации)	Вновь зарегистрированные	6 999	9 109	9 521	12 707
	Ликвидированные	11 309	6 565	9 354	5 894
ИП	Вновь зарегистрированные	11207	8213	9 543	10 643
	Ликвидированные	16228	20432	9 486	11 171
ИТОГО	Вновь зарегистрированные	18 206	17 322	19 064	23 350
	Ликвидированные	27 537	26 997	18 840	17 065
Сальдо общего числа вновь зарегистрированных от числа ликвидированных		-9 331	-9 675	224	6 285

По количеству вновь зарегистрированных субъектов малого предпринимательства в целом за последние 2 года наблюдается тенденция увеличения числа вновь зарегистрированных фирм над числом ликвидированных, в основном за счет роста показателя по регистрации юридических лиц (табл. 2, рис. 1). Однако необходимо заметить, что число ликвидированных индивидуальных предпринимателей практически в течение всего периода больше чем число зарегистрированных. В целом по данным

Пермьстата число индивидуальных предпринимателей в течение 4-х последних лет стабильно снижалось и по состоянию на конец 2015г. уменьшилось на 14822 человек (17,5%) по сравнению с показателем 2012 года и в структуре СМСП доля индивидуальных предпринимателей также снизилась с 60% в 2012 году до 51% - в 2015 г. (табл. 1). Данная тенденция характерна практически для всех регионов России. В Приволжском федеральном округе количество действующих индивидуальных предпринимателей на конец 2014 года меньше показателя 2012 года на 13,2%, а в целом по Российской Федерации уменьшение произошло на 7,2% [9].

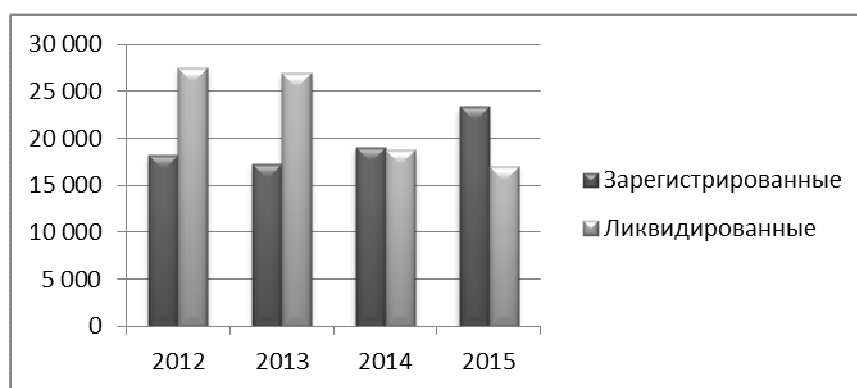


Рисунок 1. Количество вновь зарегистрированных и ликвидированных единиц СМСП в течение 2012-2015 гг.

Необходимо отметить, что доля малых предприятий в регионе среди всех организаций составляет 45%, из них к микропредприятиям с численностью до 15 человек относятся 88% предприятий (рис. 2) [8]. На момент исследования официальная статистика Росстата Пермского края раздела «Предпринимательство/ Малое и среднее предпринимательство» предлагает данные только по малому бизнесу до 2014 год включительно.

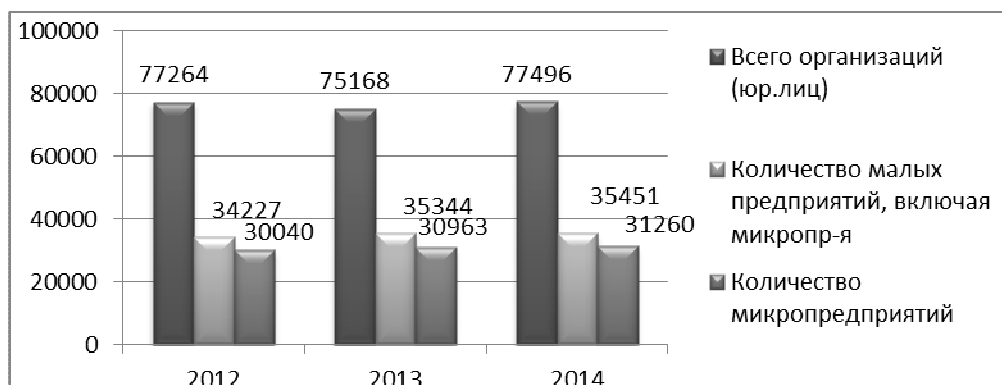


Рисунок 2. Количественная динамика малого бизнеса Пермского края, в том числе, микропредприятий за 2012-2014 гг.

По видам деятельности малые предприятия представлены во всех отраслях экономики, но традиционно большая доля предприятий малого бизнеса развивается в сфере торговли (по данным на конец 2013 года – 37%, 2014 г. - 39%), в сфере недвижимости и услуг (21% - в 2013 г., 20% - в 2014 г.), в строительстве (13,5%), в сфере обработки (около 10%), транспорт и связь (7%) [8]. Таким образом, сложившаяся на текущий момент отраслевая структура малого бизнеса в регионе, как и в целом по России, отстает от уровня развития малого предпринимательства в европейских странах, в которых количественный показатель и вклад производственных компаний значительно выше и доминирует неторговый сектор экономики [13].

Количество действующих малых предприятий на 100 тыс. жителей в Пермском крае по состоянию на 1 января 2015 года составило 13 единиц, что на одну позицию ниже среднероссийского уровня. За анализируемый период снизилась численность работников малых предприятий, по данным Пермстата показатель 2014 года ниже 2012 года на 10%, что произошло и на фоне снижения общего числа занятых в экономике (- 2,9%) (рис. 3). По структуре занятости в различных отраслях также преобладают торговля и услуги, в торговле по данным на конец 2014 г. сосредоточено 28,4% занятых, в деятельности по операциям с недвижимостью – 23,1%, по 13% в строительстве и обрабатывающих производствах.

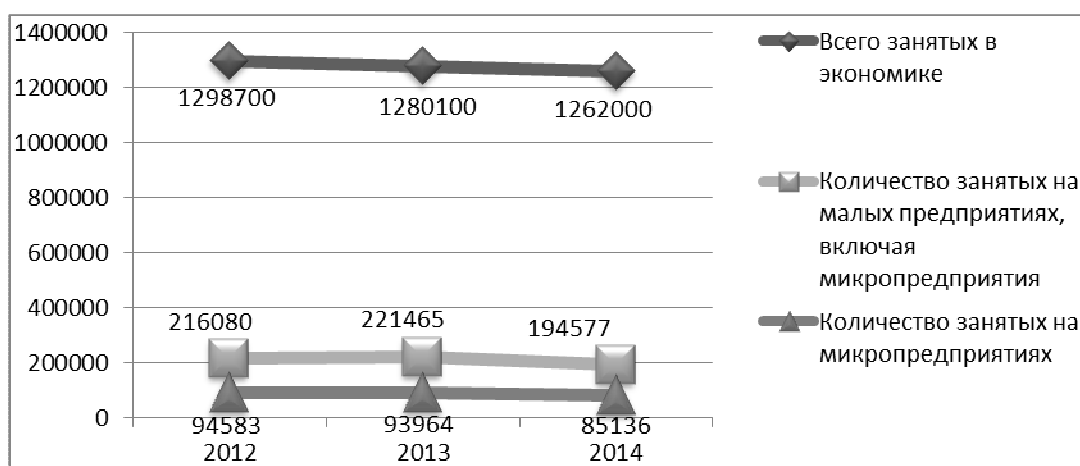


Рисунок 3. Средняя численность работников малых предприятий Пермского края в динамике за 2012 – 2014 г.г.

В то же время оборот малых предприятий в 2014 году увеличился по сравнению с показателем 2012 года на 12% составил 484601,7 млрд. рублей. Однако более 60% оборота малых предприятий сосредоточено опять же в торговле и сфере услуг, по 10% - в операциях с недвижимостью и обрабатывающих производствах, 8% в строительстве (рис. 4).

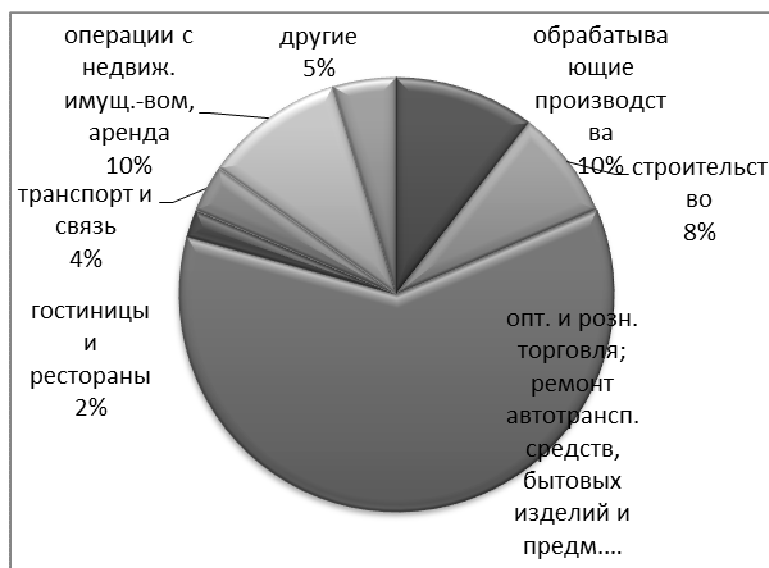


Рисунок 4. Структура оборота малых предприятий Пермского края по видам деятельности по данным Росстата за 2014г.

Размер инвестиций в основной капитал выполненных малыми предприятиями за анализируемый период также имеет положительную динамику с 5,2 млрд. руб. в 2012 году он увеличился до 9,4 млрд. руб. в 2014 году (+80%). Доля малых предприятий в основном капитал в целом по экономике Пермского края увеличилась с 3,2% до 5,1% соответственно. Целями инвестирования в 2014 году стали: замена изношенной техники и оборудования (27%), автоматизация и механизация существующего производственного процесса (22%); увеличение мощностей с расширением номенклатуры продукции (18%). Пермьстат обозначил факторы, ограничивающие инвестиционную деятельность – 49% предпринимателей указали на недостаток собственных финансовых средств, 36% - неопределенность экономической ситуации в стране, 27% - дороговизна коммерческого кредитования [10].

Рассматривая место малого бизнеса Пермского края на экономической карте России, в частности среди 14 субъектов Приволжского федерального округа, отметим, что Пермский край в среднем занимает серединную позицию. По данным министерства промышленности и торговли Пермского края по показателям: количество действующих малых и средних предприятий, число индивидуальных предприятий, среднесписочная численность работающих в малом бизнесе Пермский край занимает 4-е место; по обороту продукции, производимой малым бизнесом – 5-е место [8].

Муниципальные образования Пермского края имеют различные исходные условия для развития малого бизнеса, в связи с чем структура распределения субъектов малого и среднего предпринимательства на

территории края неравномерна. Так, на долю всего семи муниципальных образований (г.Пермь, г.Березники, г.Кудымкар, Краснокамский, Добрянский, Пермский, Чайковский районы) приходится 70% всех зарегистрированных субъектов малого и среднего предпринимательства, причем в краевом центре действует около 60% предпринимателей. Показатель плотности СМСП в 4-м квартале 2015 года составлял 83 единицы на 1000 жителей по г. Перми, что на 5% больше показателя 2014 года и на 45% больше показателя 2013 года. По Пермскому краю показатель плотности СМСП составляет 52 единицы, что на 4% больше показателя 2014 г. Минимальная плотность малого бизнеса в Березовском и Кудымкарском районах по 18 единиц на 1000 жителей, что в 4,5 раза ниже показателя краевого центра. Размах вариации составил 70 единиц. Территориальные диспропорции во многом являются следствием малой заселенности и структуры экономики, сложившейся за десятилетия в районах и городах края [6] .

Рассматривая проблемы развития малого и среднего предпринимательства, можно указать, что по-прежнему сохраняется ряд традиционных проблем, сдерживающих его интенсивное развитие:

- ограниченность доступа к банковским кредитным ресурсам из-за высокой стоимости кредита, отсутствие залогового обеспечения, длительность процедуры оформления кредита, отсутствие кредитных историй;
- неразвитость системы микрофинансовых организаций;
- недоступность земли и недвижимости, высокая стоимость энергоносителей;
- нестабильность законодательства в сфере налогового и финансового регулирования сектора МСП;
- проблема оценки качества продукции и отсутствие системы продвижения ее на региональный, российский и международный рынки;
- ограниченное количество инновационных проектов, имеющих коммерческие перспективы;
- дефицит квалифицированных кадров, недостаточный уровень профессиональной подготовки;
- слабая заинтересованность и отсутствие мотивации к созданию и развитию своего бизнеса у населения края, особенно у молодых людей [3, 14, 15].

Государственная политика последних лет (2014-2015 гг.) насыщена по количеству инициатив и законодательных актов по регулированию и поддержке малого и среднего бизнеса. Среди них есть как способствующие так и не способствующие благоприятному развитию бизнеса. К позитивным инициативам можно отнести следующие:

- введение трехлетнего моратория на проведение плановых проверок;
- внедрение единого реестра проверок;
- налоговые каникулы для начинающих предпринимателей, работающих в научной, производственной или социальной сферах;
- пониженные административные штрафы;
- либерализация уголовных наказаний по экономическим статьям;
- расширение доступа малых предприятий к закупкам госкомпаний [12].

Однако внедрен ряд предложений, пугающих предпринимателей и соответственно, тормозящих бизнес-процессы:

- увеличение штрафа за несоблюдение санитарных правил и нарушение прав потребителей;
- ужесточение ответственности за мошенничество в предпринимательской деятельности;
- отмена преимущественного права выкупа арендуемых помещений, находящихся в собственности субъектов РФ и муниципальных образований;
- усиление налоговой нагрузки (уплата налога на имущество в отношении недвижимости, облагаемой налогом исходя из кадастровой стоимости, введение торгового сбора).

Все это говорит о том, что политика государства в отношении малого и среднего бизнеса носит несистемный характер и часто принимаемые решения противоречат друг другу [12].

В Пермском крае действует государственная программа «Экономическое развитие и инновационная экономика», подлежащая реализации в течение 2014-2018 г.г., частью которой является подпрограмма «Развитие малого и среднего предпринимательства в Пермском крае».

Цель подпрограммы - создание благоприятных условий для развития субъектов МСП, способствующих увеличению количества зарегистрированных субъектов малого и среднего предпринимательства и объемов производимых ими товаров (работ, услуг), в том числе в технологической сфере [3].

Достижение цели предполагается с помощью решения следующих задач:

1. содействие внедрению субъектами МСП технологий, необходимых для производства инновационной и конкурентоспособной продукции;
2. повышение конкурентоспособности малых предприятий;
3. повышение доступности финансовых ресурсов для субъектов МСП;
4. создание новых форм и развитие имеющейся инфраструктуры поддержки малого и среднего предпринимательства;
5. совершенствование законодательства в сфере малого и среднего предпринимательства;

6. формирование благоприятной предпринимательской среды;

7. развитие внешнеэкономических связей, создание условия для продвижения продукции, производимой субъектами малого и среднего предпринимательства, на региональные и зарубежные рынки.

Реализация мероприятий подпрограммы позволит обеспечить системный и комплексный подход к созданию условий и факторов, с одной стороны, способствующих увеличению количества малых инновационных предприятий в среднесрочной перспективе и вклада субъектов малого и среднего предпринимательства в экономику Пермского края, с другой - решению проблем, с которыми сталкивается большинство предпринимателей [3].

Рассматривая годовой отчет Министерства промышленности, предпринимательства и торговли Пермского края за 2014 год можно увидеть промежуточные результаты реализации подпрограммы «Развитие малого и среднего предпринимательства» [5]. Подпрограмма включает 4 основных мероприятия:

1. Повышение доступности финансово-кредитного ресурса для субъектов малого и среднего предпринимательства:

- субъектам МСП предоставлены поручительства Гарантийного фонда по 127 кредитам на сумму 441,7 млн. руб., предоставлено микрозаймов - 236 ед. на сумму 123,6 млн. руб.;

- по мероприятию «Содействие развитию лизинга» количество действующих договоров - 8 ед. на общую сумму 24965,0 тыс. рублей.

2. Снижение части затрат субъектам малого и среднего предпринимательства, связанных с осуществлением ими предпринимательской деятельности:

- в 2014 году 198 субъектов малого и среднего предпринимательства получили государственную поддержку в виде субсидий на возмещение понесенных затрат.

3. Создание комфортных условий для организации и ведения бизнеса:

- в муниципальных образованиях Пермского края к 25 действующим центрам поддержки предпринимательства (ЦПП), создано дополнительно 13 ЦПП;

- предоставлено 10 178 бесплатных консультаций, проведено 188 мероприятий (семинаров, мастер – классов, тренингов, конференций, форумов, круглых столов) по актуальным вопросам организации и ведения бизнеса;

- уполномоченным по защите прав предпринимателей в Пермском крае на площадке ЦПП предоставлена поддержка 280 предпринимателям;

- по мероприятию «Выполнение работ в сфере высоких технологий, включая работы по быстрому прототипированию, изготовлению опытных

образцов, единичной и мелкосерийной продукции на основе технологий прямого цифрового производства для детей, молодежи и субъектов малого и среднего предпринимательства» обеспечен доступ к оборудованию КГБУ "Пермский центр развития дизайна" 87 субъектам МСП;

- по мероприятию «Обеспечение деятельности регионального представительства Российского Евро Инфо Корреспондентского центра» предоставлены бесплатные консультации 363 субъектам МСП по вопросам внешнеэкономической деятельности.

4. Повышение предпринимательской активности:

- 6773 жителей края, желающих открыть собственное дело, и предпринимателей (в том числе в возрасте от 18 до 35 лет) приняли участие в образовательных программах по повышению предпринимательской грамотности;

- организован выход в эфир 37 теле- и радио сюжетов, а также 107 публикаций в печатных СМИ муниципальных образований Пермского края по формированию положительного образа предпринимателя, популяризации роли предпринимательства в обществе [5].

По данным Министерства промышленности, предпринимательства и торговли Пермского края в 2015 году было представлено на рассмотрение 285 инвестиционных проектов СМСП из 46 муниципальных образований Пермского края на общую сумму заявленных субсидий более 400 млрд. рублей. Из них 175 бизнес-проектов (61%) были оценены положительно и утверждены. Объем субсидий в составе средств краевого, федерального бюджетов и софинансирования из местных бюджетов составил 211 млрд. рублей. Большинство субсидий было выделено на приобретение оборудования, включая затраты на монтаж, в целях создания и развития производства товаров (работ, услуг), а также возмещения части затрат связанных с уплатой лизинговых платежей, созданием нового предприятия [6].

В таблице 3 отражены плановые и фактические объемы выделенных средств из краевого и федерального бюджетов на развитие малого и среднего предпринимательства в Пермском крае. В целом в течение 2014 года было потрачено около 330 млрд. рублей, что на 35,3% меньше заявленной суммы. Размер исполненных средств в 2015 году – 390 млрд. руб., что на 18,3% больше величины 2014 года, при этом процент исполнения плановых показателей практически равен 98%.

Таблица 3

Объемы выделенных средств из краевого и федерального бюджетов на реализацию мероприятий Подпрограммы «Развитие малого и среднего предпринимательства в Пермском крае» и их использование в 2014 – 2015 гг.

Уровень бюджета	2014			2015			Изм. 2015/2014, %
	План	Исполнено	% исполн.	План	Исполнено	% исполн.	
Краевой бюджет, млрд.руб.	133,321	133,252	99,95	108,251	107,278	99,10	-19,5
Федеральный бюджет, млрд.руб.	376,518	196,667	52,23	289,965	283,180	97,66	44,0
Всего	509,839	329,919	64,71	398,217	390,458	98,05	18,3

Результаты достижения целевых показателей реализации подпрограммы в 2014 году отражены в таблице 4. Прибыль до налогообложения, фонд начисленной заработной платы и поступления в бюджет являются общими для всей государственной программы Пермского края «Экономическое развитие и инновационная экономика». Отрицательная динамика первых трех показателей связана со снижением экономического роста, увеличением расходов на импортируемое сырье, оборудование, снижение спроса на продукцию. Сокращение фонда заработной платы отчасти связано со снижением доходов предприятий, численности занятых, а также повышением теневого оборота. В числе основных негативных факторов, повлиявших на ход реализации подпрограммы «Развитие малого и среднего предпринимательства в Пермском крае», следует выделить и изменение ситуации на финансовом рынке, в т.ч. повышение ключевой ставки ЦБ РФ и сокращение объемов кредитования субъектов малого и среднего бизнеса [5].

Таблица 4

Результаты реализации подпрограммы «Развитие малого и среднего предпринимательства в Пермском крае» за 2014 г.[5]

Целевой показатель, ед. измерения	Плановое значение	Фактическое значение	Отклонение, %
Прибыль до налогообложения (только для юр.лиц), млн. руб.	211911,0	190 000,0	-10,3
Фонд начисленной заработной платы по полному кругу организаций за период с начала отчетного года (только для юр.лиц), млн. руб.	294292,0	274299,1	-6,8
Поступление в бюджет Пермского края	90494,6	73612,38	-18,7

налоговых доходов (для юр.лиц и ИП), млн. руб.			
Количество зарегистрированных субъектов МСП, ед.	108000	100872	- 6,6
Оборот продукции (услуг), производимой малыми предприятиями, в том числе микропредприятиями, ИП, млрд. руб.	896,0	896,0	0
Доля среднесписочной численности работников, занятых на микро-, малых и средних предприятиях и у ИП, в общей численности занятого населения, %	30,1	30,1	0
Количество субъектов МСП в расчете на 1 тыс. человек населения субъекта Российской Федерации, ед.	48,5	50	+3
Количество вновь созданных рабочих мест (включая вновь зарегистрированных ИП), ед.	1530	2094	+36,8
Количество субъектов МСП, получивших государственную поддержку, ед.	14384	17808	+23,8

Бесспорно, содействие государства развитию малого и среднего бизнеса играет особую роль в решении поставленной правительством стратегической задачи обеспечения структурной диверсификации и движения экономики страны по инновационному пути, предполагающему создание максимально благоприятных условий для предпринимательской инициативы. Однако сложность сегодняшней экономической ситуации, проблема дефицита бюджетных средств лишь обостряют необходимость анализа использования государственных ресурсов в плане поддержки сектора малого бизнеса.

В числе факторов, усложняющих процесс анализа можно указать отсутствие полной, достоверной информации о деятельности индивидуального предпринимательства, который занимает половину из числа СМСП, согласно ст.5 ФЗ РФ от 24 июля 2007 г. № 209-ФЗ «О развитии малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации» сплошное статистическое наблюдение проводится только 1 раз в 5 лет. Таким образом, о реальном уровне доходов, фонде оплаты труда, размерах инвестиций выполненных субъектами индивидуального предпринимательства, можно только догадываться.

Поэтому при формировании Программы развития системы МСП необходимо исходить из фактически складывающегося состояния предпринимательской среды, по возможности согласовывая ее с предшествующими программами и другими прямыми и косвенными инструментам регулирования, а при реализации Программы необходимо

своевременно и адекватно корректировать ее в соответствии с изменениями социально-экономической ситуации и тенденциями ее развития, тем самым повышая эффективность использования бюджетных средств.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Концепция долгосрочного социально-экономического развития Российской Федерации на период до 2020 года, утвержденная распоряжением Правительства РФ от 17 ноября 2008 г. №1662-р (в ред. распоряжения Правительства РФ от 08.08.2009 N 1121-р) [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://base.consultant.ru>. (дата обращения 01.11.2015).
2. Федеральный закон Российской Федерации от 24 июля 2007 г. № 209-ФЗ «О развитии малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации» (ред. от 29.06.2015) [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.rg.ru> (дата обращения 01.11.2015).
3. Постановление Правительства Пермского края от 3 октября 2013 года N 1325-п «Об утверждении государственной программы Пермского края "Экономическое развитие и инновационная экономика" (ред. от 11.08.2015) [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://docs.cntd.ru> (дата обращения 28.10.2015).
4. Постановление Правительства РФ от 13 июля 2015 г. N 702 "О предельных значениях выручки от реализации товаров (работ, услуг) для каждой категории субъектов малого и среднего предпринимательства" Официальный сайт Информационно-правового портала ГАРАНТ.РУ [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://base.garant.ru> (дата обращения 21.04.2016).
5. «Развитие малого и среднего предпринимательства» Официальный сайт Министерства промышленности, предпринимательства и торговли Пермского края [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.minpromtorg.permkrai.ru> (дата обращения 08.04.2016).
6. «Развитие малого и среднего предпринимательства /Статистические данные по развитию малого и среднего предпринимательства в Пермском крае» Официальный сайт Министерства промышленности, предпринимательства и торговли Пермского края [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.minpromtorg.permkrai.ru> (дата обращения 05.04.2016).
7. Определены цели и задачи стратегии развития малого и среднего

- предпринимательства в России до 2030 года. 13 октября 2015
Официальный сайт Информационно-правового портала ГАРАНТ.РУ
[Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.garant.ru> (дата обращения 04.04.2016).
8. Официальная статистика/ Предпринимательство/ Малое и среднее предпринимательство. Официальный сайт Федеральной службы государственной статистики по Пермскому краю [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://permstat.gks.ru> (дата обращения 25.10.2015)
 9. Официальная статистика/ Предпринимательство/ Институциональные преобразования в экономике. Официальный сайт Федеральной службы государственной статистики [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.gks.ru> (дата обращения 09.04.2016).
 10. Официальная статистика/ Публикации/ Пресс-выпуски/ Малый бизнес Пермского края: от А до Я. Официальный сайт Федеральной службы государственной статистики по Пермскому краю [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://permstat.gks.ru> (дата обращения 09.04.2016).
 11. Официальный сайт Инвестиционный портал города Перми [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://invest.gorodperm.ru> (дата обращения 05.04.2016).
 12. Изменения для малого и среднего бизнеса [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.kodeks.ru> (дата обращения 06.04.2016).
 13. Бахтеев И.А. Антикризисный потенциал развития малого предпринимательства российских регионов [Текст] // Российское предпринимательство. – 2015. – т.16. - №9. – с.1365-1378.
 14. Подустов С.П. Формирование концепции государственного регулирования экономической системы малого бизнеса [Текст] // Российское предпринимательство. – 2015. – №2. – с.197-210.
 15. Саломатина М.Н. Современное состояние сектора малого и среднего предпринимательства в России [Текст] // Российское предпринимательство. – 2015. – т.16. - №8. – с.1177-1192.
 16. Сулейманова К.Р. Государственное регулирование предпринимательской деятельности: проблемы и тенденции [Текст] // Российское предпринимательство. – 2015. – т.16. - №16. – с.2587-2598.

ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ ТУРИСТСКО-РЕКРЕАЦИОННЫХ КОМПЛЕКСОВ И ИХ ОСОБЕННОСТИ НА ЮГЕ РОССИИ

ГВАРЛИАНИ Т.Е., д.э.н., профессор

ВОРОБЕЙ Е.К., к.э.н., доцент

ФГБОУ ВО «Сочинский государственный университет»,

E-mail: antana-tata@mail.ru

vorobei.sochi@yandex.ru

К началу нынешнего столетия туризм стал нормой жизни современного человека. Современный туризм - это не только развитая индустрия, но и феномен массовой культуры, поскольку число путешествующих по миру растет год от года. В настоящее время в год совершается до 900 млн. туристских поездок. На экономическом уровне он представляет собой мощную мировую индустрию, занимающую до 10 % мирового валового продукта. В области социальных отношений туризм может претендовать на некий структурообразующий уровень, в связи с тем, что каждый 15-й человек в мире, так или иначе, связан с индустрией туризма [8,9,12].

Туристский бизнес в нашей стране развивается быстрыми темпами и приобретает все большую популярность. Показатели численности туристов, как въезжающих в Российской Федерации, так и выезжающих за ее пределы, стабильно увеличиваются, а связи с отменой с 17 апреля 2016 года виз с отдельными странами ЕС ожидается туристский бум. Ожидается увеличение количества предприятий в сфере туризма, организующих данный вид отдыха. Туризм является источником валютных поступлений, обеспечения занятости населения, расширения межличностных контактов [2,4,7,9,10,11].

Однако научно-методологическая основа данной области знаний еще не в полной мере сформирована и требует к себе особого внимания. Так, по нашему мнению, туристско-рекреационный комплекс – это система, реализующая функции оказания туристских и рекреационных услуг на основе имеющихся ресурсов через хозяйствующие субъекты ТРК.

В настоящий период формирование регионального туристско-рекреационного комплекса (ТРК) происходит в рамках существующего хозяйственного комплекса региона с учетом следующих основных комплексообразующих признаков: профильности и однотипности предоставляемых услуг (работ); рациональной, территориальной

(региональной) организации комплекса; возможности концентрации, комбинирования туристско-рекреационного производства и устойчивости вертикальных, горизонтальных, кооперированных и обслуживающих связей между предприятиями [1].

Регионы, располагающие лучшими условиями приема и размещения туристов и рекреантов, также обладают признаками территориального туристско-рекреационного комплексобразования. К ним можно отнести такие регионы, традиционно размещающие по путевкам наибольшее количество лиц, как Краснодарский край, Московская обл., Ставропольский край, Алтайский край, г. Санкт-Петербург, Приморский край, Кабардино-Балкарскую Республику, Карачаево-Черкесскую Республику и др. Возможности комплексобразования резко сокращаются, если регионы имеют критическую экологическую обстановку (ряд областей УФО, СФО, ДВФО, ЦФО).

Система организации регионального ТРК определяет взаимодействие его составляющих на основе происходящих интеграционных процессов и комплексного использования имеющегося экономического потенциала. Целостность ТРК, определяющая формы и организацию производственно-экономической деятельности, прямо зависит от решения вопросов, связанных с уровнем самостоятельности структурных звеньев, входящих в комплекс. В соответствии с этим система организации ТРК может опираться на соблюдение жесткой и мягкой форм интеграции и ее видов: горизонтальной, вертикальной, комбинированной и диагональной интеграции [1].

Туристско-рекреационное производство, по нашему мнению, следует рассматривать как целенаправленный процесс создания турпродукта, предусматривающего комбинирование услуг размещения, питания, оздоровительных, транспортных, экскурсионных и прочих дополнительных услуг, а также отдельных туристских, рекреационных и гостиничных услуг на основе использования технологий обслуживания и ресурсного потенциала внутренней и внешней среды предприятий ТРК. В процессе управления предприятиями ТРК необходимо серьезно принимать во внимание степень детерминированности и корреляции всех видов ресурсов и финансовых результатов деятельности, так как изменения, возникающие в ресурсной подсистеме, как правило, сказываются на результатах деятельности предприятий ТРК.

Туристско-рекреационный потенциал территории и акватории определяет особенности формирования видов туристско-рекреационной деятельности в том или ином регионе. Туристско-рекреационные ресурсы условно можно подразделить на две группы:

1. Природные - естественные природные объекты и комплексы, ценные с точки зрения рекреации. Природные туристско-рекреационные ресурсы классифицируют: по принадлежности к определенным компонентам природной среды; по функциональному назначению; по иссякаемости; по возобновляемости.

2. Социально-культурные (инфраструктурные) - искусственно созданные объекты в рекреационных целях. Социально-культурные туристско-рекреационные ресурсы включают: культурно-исторические объекты; культурно-исторические явления.

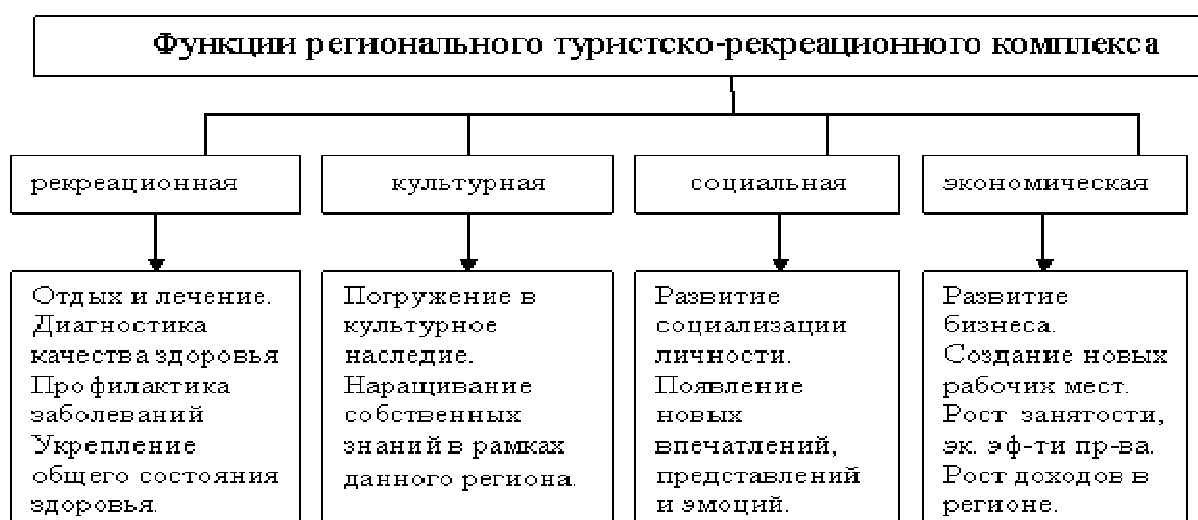


Рисунок 1. Функции регионального туристско-рекреационного комплекса

Туристско-рекреационная деятельность - это деятельность юридических лиц, индивидуальных предпринимателей по строительству, реконструкции, эксплуатации объектов туристской индустрии, объектов, предназначенных для санаторно-курортного лечения, медицинской реабилитации и отдыха граждан. Виды туристско-рекреационной деятельности можно разделить на лечебно-курортную, культурно-познавательную, оздоровительно-спортивную и природоохранную деятельность [1].

Туристско-рекреационная деятельность как индикатор развития внешнеэкономических и политических отношений страны подвержен их сильному влиянию. Так, согласно исследованию рынка туристических услуг, в сегменте внутреннего туризма ежегодный прирост составляет не более 2% в период с 2009-2012 гг. Затем наблюдался серьезный спад и переориентация данного сегмента рынка на внутренний туризм. Рост внутреннего и въездного туризма в ближайшие годы будет связан в основном с Чемпионатом Мира по футболу в 2018 г.

Рассмотрим подробнее сравнительные данные по выездному туризму в России в 2009-2011 годах (таблица 1).

Таблица 1

Сравнительные данные по выездному туризму в России
в 2009-2011 гг., (чел.)*

СТРАНЫ	2009г.	2010г.	Изм-е (+- %)	2011г.	Изм-е (+- %)
Австрия	96 589	135 536	40	190 840	41
Болгария	207 381	263 225	27	339 643	29
Великобритания	96 373	119 783	24	153 998	29
Венгрия	27 027	31 721	17	43 905	38
Германия	363 344	470 730	30	702 346	49
Греция	282 271	386 700	37	612 464	58
Египет	1 615 398	2 198 320	36	1 452 813	-34
Израиль	134 684	184 776	37	225 976	22
Испания	296 278	411 438	39	645 303	57
Италия	336 111	451 452	34	571 603	27
Канада	3 819	4 898	28	5 494	12
Кипр	155 136	234 312	51	323 631	38
Китай	999 202	1 440 364	44	1 502 344	4
Корея, Республика	58 704	74 233	26	74 960	1
Куба	21 675	37 796	74	57 008	51
Мальта	12 444	17 929	44	20 131	12
Нидерланды	56 013	72 774	30	89 496	23
ОАЭ	214 343	286 856	34	394 581	38
США	72 419	85 829	19	112 213	31
Таиланд	233 113	264 046	13	780 234	195
Тунис	123 157	180 080	46	145 359	-19
Турция	1 964 949	2 367 560	20	2 681 662	13
Финляндия	556 311	709 009	27	912 105	29
Франция	200 087	222 718	11	267 167	20
Чехия	213 916	267 494	25	367 461	37
Швейцария	106 350	121 338	14	148 694	23
Швеция	19 524	25 323	30	50 359	99
Япония	23 894	26 124	9	13 096	-50
Итого	8 733 993	11 402 657	31	13 239 369	16
Всего по всем странам	9 542 107	12 605 053	32	14 495 894	15

*составлено по данным [12]

Посткризисные 2009-2011 годы не характеризуются затишьем в туристической деятельности. Наоборот, очевиден стабильный рост числа

россиян, выезжающих за границу с целью туризма. На 32% увеличилось число туристов в 2010 году, по сравнению с 2009 годом. В 2011 году прирост туристов, выезжающих за границу, оказался немного меньше, чем в предыдущем году, но все равно значительным – 15%. Кардинальным образом меняется картина динамики в 2014-2015 годы в связи с вступлением экономических и ряда политических санкций. Изменения происходят в сторону развития внутреннего туризма и активизацией развития туристских отношений с ближним зарубежьем.

Для 2010 года характерна большая популярность Турции и Египта у туристов (более 2-х миллионов человек). На сегодняшний момент эти направления полностью себя исчерпали. А спрос на Грецию, Германию, Испанию, Таиланд остается достаточно высоким.

Рассмотрим популярность России у иностранных туристов. Германия продолжает лидировать по количеству прибывших в Россию иностранцев. По-прежнему, наибольшим спросом пользуется Россия у граждан США, Китая, Великобритании, Финляндии и Италии, причем произошли небольшие перераспределения среди этих стран, и Китай вышел на третье место по количеству посетивших нашу страну иностранных туристов. Увеличилась популярность поездок в Россию у граждан Китая, Израиля, Кореи, Румынии, Хорватии, Малайзии, Словакии, Филиппин Туниса. Турпоток из этих стран возрос более чем на 20%. В целом, въездной туризм практически не изменился, увеличившись только на 10-12%.

По прогнозу Всемирной Туристской Организации к 2020 году Россия может войти в первую десятку стран - самых популярных направлений туризма. По оценке экспертов ВТО, Российская Федерация занимает 15 место в мировой классификации по посещаемости иностранцами, что составляет 2.5% мирового рынка въездного туризма. В настоящее время Россию посещает порядка 17,5 млн. иностранцев в год (в т.ч. с целью туризма только 2,5 млн. чел. в год - 14,3 % от общего объема), что составляет около 2,5% мирового потока.

Тенденция развития туристско-рекреационного комплекса юга России показывает, что отрасль продолжает развиваться. Администрация Краснодарского края, департамент комплексного развития курортов и туризма края, органы местного самоуправления курортных городов и районов проводят целенаправленную работу по решению отраслевых проблем.

Результаты анализа ситуации, тенденций развития, проблем и ограничивающих факторов представлены в формате SWOT-анализа (сильные и слабые стороны, возможности и угрозы).

SWOT-анализ

Сильные стороны:	Слабые стороны:
<p>Отсутствуют межнациональные конфликты;</p> <p>Край имеет имидж безопасного региона, с низким уровнем преступности;</p> <p>Социальная стабильность в регионе;</p> <p>Отсутствие таможенных, визовых и прочих формальностей;</p> <p>Отсутствие языковых барьеров;</p> <p>Исторически сложившийся имидж курортов края как единственного в стране места отдыха на побережье Черного и Азовского морей;</p> <p>Позитивный образ края как стабильной, быстро развивающейся территории;</p> <p>Высокая инвестиционная привлекательность и активность, как в крае в целом, так и в комплексе в частности;</p> <p>Высокая степень заинтересованности администрации края в достижении положительных результатов в развитии комплекса;</p> <p>Проведение целенаправленной государственной политики по решению экологических и берегоукрепительных проблем, путем включения в краевые и федеральные целевые программы;</p> <p>Разнообразные ценовые предложения – от дешевого отдыха (от 150 руб.) в кемпингах, базах отдыха и частном секторе до элитных гостиничных комплексов, вилл и апартаментов;</p> <p>Минимальные сроки от принятия решения об отдыхе до прибытия на курорты;</p> <p>Привычная кухня, традиции и культурная среда;</p> <p>Развитая транспортная инфраструктура (3 морских порта, развитая сеть авто и железных дорог, 3 аэропорта);</p> <p>Высокая степень обеспеченности населенных пунктов МО асфальтированными дорогами;</p> <p>Уникальная база санаторно-курортного лечения на основе природных лечебных факторов – бальнеолечения, лечебных грязей, климатотерапия и пр.;</p>	<p>Недостаточная конкурентоспособность продукции и услуг санаторно-курортного и туристского комплекса.</p> <p>Несоответствие уровня сервиса;</p> <p>Инфраструктурные ограничения курортных местностей;</p> <p>Ярко выраженный сезонный характер санаторно-курортных и туристских предложений;</p> <p>Устаревшая материально-техническая база ряда предприятий; Состояние многих скважин и большинства минералопроводов является неудовлетворительным (высокий износ);</p> <p>Отсутствие ориентации на иностранных туристов (низкий показатель въездного туризма);</p> <p>Неинформированность потенциальной целевой аудитории о бальнеологическом, этно-культурном, спортивном, экстремальном и прочих видах туризма и отдыха;</p> <p>Не функционирует морское пассажирское сообщение;</p> <p>В некоторых населенных пунктах отсутствует железнодорожное сообщение;</p> <p>Низкий уровень квалификации трудовых ресурсов в санаторно-курортной и туристической отрасли;</p> <p>Отставание развития дорожно-транспортной сети от роста пассажирских потоков;</p> <p>Ограничение антропогенных и техногенных нагрузок на курортно-природный комплекс для развития курорта;</p> <p>Недостаточный уровень использования современных систем управления, организации труда,</p>

<p>Возможность сочетания санаторно-курортного лечения, пляжного отдыха, экскурсий и других видов туризма;</p> <p>Нестабильная политическая ситуация на некоторых конкурирующих направлениях приводит к тому, что россияне порой предпочитают остаться на отдых в своей стране.</p>	<p>ресурсосбережения и т.д.;</p> <p>Недостаточно высокий имидж многих курортов края в сравнении с зарубежными курортами-конкурентами;</p> <p>Отсутствие территориальной схемы пространственного развития, что особенно важно в отношении развития курортной зоны и крупнейших городов;</p> <p>Недостаточное применение стандартов качества на услуги.</p>
<p>Возможности:</p>	<p>Угрозы:</p>
<p>Рост инвестиционной активности в Краснодарском крае;</p> <p>Повышение маркетинговой и инвестиционной привлекательности курортов в связи с реализацией проекта Игровой зоны;</p> <p>Продолжение развития транспортной составляющей (новые автомобильные дороги, новый аэропорт в Геленджике, развитие морского пассажирского транспорта и пр.);</p> <p>Широкие возможности для экскурсионного познавательного туризма; развития новых видов туризма в зависимости от сезона – горно-лыжного, экологического, экстремального и пр.;</p> <p>Повышение конкурентоспособности продукции и услуг курортной сферы на основе модернизации и реконструкции здравниц, строительства новых комплексов;</p> <p>Формирование новых курортных и туристских брендов, новых турпродуктов;</p> <p>Дальнейшее развитие международных связей, стимулирование создания на территории края иностранных и совместных предприятий в сфере курортов и туризма, стимулирование притока иностранных туристов;</p> <p>Развитие рынка медицинских и страховых услуг приведут к увеличению спроса на услуги долечивания и реабилитации в санаторно-курортных предприятиях;</p> <p>Развитие каналов продаж путем франчайзинга, расширения сети турагентств, создания информационно-туристских центров.</p>	<p>Снижение числа льготных отдыхающих по линии ФСС;</p> <p>Сокращение бюджетных ассигнований (как из федерального, так и краевого бюджетов) на развитие курортной сферы, на рекламную кампанию;</p> <p>Дальнейшее удорожание проезда к месту отдыха и, как следствие, снижение конкурентоспособности цены на отдых в крае;</p> <p>Ухудшение экологического состояния морской акватории от промышленного, сельскохозяйственного и городского загрязнения;</p> <p>Угроза снижения конкурентоспособности предприятий в условиях вступления в ВТО;</p> <p>Близость к зонам конфликтов на Северном Кавказе РФ, территориальные споры с Украиной;</p> <p>Возможность возникновения в будущем межнациональных и межконфессиональных конфликтов;</p> <p>Проблема несогласованных действий в вертикали «край – муниципалитеты – санаторно-курортные и туристские предприятия»; Угроза сложной и длительной переориентации с выездного, на въездной туризм туроператоров и турагентств.</p>

Анализ соотношений сильных и слабых сторон с возможностями и угрозами

<p align="center">SO (Как сильные стороны могут быть использованы для реализации возможностей)</p>	<p align="center">WO (Как слабые стороны мешают реализации возможностей)</p>
<p>1.Выгодное географическое расположение позволяет придать дополнительную ценность природным ресурсам и развивать лечебную направленность курортов;</p> <p>2 Теплый мягкий климат позволяет предлагать отдых на курортах края круглый год, что окажет положительное влияние на прибыльность бизнеса, жизнеспособность индустрии туризма в долгосрочной перспективе и в привлечении инвестиций;</p> <p>3.Развитая транспортная инфраструктура способствует росту инвестиций в развитие региона;</p> <p>4.Обеспеченность курортных населенных пунктов асфальтированными дорогами позволит увеличить доступ к конкретным достопримечательностям и туристическим продуктам и упростить процесс передвижения потоков туристов;</p> <p>5. Основную роль в становлении морских курортов, может играть развитие морских пассажирских перевозок, развитие яхтинга и маломерных судов;</p> <p>6. На перспективу предусмотрено строительство новых железнодорожных веток и перенос железной дороги на участке Туапсе-Сочи в горную часть территории;</p> <p>7.Расширение сети авиационных линий по регионам России, а также выполнение международных авиарейсов из стран ближнего и дальнего зарубежья позволит значительно расширить диапазон туристских предложений;</p> <p>8.Природно-климатические факторы позволяют развивать новые виды туризма, в том числе зимний отдых;</p> <p>9.Имидж безопасного региона, низкий уровень преступности, повышение конкурентоспособности</p>	<p>1.Сезонность предоставляемых услуг уменьшает поток финансовых ресурсов, необходимых для развития курорта;</p> <p>2.Низкий уровень квалификации трудовых ресурсов отрицательно сказывается на имидже курорта, что в свою очередь отражается на качестве предоставляемых услуг и, соответственно, потоке туристов;</p> <p>3. Развитие инфраструктуры отстает от роста турпотока и снижает удовлетворенность посетителя отдыхом в целом;</p> <p>4.Отсутствие территориальной схемы развития ряда курортов, отсутствие современных мощностей по переработке отходов ведет к ухудшению экологической ситуации, что снижает привлекательность и конкурентоспособность курортов;</p> <p>5.Неурегулированность ряда вопросов в неорганизованном «частном» секторе, отсутствие единых стандартов обслуживания ведет к снижению качества услуг.</p>

<p>комплекса будут способствовать увеличению въездного туризма, в том числе росту числа иностранных туристов;</p>	
<p>ST (Какие сильные стороны необходимо сохранять для предотвращения угроз)</p>	<p>WT (Что необходимо сделать для предотвращения кризисных явлений, вызванных проявлением слабых сторон в условиях действия соответствующих угроз)</p>
<p>1. Позиционировать новые виды отдыха. Необходимо активно развивать экологический, экстремальный, этнический и др. туризм;</p> <p>2. Строительство новых автомобильных дорог, новых аэропортов;</p> <p>3. Развитие инженерного обеспечения на курортных территориях необходимо осуществлять путем реконструкции и капитального ремонта существующих систем в сочетании с созданием современной сети инженерных коммуникаций, вводимых в строй в рамках планируемого строительства и реализации инвестиционных проектов по развитию курорта;</p> <p>4. Строительство и реконструкция средств размещения для различных сегментов потребителей, сохранение разнообразия ценовых предложений;</p> <p>5. Усиление вертикали «край-муниципалитеты – предприятия» для согласованных действий, использование консолидированного рекламного бюджета .</p>	<p>1. Повышение уровня квалификации трудовых ресурсов для предоставления; высококачественного обслуживания;</p> <p>2. Развитие средств размещения высокого уровня обслуживания;</p> <p>3. Для защиты курорта от загрязнения окружающей среды необходимо совершенствование и реконструкция системы обработки сточных вод и утилизации твердых отходов;</p> <p>4. Работа с ФСС по увеличению льготных путевок в межсезонье;</p> <p>5. Работа с транспортными структурами по снижению стоимости проезда (скидки для туристских групп, семейные скидки);</p> <p>6. Работа с туроператорами по расширению рынка сбыта турпродукта Краснодарского края.</p>

По мнению многих исследователей в ближайшем будущем можно прогнозировать следующие направления развития ТРК: создание новых и развитие существующих туристских услуг и рынков; широкое вовлечение местной общественности в планирование и развитие туристской деятельности, обеспечение ее безопасности; рост благосостояния местного населения, устранение налоговых, таможенных и других трудностей, которые могут препятствовать развитию туризма, при этом особое внимание должно быть уделено поддержанию цен на услуги в области туризма на уровнях, которые являются приемлемыми для туриста и выгодными для туристской индустрии; осуществление более четкого маркетинга и выделение большего количества ресурсов для продвижения услуг, поиск определенных групп туристов и

организация для них адресной информации по предлагаемым услугам; повышение профессионального уровня сотрудников сферы туризма.

Очень важным направлением в реализации поставленных задач является качественная работа турагентов. Следует отметить, что за последние два года произошло падение около 10 крупных туроператоров, пострадали тысячи туристов, репутация многих турагентов также была затронута. Большинство агентств не чувствуют стабильности при работе с туроператорами [5,6].

По мнению экспертов, о надежности туроператора помогут судить следующие критерии (таблица 4).

Таблица 4

Критерии надежности российских туроператоров

Критерий	Характеристика
Регистрация в федеральном реестре и объем фингарантий	<p>В России туроператорскую деятельность вправе вести только юридические лица, зарегистрированные на территории страны, имеющие финансовое обеспечение, и сведения о которых внесены в Единый федеральный реестр туроператоров (№ 132-ФЗ "Об основах туристской деятельности в Российской Федерации" от 24 ноября 1996 года).</p> <p>Номер в Федеральном реестре туроператоров и объем финансовых гарантий считает главным критерием надежности туроператора начальник правового управления Ростуризма Иза Арахамия. Также, по ее словам, репутацию того или иного туроператора можно всегда отследить по материалам СМИ. Выбирая партнера, агентству стоит анализировать то, сколько лет туроператор работает на рынке, говорит исполнительный директор агентства «Мастер отдыха» Ольга Колбетская. На втором месте в числе критериев, по ее мнению – объем фингарантий. «Он должен превышать 50 миллионов рублей. Это говорит о солидности компании. Немаловажно и то, у кого страхуется оператор. Страховщик должен быть известен на рынке и проверен», - уточнила она.</p>
Стабильность коллектива	<p>Если на рынке появляется информация о том, что от туроператора бегут сотрудники, есть основания полагать, что далеко не все у такой компании в порядке. Этот критерий считает одним из главных эксперт по Ближнему Востоку Георгий Леонтьев. «Расшатывание коллектива - нехороший «звоночек», свидетельствующий о нестабильности компании. Среди агентов всегда ходит информация о том, у кого из туроператоров побежали сотрудники. Очень важно анализировать и то, как руководство компании относится к своим специалистам.</p>
Антидемпинг или политика без «горячки»	<p>Широко известная на рынке схема завоевания доли рынка за счет существенного снижения стоимости тура или, в простонародье, демпинг. Как говорят эксперты, 2011 год из-за падения Египта, стал в этом смысле чуть ли не рекордным. Многим туроператорам пришлось</p>

	<p>переориентироваться на другие направления, что в свою очередь вызвало нестабильность в целом по отрасли.</p> <p>«Один из критериев ненадежности - участие компании в демпинговых войнах. Правда, этот признак не основной, поскольку «Ланта», например, не была замечена в искусственном занижении цен», - сказала директор по рекламе сети агентств «Магазин горящих путевок» Надежда Ткач.</p> <p>Учитывает этот критерий в числе прочих и эксперт Георгий Леонтьев. «Появление у туроператора горящих туров, убыточных направлений с большим количеством чартеров также относится к числу тревожных известий», - говорит он.</p>
<p>Хорошая кредитная история и финансовая стабильность</p>	<p>Предприятие своевременно пролонгирует договоры по кредитам, имеет стабильное финансовое положение и мощную структуру.</p> <p>«У агентов должны быть ощущения по ряду позиций. Ну, например, такие факторы - есть у компании собственный офис или здание арендуется, входит туроператор в число крупнейших участников рынка или нет. Только, вот, кредитной информации по операторам у агентств практически нет. Если бы таковая была доступна для всех, большинство туристов перестало бы пользоваться услугами турфирм. Рынок сегодня непрозрачен, отсутствуют даже данные об оборотах компаний», - подчеркнул глава аналитического отдела АТОР Геннадий Боровиков. Начинаям агентствам эксперт посоветовал перед стартом бизнеса проанализировать по имеющейся информации состояние дел потенциального партнера и выбрать не более двух туроператоров для сотрудничества, чтобы «максимально снизить финансовые риски».</p>

На наш взгляд, критериям, перечисленным в таблице 4, соответствует большинство российских туроператоров. Тем не менее, при выборе туроператора необходимо тщательно и всесторонне оценить соответствие каждому критерию, дать собственную оценку его работе. Это позволит минимизировать риск столкновения с туроператором-банкротом.

Увеличивающееся количество банкротств туроператоров заставляет анализировать возможные причины их падения. Причинами банкротства могут стать: проблемы с кредитами, что ведет к невозможности выполнить финансовые обязательства; проблемы с контрагентами, невыполнение обязательств которых может прямо отразиться на работе туроператора; внутренние проблемы предприятия, включая ошибки планирования.

Опираясь на мнение экспертов, исследовавших проблемы надежности туроператоров, можно сказать, что единый критерий назвать сложно, следует с ответственностью подходить к выбору туроператора и оценить его работу со всех сторон для стабильной, профессиональной совместной деятельности.

Рассмотрев рынок туристских услуг за последние три года (2013-2015гг.), можно сказать, что несмотря на возникающие проблемы у некоторых туроператоров, показатели численности туристов, как въезжающих в Российской Федерации, так и выезжающих за ее пределы, стабильно увеличиваются. Предпочтения российские туристы по-прежнему отдают Египту, Турции и Китаю. В настоящее время Россия занимает 15 место по посещаемости иностранцами, а к 2020 году, согласно прогнозам, войдет в десятку стран, популярных у иностранцев.

ТРК Краснодарского края является крупнейшим в Российской Федерации и представляет собой совокупность санаторно-курортных организаций, гостиниц, специализированных и индивидуальных средств размещения, туристских и экскурсионных фирм, объектов инфраструктуры, объектов туристского показа, а также органов управления курортами.

В крае функционирует свыше 1300 коллективных средств размещения, 139 кемпингов, 600 турфирм, 460 объектов турпоказа. Также в крае 33 курортных территории, из них 3 федерального, 3 краевого и 27 местного значения. К федеральным курортам относятся: города-курорты Сочи, Геленджик и Анапа. По насыщенности объектами историко-культурного наследия на первом месте стоит город Краснодар (более 100). Значительное количество памятников, охраняемых государством, расположено в городах Анапе, Армавире, Геленджике, Ейске, Новороссийске, Сочи, Темрюке, Краснодаре, Туапсинском районе.

В настоящее время на Кубани все большей популярностью пользуются активные виды туризма: пешеходный туризм, походы, массовые спортивные мероприятия, включающие элементы спорта, такие как дайвинг, рафтинг, виндсерфинг, скайдайвинг, рыбалка, охота, сноубординг, горные лыжи, водные лыжи, дельтапланеризм, джиппинг, парашютный спорт и др.

Новым направлением развития туризма в крае может стать организация охоты и рыбалки. Охотничьим и рыболовным туристским потенциалом обладают Темрюкский, Приморско-Ахтарский, Отрадненский, Калининский и другие районы.

Краснодарский край является одним из центров делового (конгрессного) туризма в России. В год в Краснодарском крае проходит свыше 500 мероприятий, относящихся к конгрессным формам туризма. Сочи – один из наиболее популярных городов края, где проходят международные форумы, выставки, семинары и пр. Высокая деловая туристская активность отмечается в Краснодаре и Новороссийске. Курорты Краснодарского края представлены на рисунке 2.

Инвестиции в основной капитал предприятий санаторно-курортного и туристского комплекса Краснодарского края ежегодно увеличиваются. Благодаря этому, растет конкурентоспособность и привлекательность курортов Краснодарского края. Динамика инвестиций в сферу туризма представлена в таблице.



Рисунок 2. Курорты Краснодарского края

Объем инвестиций в основной капитал предприятий санаторно-курортного, гостиничного и туристского комплекса Краснодарского края представлен в таблице 5.

Таким образом, за несколько лет объем инвестиций в развитие санаторно-курортной и туристской отрасли в крае увеличился более чем в 5 раз.

В Сочи сосредоточено 50 процентов санаторно-курортного и туристского потенциала Кубани. В основном курорт представлен предприятиями круглогодичного действия. В последнее время в городе построены объекты, которые являются конкурентоспособными не только на общероссийском, но и на мировых рынках – отели «Редиссон САС Лазурная», «Парк-Отель», санатории (SPA-отели) «Черноморье», «Беларусь Красная Поляна», «Родина», Гранд Отель «Поляна», Отель Парк Инн, Отель «Тюлип Инн» и т.д.

Таблица 5

Инвестиции в основной капитал предприятий санаторно-курортного, гостиничного и туристского комплекса Краснодарского края, направленные на развитие туризма*

Годы	Млрд. руб.	Темп роста к предыдущему году
2005	3,3	150%
2006	5,6	170%
2007	5,7	102%
2008	7,2	126%
2009	8,8	122%
2010	13,4	152%
2011	13,6	102%
2012	15,7	115%
2013	17,5	112%
2014	17,2	98%
2015	16,4	95%

*составлено по данным [3]

На начало 2016 года в городе-курорте Сочи функционирует 954 средства размещения, среди которых: 65 санаториев, 32 пансионата и базы отдыха, 6 детских сезонных оздоровительных лагерей и 850 гостиниц с уровнем вместимости от 5 до 1000 номеров.

За 2014 год курорт Сочи посетило более 4 600 000 туристов. В 2015 году - порядка 5 000 000 человек. Среднегодовая заполняемость средств размещения находится на уровне 77%. В пляжный сезон город посещает около 3000000 гостей, поэтому показателем средней загрузки здравниц составляет 94%.

Ключевым моментом концепции проекта по проведению в городе-курорте Сочи Зимних Олимпийских Игр 2014 года явилось компактность за всю историю проведения зимних Олимпийских и Паралимпийских игр, что позволило обеспечить максимально удобные условия для спортсменов и гостей. Все объекты «Сочи 2014» сгруппированы в два кластера – Прибрежный и Горный, которые располагаются на расстоянии 48 км друг от друга (около 30 минут по новой железной дороге).

Также важнейшими инновациями явилась система «зеленых стандартов» – база для развития экологического строительства, Российский международный олимпийский университет – ключевой проект по подготовке нового поколения высококвалифицированных спортивных менеджеров; транспортная модель – эффективное планирование маршрутов движения всех участников Игр и т.д.

Более 20 тыс. новых гостиничных номеров, которые построены к 2014 году, в соответствии с Программой строительства олимпийских объектов и развития Сочи как горноклиматического курорта.

Для туризма Краснодарского края и всего Юга России проведение Зимних Олимпийских Игр 2014 года в городе-курорте Сочи означало не только увеличение количества средств размещения различных ценовых сегментов, но и развитие и модернизацию транспортной инфраструктуры.

Развитие ТРК Краснодарского края за период 2012-2015 годы характеризуется устойчивой тенденцией роста. Анализ основных показателей за последние годы в санаторно-курортном и туристском комплексе показал, что число средств размещения из года в год растет. При этом повышается уровень комфортности номерного фонда. Этому способствует проводимая работа по классификации гостиниц и других средств размещения.

Важным направлением развития ТРК юга России является формирование рынка горнолыжных курортов и доведение его объемов до 1,5 млн. человек. В нашей стране действует около 160 горнолыжных центров различного параметра. При теоретически равных долях на 1 подобный центр должно приходиться от 6 до 10 тыс. посетителей за сезон. Наиболее крупные российские горнолыжные курорты, к числу которых сейчас относятся Красная поляна, Домбай и Приэльбрусье, за зимний период могут обслуживать до 50 тыс. лыжников каждый, что сопоставимо с числом выезжающих российских туристов на все вместе взятые курорты альпийских стран.

Пропускная способность склонов для катания также должна быть оптимизирована для обслуживания одновременно более 7000 человек (горнолыжников). Дальнейшее искусственное «раздувание» емкости курорта без дорогостоящей маркетинговой поддержки неизбежно будет приводить к снижению эффективной загрузки объектов размещения и всей его инфраструктуры. Как следствие себестоимость предоставляемых туристских услуг увеличится и повлечет за собой повышение цен на них. Возросшая стоимость отдыха снизит привлекательность курорта. Последует дальнейшее падение эффективной загрузки его инфраструктуры. Это вызовет цепную реакцию, заканчивающуюся кризисом курорта для увеличения спроса на горнолыжный отдых внутри страны. Исследования показывают, что российские горные дестинации в большей степени посещаются многолетними приверженцами подобного вида отдыха, а новые прибытия составляют лишь 4%. Стихийная индексация цен на внутренних горнолыжных курортах опережает общий рост доходов населения. Это не только препятствует увеличению размеров горнолыжного рынка по числу туристов, но, напротив,

влечет его уменьшение из-за миграции спроса в направлении выездного туризма в дестинации с более благоприятным соотношением цены и качества.

Несмотря на это, в трехлетней перспективе в кавказском регионе ожидается значительное увеличение предложения по направлению горнолыжного и горноклиматического отдыха.

Структура турпотока на протяжении последних лет остается неизменённой: четверть отдыхающих размещается в организованном секторе: в гостиницах, специализированных средствах размещения (санаториях, пансионатах, домах отдыха). Остальная часть – более 70% отдыхающих – размещается в так называемом неорганизованном секторе: в индивидуальных средствах размещения, кемпингах; к ним же относятся однодневные посетители и туристы, совершающие турпоходы.

По данным территориального органа федеральной службы государственной статистики по Краснодарскому краю, наибольший приток отдыхающих на протяжении многих лет приходится на июль (31,9%) и август (40,3%) месяцы.

Практически половину всех поступлений в краевой бюджет от ТРК обеспечивает муниципальное образование город-курорт Сочи. Значительный вклад вносят муниципальные образования город-курорт Анапа, город-курорт Геленджик и Туапсинский район. Для наглядности представим это на рисунке 3.

По данным территориального органа федеральной службы государственной статистики по Краснодарскому краю крупными и средними организациями ТРК Краснодарского края за 2015 год оказано услуг на сумму около 38,8 млрд. рублей, темп роста 102,4% к уровню аналогичного периода прошлого года.

По-прежнему весомым сдерживающим фактором роста турпотока является большая доля транспортной составляющей в структуре расходов отдыхающих. Так, транспортные расходы для жителей Центральной России, Сибири и Дальнего Востока составляют от 20 до 70% от стоимости отдыха и оздоровления, что, безусловно, отрицательно влияет на турпоток в Краснодарский край.

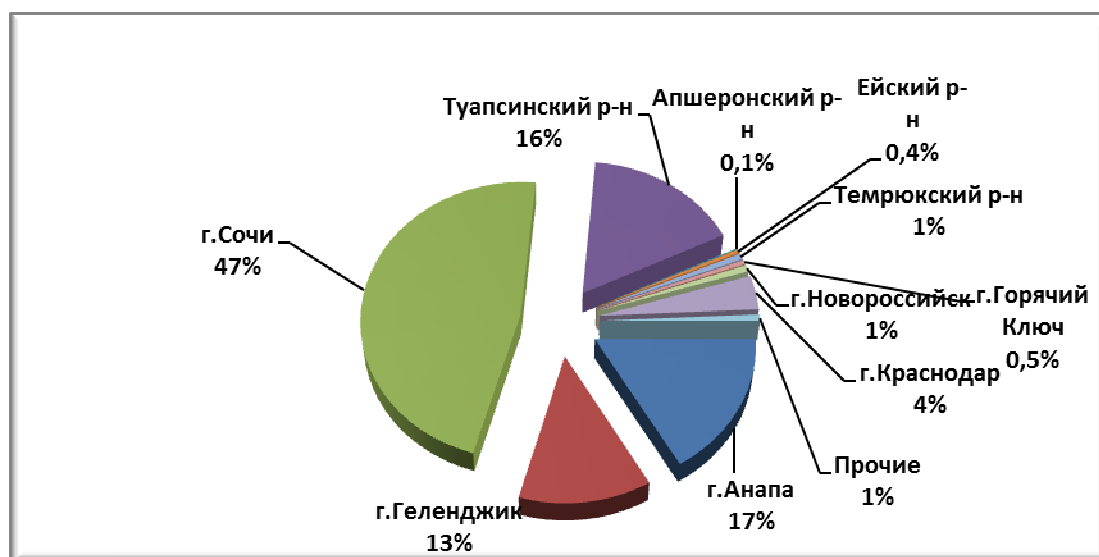


Рисунок 3. Удельный вес муниципальных образований в доходах в краевой бюджет от курортно-туристского комплекса в 2015 году

Основными тенденциями развития санаторно-курортного и туристского комплекса Краснодарского края являются:

- устойчивый прирост показателей комплекса – налоговых поступлений в консолидированный бюджет края, числа коллективных средств размещения, объема услуг (доходов) предприятий, объема инвестиций в основной капитал и др.;
- рост числа средств размещения одновременно с повышением уровня комфортности;
- ускоренные темпы развития неорганизованного сектора;
- преобладание неорганизованных туристов в общем турпотокe;
- ярко выраженная сезонность функционирования санаторно-курортного и туристского комплекса;
- неполное использование природных лечебных ресурсов;
- наличие неиспользованного туристического потенциала для активных видов туризма, спортивно-оздоровительного туризма, охоты и рыбалки, делового туризма.

Юг России обладает необходимым потенциалом для удовлетворения спроса как российских, так и иностранных туристов, что создает предпосылки для развития въездного туризма. В настоящее время Россия занимает 15 место по посещаемости иностранцами, а к 2020 году, согласно прогнозам, войдет в десятку стран, популярных у иностранцев.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Богомолова Е.С. Теоретико-методологические основы управления развитием туристско-рекреационного комплекса региона. Автореферат диссертации на соискание ученой степени доктора экономических наук / Санкт-Петербургский государственный университет. Санкт-Петербург, 2008
2. Гварлиани Т.Е., Овечкин С.В. и др. Исследование теории налогообложения и тенденций ее развития. – Москва: Финансы и статистика, 2009.
3. Единая межведомственная информационно-статистическая система. // Режим доступа: <http://www.fedstat.ru/indicators/start.do>. (25.04.2016)
4. Мохова Ю.А. Турфирма: с чего начать, как преуспеть. – СПб.: Питер, 2009. – 240 с.
5. О порядке выезда из Российской Федерации и въезда в Российскую Федерацию: Федеральный закон от 15 августа 1996 г. № 114-ФЗ).
6. Об основах туристской деятельности в Российской Федерации: Федеральный закон от 24 ноября 1996 г. № 132-ФЗ
7. Об утверждении Стратегии развития туризма в Российской Федерации на период до 2015 года: приказ Ростуризма от 06 мая 2008 № 51.
8. Отчеты Всемирной туристской организации //Режим доступа: <http://tourlib.net/wto.htm> (дата обращения 25.04.2016)
9. Постановление Правительства РФ от 15.04.2014 N 317 «Об утверждении государственной программы Российской Федерации "Развитие культуры и туризма" на 2013 - 2020 годы» // Информационно-правовая система// Режим доступа: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_162185/?frame=6 (25.04.2016)
10. Проект по реализации основных направлений деятельности Правительства Российской Федерации на период до 2018 года.
11. Федеральное агентство по туризму: // Режим доступа: <http://www.russiatourism.ru/contents/statistika/> (дата обращения 25.04.2016) UNWTO Tourism Highlights, 2015 Edition. // UNWTO. // Режим доступа://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284416899 (25.04.2016)

РОЛЬ МАРКЕТИНГА ДЕСТИНАЦИЙ В РАЗВИТИИ ТУРИЗМА РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ

*ГРЕЧИШКИНА Е.А., к.э.н., доцент,
Учреждение образования «Полесский государственный университет»,
г. Пинск, Республика Беларусь
L_grechishkina@mail.ru*

В современном мире сфера туризма занимает важное место, поскольку туризм является источником доходов, катализатором социально-экономического развития, влияет на формирование имиджа страны и регионов, способствует духовному и физическому развитию каждого человека. В последние десятилетия туризм стал одним из самых крупных и быстро растущих секторов экономики в мире. Согласно данным, представленным Всемирной туристской организацией (ЮНВТО), в 2015 году число международных туристских прибытий увеличилось на 4,4% и составило в общей сложности 1 184 млн. Это означает, что по сравнению с 2014 годом в 2015 году примерно на 50 млн. больше туристов совершили путешествия во всем мире [12]. Общий вклад туризма в мировой ВВП в 2015 г. составил 9,8% (7,2 трлн. дол. США), обеспечил 284 млн. рабочих мест, что составляет 1 из 11 рабочих мест на планете [17]. Данные показатели подтверждают значимость туризма в развитии современной социально-экономической системы.

Остановимся на основных показателях развития туризма в Республике Беларусь (таблица 1). По данным Всемирного совета по туризму и путешествиям (World Travel & Tourism Council (WTTC)) [24] прямой вклад путешествий и туризма в ВВП Беларуси в 2015 году составил 14 902,1 млрд. бел.руб. (1,7% ВВП), прогнозируется снижение на 1,9% до 14 613,3 млрд. бел.руб. в 2016 году. Общий вклад путешествий и туризма в ВВП Беларуси в 2015 году составил 49 940,8 млрд. бел.руб. (5,8% ВВП), однако, по прогнозам, данный показатель в 2016 году сократится на 2,7%. Количество занятых непосредственно в индустрии туризма и гостеприимства составило почти 70,4 тыс.чел. в 2015 году (1,6% от общего числа занятых), в 2016 году ожидается снижение данного показателя на 1,1% до 69,5 тыс. чел. (1,6% от общего числа занятых). Данный показатель включает в себя занятых в отелях, туристических агентствах, авиакомпаниях и других системах пассажирских перевозок (за исключением пригородных пассажирских перевозок), а также в ресторанах и индустрии развлечений, деятельность которых напрямую зависит от потока туристов.

Сумма денежных средств, израсходованных иностранными туристами в стране (туристский экспорт), является ключевым компонентом прямого вклада

путешествий и туризма. В 2015 году данный показатель составил 13 590,4 млрд. бел.руб., в 2016 году прогнозируется увеличение данного показателя на 4,3%. Объем капитальных инвестиций составил 4 829,4 млрд. бел.руб. в 2015 году, ожидается, что данный показатель вырастет на 12,0% в 2016 году [24].

Таблица 1

Экономический вклад путешествий и туризма в Беларуси

Показатели, млрд. бел. руб.	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016 (прогноз)
1. Туристский экспорт	9 5835	10 433	13 230	13 702	14 223	13 590	14 179
2. Внутренние расходы	33 150	31 709	31 150	30 255	32 916	32 310	31 100
3. Внутреннее потребление	42 734	42 152	44 380	43 957	47 140	45 900	45 279
4. Импорт	-26 976	-26 714	-28 111	-29 191	-32 430	-30 998	-30 666
5. Прямой вклад путешествий и туризма в ВВП	15 758	15 438	16 269	14 767	14 710	14 902	14 613
6. Прочие итоговые последствия (косвенные и индуцированные) (Внутренняя ценностная цепочка)	25 645	25 124	26 476	24 032	23 939	24 252	23 782
7. Капитальные инвестиции	6 032,4	5 590,6	5 472,9	4 495,4	4 259,4	4 829,4	5 409,9
8. Государственные расходы на услуги, которые предоставляются на коллективной основе	1 203,6	1 057,1	1 089,8	1 100,8	1 132,3	1 100,2	1 093,7
9. Непрямой импорт	-6 351,4	-6 136,1	-1 087,4	-5 798,3	-4 068,2	-4 072,7	-4 770,1
10. «Вызванное воздействие»	8 374,0	7 551,4	8 984,7	7 792,1	8 376,6	8 929,7	8 465,4
11. Общий вклад путешествий и туризма в ВВП	50 661	48 725	57 204	46 389	48 349	49 941	48 595
12. Прямой вклад путешествий и туризма в занятость (тыс.чел.)	86,2	79,3	76,6	70,0	67,3	70,4	69,6
13. Общий вклад путешествий и туризма в занятость (тыс.чел.)	271,3	244,6	265,9	217,3	218,8	233,0	228,4
14. Расходы на выездной туризм	10 849	10 322	12 734	15 849	15 217	15 445	17 309

Примечание – источник: [24]

Удовлетворение потребностей туристов и экскурсантов предполагает использование природных, рекреационных, историко-культурных и прочих

уникальных ресурсов и особенностей определенной территории. В условиях возрастающей конкуренции на национальном и мировом туристском рынке все большее значение приобретает концепция маркетинга. Эффективное использование инструментов маркетинга может обеспечить повышение привлекательности дестинаций для туристов и экскурсантов, что будет способствовать улучшению показателей качества жизни населения, росту занятости в туризме и сопутствующих отраслях, выравниванию социально-экономических диспропорций, инвестиционной привлекательности территорий, бережному и рациональному природопользованию.

Исследованию различных аспектов управления и маркетинга дестинаций посвящены работы таких ученых, как С. Пайк, Ф. Котлер, Дж. Боуэн, Дж. Мейкенз, Н. Лейпер, Д. Бухалис, Д. Пирс, Т. Бигер, Н. Морган, А. Притчард, Р. Прайд, А. Моррисон, К. Асплунд, И. Рейн, Д. Хайдер, А. Тарасенок, В. Зуев, М. Оборин, Л. Кирьянова и др. Однако, несмотря на существующие наработки в данной сфере, изучение маркетинга дестинаций в развитии туризма Беларуси является достаточно актуальным. Поэтому цель данного исследования заключается в обосновании необходимости использования маркетинговых инструментов в управлении развитием дестинаций для формирования положительного имиджа и повышения уровня привлекательности территорий среди туристов и экскурсантов.

В зарубежных публикациях освещаются различные подходы к определению дестинации, которые можно объединить в следующие группы:

1. Дестинация как определенная территория. С этой точки зрения дестинации рассматриваются как места, которые привлекают посетителей для временного пребывания, и варьируются от континентов до стран и провинций, городов и деревень, предлагающих созданные курортные зоны [23]. Это места с определенной формой действительной или предполагаемой границы, такой как физическая граница, политическая граница, или даже созданные рынком границы [18].
2. Дестинация как совокупность туристических продуктов. В соответствии с данным подходом дестинация представляет собой набор продуктов, услуг, природных и искусственных достопримечательностей, способных привлечь туристов в определенное место, при этом географическое положение является лишь одним из факторов, который включает в себя пункт назначения [19]. Дестинация предлагает комплексные впечатления для потребителей [14]. Это сочетание продуктов и услуг, доступных в

одном месте, что может привлечь посетителей из вне его пространственных границ [22].

3. Дестинация как туристический продукт, который на определенных рынках конкурирует с другими продуктами [13].

4. Дестинация как крупнейший бренд в индустрии туризма [20].

По определению ЮНВТО местная туристская дестинация является основным элементом сферы туризма [15]. Местная туристская дестинация представляет собой физическое пространство, в котором посетитель проводит, по крайней мере, одну ночь. Она включает в себя туристические продукты и сопутствующие услуги, имеет физические и административные границы. От представления и восприятия дестинации зависит ее рыночная конкурентоспособность. Местные туристские дестинации включают различных стейкхолдеров [15]. Концептуальная схема взаимодействия стейкхолдеров в туристской дестинации приведена на рисунке 1.

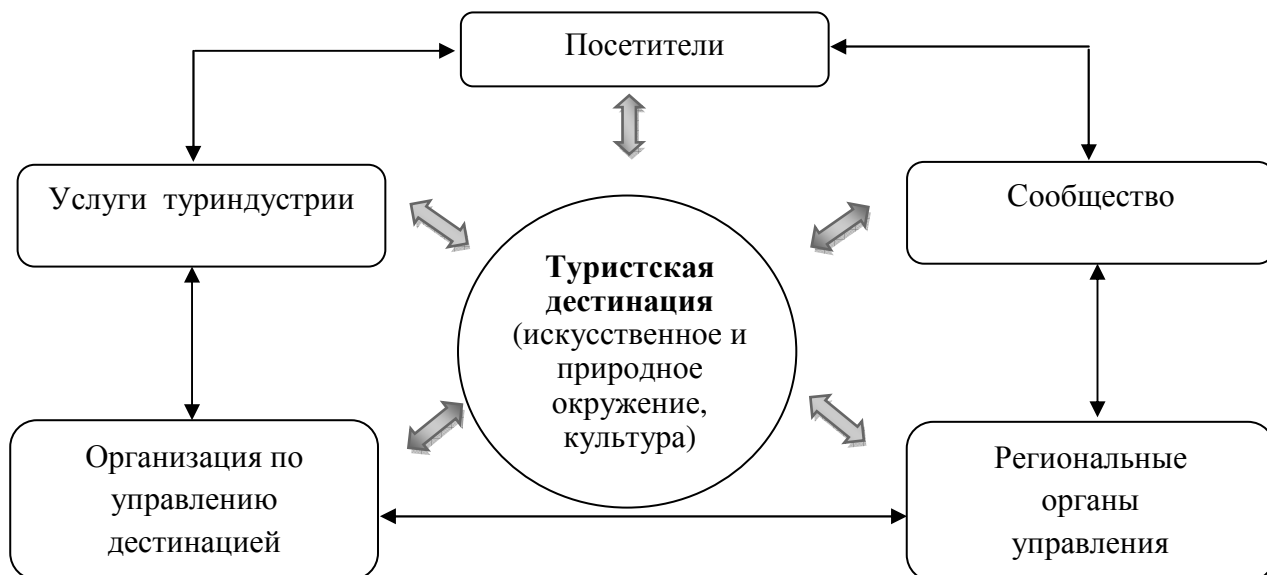


Рисунок 1. Концептуальная схема взаимодействия стейкхолдеров в туристской дестинации: [15]

Определения туристской дестинации приводятся так же в работах белорусских авторов. А. И. Тарасенок рассматривает дестинацию как центральную подсистему геоэкономической системы туризма, успех развития которой определяется конкурентоспособностью дестинации в отношении освоения туристского спроса, привлечения инвесторов, туроператоров (посредников) и органов местной власти (политических кругов) для увеличения своего потенциала и конкурентной борьбы с другими дестинациями и местными нетуристскими отраслями [10, с. 19].

В. Н. Зуев под дестинацией понимает локальный регион, представляющий собой цель туристских путешествий, обладающий необходимой инфраструктурой для размещения, питания, развлечений, познавательной и оздоровительной деятельности, являющийся субъектом конкуренции на рынке въездного туризма и стратегическим объектом предпринимательства [2, с. 105-106].

В Республике Беларусь в рамках проекта USAID «Местное предпринимательство и экономическое развитие», реализуемого ПРООН, в 2013 г. было отобрано 17 туристских дестинаций (рисунок 2) [11]. Общей целью проекта являлось повышение роли частного сектора в экономике Брестской и Гродненской областей и динамично развивающемся туристическом секторе Республики Беларусь. Данный проект был направлен на решение таких задач, как создание благоприятных условий для развития частного сектора в экотуризме и внедрение механизмов государственно-частного партнерства в стратегии устойчивого развития на местном уровне; повышение потенциала субъектов экотуризма и организаций поддержки экотуристического бизнеса; построение устойчивого диалога с общественностью, информационные и образовательные кампании, продвигающие экотуристические возможности регионов.

Однако, говорить о высокой результативности данного проекта достаточно сложно, поскольку ожидаемый результат на пути к устойчивому развитию территорий, а именно повышение их привлекательности для туристов, не достигнут. Во многом это связано с проблемой неэффективного использования маркетинговых инструментов.

Кроме того, к причинам, сдерживающим развитие внутреннего и въездного туризма, например, в Пинском Полесье, можно отнести следующие: неэффективная политика продвижения регионального турпродукта в зарубежных странах; недостаточное развитие туристской и сопутствующей инфраструктуры; невысокий уровень сервиса; сложности в реализации государственно-частного партнерства; слабое информационное обеспечение туризма в Пинском Полесье; низкая инновационная активность туристических предприятий; небольшое количество точек продажи сувенирной продукции; радиоактивное загрязнение отдельных территорий.

Формирование туристской привлекательности территорий, их продвижение как на внутреннем, так и на внешнем рынке туристско-рекреационных услуг должно являться основой разработки стратегии развития туризма. От эффективного функционирования каждой дестинации зависит эффективность сферы туризма в государстве, что обуславливает необходимость использования современных маркетинговых инструментов в управлении

дестинацией. Кроме того, туристская дестинация находится на определенной территории и влияет на ее развитие, поэтому можно сказать, что маркетинг дестинаций тесно связан с маркетингом территорий. Сегодня территориальный маркетинг представляет собой подход, целью которого является обеспечение длительного устойчивого развития, основанного на знании среды (географической, демографической, культурной, экономической, социальной, политической), по различным направлениям при непосредственной заинтересованности проживающих на территории граждан [3, с. 133].

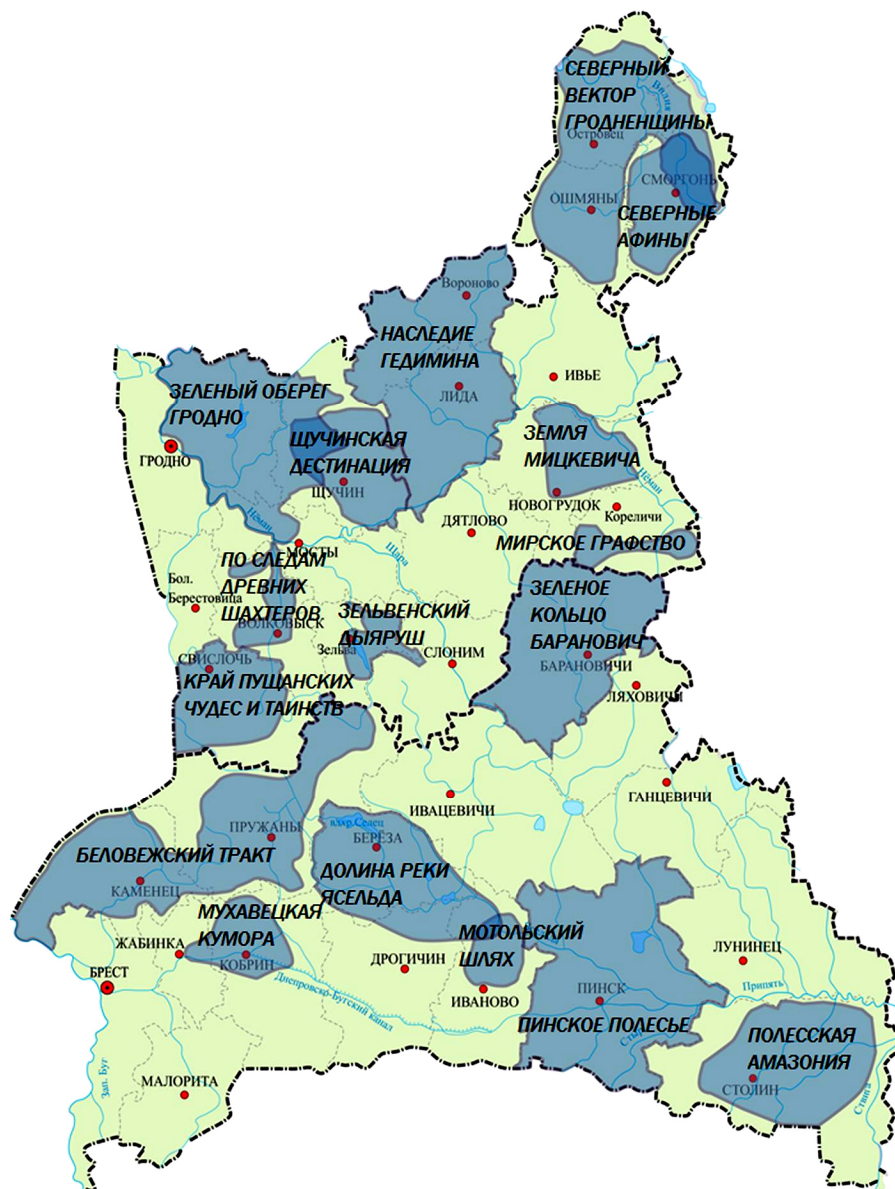


Рисунок 2. Карта туристских дестинаций проекта USAID «Местное предпринимательство и экономическое развитие», реализуемого ПРООН на территории Брестской и Гродненской областей, Республика Беларусь [11]

Маркетинг территории проявляется в том, насколько узнаваема и известна территория за ее пределами. При этом позитивный характер

ассоциаций с территорией в сознании потребителей является определяющим фактором успеха. Маркетинг территории означает проектирование места, которое будет удовлетворять потребности целевых рынков [6, с. 161]. Он состоит из четырех компонентов [6, с. 44]:

- 1) разработка для территории крепкого и привлекательного позиционирования и имиджа;
- 2) создание стимулов для существующих и потенциальных покупателей и пользователей товаров и услуг;
- 3) поставка продуктов и услуг данной территории в эффективной и доступной форме;
- 4) пропаганда привлекательных и полезных качеств данной территории с целью полноценного информирования пользователей о ее отличительных преимуществах.

Таким образом, маркетинг территорий направлен на создание, поддержание (а при необходимости изменение) мнений, намерений и поведения потребителей относительно привлекательности конкретной территории для проживания, временного пребывания и/или осуществления деятельности [9, с. 34]. Поскольку туризм является высокодоходной и динамично развивающейся отраслью, способствующей формированию положительно имиджа территорий, маркетинг дестинаций является важной составляющей маркетинга территорий.

По определению ЮНВТО маркетинг дестинаций охватывает все виды деятельности и процессы по привлечению покупателей и продавцов; сосредотачивается на удовлетворении потребительского спроса и конкурентном позиционировании; представляет собой непрерывный скоординированный комплекс мероприятий, связанных с эффективным распределением продуктов на потенциальных рынках сбыта; включает в себя принятие решения о продукции, брендинге, цене, сегментации рынка, продвижении и распределении [16].

Л. Г. Кирьянова рассматривает маркетинг туристских дестинаций как управленческий процесс, в рамках которого органы управления дестинацией и бизнес определяют целевые группы туристов (текущих и потенциальных), устанавливают с ними коммуникацию с целью выяснить и повлиять на их желания, нужды, мотивацию, предпочтения, отношения, связанные с принятием многочисленных решений о путешествии; а также формируют и адаптируют туристский продукт в соответствии с потребностями туристов и для достижения их максимального удовлетворения [4, с. 35-36]. Л. Г. Кирьянова характеризует дестинацию как интегрированный комплексный продукт, позволяющий удовлетворить нужды туристов.

По мнению А. Моррисона [21] микс дестинации и продукт дестинации являются схожими понятиями (рисунок 3). Каждая дестинация состоит из четырех компонентов продукта дестинации [21].

1. Материальные объекты. К ним относятся такие элементы, как достопримечательности, сооружения, транспорт и инфраструктура. Достопримечательности играют ключевую роль в привлечении туристов к месту назначения. Кроме того, должен быть удобный подъезд к месту назначения и хорошая инфраструктура для обеспечения безопасной и приятной поездки.

2. Люди. Местное население является основным «ресурсом гостеприимства», поскольку выступает в качестве хозяев и поставщиков бытовых услуг. Местная культура и образ жизни часто являются очень привлекательными для туристов. При этом жителей дестинации необходимо информировать о преимуществах туризма.

3. Пакеты. Все направления имеют набор пакетов и программ, которые могут быть приобретены и использованы туристами. Пакеты собраны туристическими агентствами, туроператорами и др., и объединяют множество элементов. Они организованы либо по темам, либо по маршрутам, и часто основаны на отраслевых партнерских отношениях. Пакеты могут приобретаться через традиционные розничные каналы, в том числе в турагентствах, или через Интернет.

4. Программы. События, фестивали и прочие мероприятия организуются или программируются для туристов. Хорошо продуманные и известные фестивали и мероприятия привлекают туристов в пункты назначения. Программы деятельности могут быть организованы для туристов с определенными интересами.

В соответствии с Национальной стратегией устойчивого социально-экономического развития Республики Беларусь главной целью развития туризма на период до 2030 г. является вхождение в число 50 ведущих стран по его уровню в результате создания высокоэффективного и конкурентоспособного туристического комплекса [7, с. 57]. К приоритетным направлениям в сфере туризма относятся следующие [7, с. 58]:

- развитие внутреннего и въездного туризма;
- формирование благоприятной среды для развития частного бизнеса и привлечения инвесторов;
- поддержка развития перспективных территорий и проектов в сфере туризма на принципах государственно-частного партнерства;
- развитие экологического туризма;

- усиление роли туризма в просвещении и формировании культурно-нравственного потенциала белорусских граждан.



Рисунок 3. Продукт дестинации и микс дестинации [21]

Маркетинг дестинаций является одним из механизмов достижения поставленных целей и задач. В настоящее время в Беларуси можно наблюдать продвижение отдельных туристских ресурсов, пакетов туруслуг, турфирм. Однако проектирование, продвижение и брендинг дестинаций не приобрели системного характера. Необходимым видится изменение существующих подходов к управлению развитием туризма с использованием маркетинговых инструментов, поскольку положительный имидж дестинации, ее привлекательность для туристов являются важными факторами, обеспечивающими территориальную идентичность, повышение уровня устойчивого развития регионов.

Как отмечает Ф. Котлер, имидж подразумевает целый набор убеждений, отображает личное восприятие места и может различаться от человека к человеку – у разных людей может сформироваться одинаковый имидж места, но они могут по-разному к нему относиться, так же могут складываться разные имиджи одного и того же места [6, с. 205].

Туристический имидж – это образ страны, целенаправленно формируемый в сознании целевой аудитории (реальных и потенциальных туристов) и включающий элементы, значимые для выбора путешественниками стран – объектов посещения [5, с. 114]. Главная задача туристического имиджа заключается в том, чтобы после знакомства с ним потенциальный турист сделал вывод, что в стране есть что посмотреть, а ехать туда безопасно и комфортно. Кроме того, немаловажным для потенциального туриста является ощущение, что его в данной стране ждут [5, с. 114].

Имидж территории не формируется в одночасье, на это требуется время. Поэтому маркетинг дестинаций имеет стратегическое значение и работает на перспективу. Можно согласиться с М. С. Обориным, что туристско-рекреационная деятельность усиливает антропогенную нагрузку на природную среду, при этом она не должна способствовать развитию негативных природных явлений и препятствовать природоохранным целям и задачам специально выделенных территорий и объектов и соответствующим мероприятиям [1, с. 663]. Важно, чтобы развитие дестинации было направлено на сохранение, улучшение и приумножение имеющихся ресурсов, позволяло удовлетворить изменяющиеся запросы потребителей и интересы стейкхолдеров.

Концептуальная схема формирования имиджа и привлекательности туристской дестинации приведена на рисунке 4. Как видно из рисунка, имидж территории зависит от уровня привлекательности дестинации, которая складывается из многих компонентов. Основными из них являются маркетинг дестинации, сама дестинация как комплексный турпродукт и государственно-частное партнерство между стейкхолдерами (органы государственного и местного управления, предприятия туристической индустрии, население, инвесторы и пр.). Каждый из этих компонентов является важным и перспективным, однако в комплексе они обеспечивают мультипликативный эффект за счет их взаимодействия.

Маркетинг дестинаций предполагает проведение исследований, которые позволяют выявить потенциал и перспективы формирования дестинации как комплексного конкурентоспособного турпродукта, целевые рынки, создание бренда, механизмы продвижения дестинации. Маркетинговые мероприятия, направленные на продвижение дестинации, являются дорогостоящими, поэтому определение целевых рынков имеет первостепенное значение.



Рисунок 4. Концептуальная схема формирования имиджа и привлекательности туристской дестинации

Примечание – авторская разработка

Планирование маркетинга дестинаций – это систематический процесс, направленный на достижение долгосрочных (стратегических) и краткосрочных (тактических) целей. Основой процесса планирования маркетинга дестинаций является формирование стратегической карты, т.е. упорядоченной во времени иерархии маркетинговых целей и задач. Для туриста дестинация – это единая совокупность всех компонентов ее продуктов и услуг, а также связанные с этим ожидания, ощущения [4, с. 37]. Поэтому с точки зрения маркетинга дестинацию следует рассматривать как комплексный турпродукт, предназначенный для целевых групп покупателей. Дестинация формируется как совокупность туристических ресурсов, инфраструктуры, внешнего окружения и кадрового обеспечения. От ресурсного потенциала, концентрации объектов туристического интереса зависит профиль дестинации и возможные направления его дальнейшего расширения.

Очень большое значение в функционировании дестинации отводится государственно-частному партнерству, поскольку об эффективности можно говорить тогда, когда достигается баланс интересов всех сторон и

удовлетворяются потребности потребителей. Отсутствие такого баланса приводит к неспособности осуществлять прогрессивные изменения, в результате чего замедляются или приостанавливаются не только процессы, связанные с формированием и продвижением дестинации, но развитием всего региона. Для достижения согласованности в деятельности органов власти, предприятий туристической индустрии и местного населения целесообразно создать организацию, в функции которой входили бы координация деятельности, маркетинг и менеджмент дестинации, обеспечение взаимодействия между стейкхолдерами, мониторинг развития дестинации. Кроме того, определяющим фактором привлекательности дестинаций является отношение местных жителей к туристам и экскурсантам. Поэтому одной из задач координирующей организации является информирование местного населения о преимуществах развития туризма в конкретной местности, повышение уровня их заинтересованности путем привлечения к управлению дестинацией, выявление экономически активного населения для осуществления предпринимательской деятельности.

Таким образом, маркетинг дестинаций играет важную роль в развитии не только туристского рынка, но регионов Республики Беларусь. Повышение конкурентоспособности, формирование положительного имиджа, привлекательности туристских дестинаций обеспечит устойчивое развитие территорий. Создание и позиционирование уникальных инновационных турпродуктов позволит дестинациям занять свою нишу на мировом рынке. Использование инструментов маркетинга в системе управления дестинацией на основе сбалансированного партнерства между стейкхолдерами даст возможность своевременно учитывать тенденции рынка, постоянно изменяющиеся интересы и запросы покупателей. Исходя из вышесказанного, дестинация – это комплексный уникальный продукт, созданный совместными усилиями предприятий индустрии туризма и гостеприимства, местного населения и органов государственного и местного управления, позволяющий реализовать преимущества конкретной территории и отвечающий запросам туристов и экскурсантов.

Развитие дестинаций позволит увеличить наполняемость государственного и местных бюджетов, повышая тем самым уровень финансовой самостоятельности регионов. Это будет способствовать повышению уровня социально-экономического развития, как отдельных регионов, так и государства в целом, уменьшению территориальных диспропорций, снижению социальной напряженности, сохранению природного и культурного наследия.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

1. Балина Т.А., Оборин М.С., Слащев Д.Н. Кластерный подход в формировании политики регионального развития (на примере Пермского края) / Т. А. Балина, М. С. Обрин, Д. Н. Слащев // Известия Пензенского государственного педагогического университета. Естественные науки. – 2011. – № 25. – С. 651-654.
2. Зуев В.Н. К вопросу о системной поддержке развития экологического туризма на региональном уровне (на примере туристской дестинации Барановичского района Республики Беларусь) / В. Н. Зуев // Туризм и региональное развитие: сборник научных статей. Вып. 7. – Смоленск: Универсум, 2014. – С. 105-110.
3. Канапухин П.А. Территориальный маркетинг или маркетинг территория: единство и различия / П. А. Канапухин, О. В. Горте // Вестник ВГУ. Серия: Экономика и управление. – 2015. – № 4. – С. 131-134.
4. Кирьянова Л.Г. Маркетинг дестинаций как современный подход к управлению туристским регионом / Л. Г. Кирьянова // Известия Томского политехнического университета. – 2010. – Т. 316. – №6. – С. 35-40.
5. Костючков А. Проблемы формирования благоприятного международного туристического имиджа Беларуси / А. Костючков // Беларуская думка. – 2011. – №2. – С. 113-118.
6. Котлер Ф., Асплунд К., Рейн И., Хайдер Д. Маркетинг мест. Привлечение инвестиций, предприятий, жителей и туристов в города, коммуны, регионы и страны Европы. – СПб.: Стокгольмская школа экономики в Санкт-Петербурге, Питер, 2005. – 382 с.
7. Национальная стратегия устойчивого социально-экономического развития Республики Беларусь на период до 2030 года // Экономический бюллетень НИЭИ Министерства экономики Республики Беларусь. – 2015. – № 4. – С. 6-97.
8. Оборин М.С. Подходы к разработке стратегии развития маркетинга санаторно-курортного комплекса страны / М. С. Оборин // Вестник Алтайского государственного аграрного университета. Экономические науки. – 2015. – № 8 (130). – С. 177-182.
9. Пикулева О Телескоп. – 2012. – №6 (96). – С. 33-37.
10. Тарасенок А.И. Создание туристических дестинаций: проблемы и практика стратегического планирования на местном уровне /

- А. И. Тарасенок // Туризм и гостеприимство: научно-практический журнал. – Пинск: ПолесГУ, 2014. – № 1. – С. 19-23.
11. Туристские дестинации. Документы проекта USAID «Местное предпринимательство и экономическое развитие», реализуемого ПРООН // Режим доступа: <http://un.by/ru/undp/turistskie-destinatsii/> (22.04.2016)
 12. Число международных туристских прибытий в 2015 году возросло на 4% и достигло рекордной отметки в 1,2 млрд // Режим доступа: <http://media.unwto.org/ru/press-release/2016-01-19/chislo-mezhdunarodnykh-turistskikh-pribytii-v-2015-godu-vozroslo-na-4-i-dos>. (22.04.2016)
 13. Bieger, T. Destination management e finanziamenti. In Destination Management: fondamenti di marketing e gestione della destinazione, edited by Pechlaner H., Weiermeir K. Touring University Press, Milano, 2000.
 14. Buhalis, D. Destination management organizations and small and medium sized tourism enterprises, in: Information Society Technologies for Tourism. Conference. Brussels, 9 July 2001.
 15. Destination Management & Quality Programme // Режим доступа: <http://destination.unwto.org/content/conceptual-framework-0>. (22.04.2016)
 16. Destination Marketing for the 21 st century [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.esgt.ipt.pt/download/disciplina/355__Destination%20Marketing%20WTO.pdf. Дата доступа: 22.04.2016.
 17. Economic Impact Analysis // Режим доступа: <http://www.wttc.org/research/economic-research/economic-impact-analysis/> (22.04.2016)
 18. Kotler, P., Bowen, J. & Makens, J. Marketing for Hospitality and Tourism (4th ed.). Upper Saddle River, N. J.: Prentice Hall, 2006.
 19. Leiper, N. Tourism Management. RMIT Press, Melbourne, 1995.
 20. Morgan, N., Pritchard, A., & Pride, R. Destination Branding – Creating the Unique Destination Proposition. Oxford: Butterworth-Heinemann, 2002.
 21. Morrison, A.M. Marketing and Managing Tourism Destinations. London: Routledge, 2012.
 22. Pearce, D. Tourist Organizations. Longman Group, Harlow, Essex, UK, 1992.
 23. Pike, S. Destination marketing organisations. Advances in Tourism Research. Oxford: Elsevier, 2004.
 24. Travel & Tourism. Economic Impact 2016. Belarus / World Travel & Tourism Council. 2016.
 25. . К вопросу о маркетинге и брендинге территорий / О. Пикулева //

ФОРМИРОВАНИЕ СТРАТЕГИЧЕСКОГО ПОТЕНЦИАЛА КАК ОСНОВА РАЗВИТИЯ КРУИЗНОГО ТУРИЗМА

ЛОГУНОВА Н.А, д-р экон. наук, доцент

*ФГБОУ ВО «Керченский государственный морской технологический
университет»
natalya_logunova@mail.ru*

Реализация целей экономических систем и подсистем разных уровней определяется имеющимися и потенциальными возможностями, результативное использование которых создает основу для получения устойчивого конкурентного преимущества и завоевания лидирующих позиций на внутреннем и внешнем рынках.

Круизный туризм представляет собой интегрированный комплекс, эффективное развитие которого базируется на взаимодействии множества предприятий и организаций, принимающих участие в формировании, продвижении и реализации круизного туристского продукта. Интенсивность развития отрасли, обусловленная динамичным ростом круизной индустрии, средний прирост доходов которой в Европе за последние 5 лет составил более 11 % и опередил темпы прироста ВВП на душу населения и совокупных туристских поступлений, предполагает выделение ключевых компонентов, формирующих потенциал данного сектора и создающих основу для его стратегического развития. При этом для реализации приоритетных целей долгосрочного характера необходимо исследование стратегического аспекта формирования потенциала и его способности агрегировать имеющихся и потенциальных возможностей, предопределяющие эффективное использование соответствующих ресурсов, что обеспечит сбалансированность распределения между основными направлениями и функциями и будет способствовать получению синергетического эффекта от соединения всех ресурсов в единую систему.

Несмотря на многочисленные исследования терминологического аппарата категории «потенциал», трактовка его со стратегических позиций в современной научной литературе используется крайне редко, в большей мере в работах ученых «потенциал» применительно к туристско-рекреационной сфере употребляется в связке с прилагательными «экономический», «социально-экономический», «ресурсный» и т.п. Вместе с тем, в процессе выявления и формулирования стратегических императив развития той или иной отрасли для решения стратегических задач возникает необходимость в комплексной интерпретации данного понятия с учетом как широко известных ресурсной и

продуктовой концепций, так и совокупности объективных и субъективных факторов, оказывающих влияние на выбор оптимальной стратегии эффективного развития отрасли, региона или государства в целом.

Как отмечает Кострюкова О.Н., «стратегический потенциал... должен рассматриваться как с точки зрения имеющихся в наличии ресурсов, так и с точки зрения возможности их использования и способности обеспечить максимально возможный уровень производства туристского продукта и туристских услуг» [6]. Также автор акцентирует внимание на том, что «стратегический потенциал отражает предельные возможности туристско-рекреационной сферы в достижении её стратегических целей», для материализации которых необходимы соответствующие ресурсы, поэтому, по мнению ученого, «главной особенностью стратегического потенциала является отражение её ресурсной концепции» [6]. Выводы автора подтверждаются и высказываниями академика Л.И. Абалкина, который утверждает, что понятия «потенциал» и «ресурсы» не следует противопоставлять, «потенциал – это обобщенная, сборная характеристика ресурсов» [1].

Так, по мнению ряда ученых [7,13,18], к стратегическому потенциалу относятся ресурсы, обеспечивающие достижение конкурентных преимуществ, при этом, согласно исследованиям Селюкова М.В., Шалыгиной Н.П., Савенковой И.В. [14] формирование стратегического потенциала начинается на этапе их зарождения.

Следует отметить, что стратегический потенциал нельзя рассматривать отдельно от рынка, так как ресурсы и способности, формирующие его основу, должны быть адаптированы к рыночным потребностям с помощью имеющихся компетенций [14]. В то же время, несмотря на всю близость терминов «ресурс» и «потенциал», последний отличается тем, что «хотя он и применяется в форме единственного числа, всегда подразумевает совокупность характеристик, предметов, явлений» [5]. Представляя стратегический потенциал как совокупность стратегических ресурсов, эффективное использование которых позволяет достигнуть желаемых результатов в долгосрочной перспективе и завоевать устойчивые конкурентные преимущества, необходимо четко идентифицировать количественную и качественную стороны поставленных целей для возможностей их дальнейшей корректировки с учетом изменений, происходящих во внешней среде. Также следует иметь в виду, что стратегический потенциал в условиях нестабильной экономической обстановки формируют только те ресурсы, которые могут быть изменены в результате реализации стратегических решений.

Следовательно, отдавая предпочтение ресурсной концепции формирования потенциала и классифицируя ресурсы в зависимости от их

влияния на процесс создания круизного туристского продукта, необходимо их рассматривать в разрезе адаптационного механизма достижения высокого качественного результата. Кроме того, необходимо учитывать, что процесс создания круизного туристского продукта, это, прежде всего, коллективный труд, положенный в основу любого общественного производства и состоящий из живого и овеществленного труда независимо от его конечных результатов. Помимо этого, объективной необходимостью данного процесса является наличие определенных базовых элементов, таких как: природные ресурсы, формирующие первичный потенциал круизного сектора и обеспечивающие его изначальное развитие; капитала как произведенного трудом человека ресурса, состоящего из основного и оборотного капиталов, собственных и заемных источников финансирования, который «объединяет любые производительные ресурсы для того, чтобы с их помощью осуществлять производство будущих экономических благ ради получения прибыли» [16]. Именно приращение капитала создаёт возможность для развития круизного бизнеса и связанной с ним предпринимательской деятельности.

Следует отметить, что ресурсы, которыми обладает та или иная страна, значительно отличаются как по количественному, так и по качественному содержанию (особенно это касается первичных природных ресурсов и капитала).

Так, к составным элементам природных ресурсов, необходимых для организации круизного бизнеса, относятся:

- наличие водного пространства (некоторые государства вообще не имеют выхода к морю, в частности такие европейские страны, как: Австрия, Беларусь, Венгрия, Молдавия, Чехия и др.);

- протяженность береговой линии и морских границ;

- физико-географические условия побережья;

- площадь территории;

- климатические и метеорологические факторы [8].

При этом большая часть имеющихся ресурсов разных стран несопоставима ни по размерам, ни по качественному наполнению.

Сопоставляя наличие произведенных ресурсов, следует иметь в виду, что их эффективное использование в круизном туризме предопределяется, прежде всего, общеэкономическим уровнем развития того или иного государства, базовыми индикаторами которого выступают размер ВВП и его отраслевая структура, а также наличием морских портов, предназначенных для приема/отхода круизных судов.

Отдельным аспектом произведенных ресурсов выступает материально-техническая база, формирующаяся за счет материальных и нематериальных

активов предприятий круизной индустрии и зависящая от уровня их инвестиционной привлекательности и инновационной активности.

Между тем, соотношение уровня ВВП на одного жителя страны и количества портов, которыми обладает то или иное государство, а также материально-техническая база предприятий круизного сектора, не дает возможности оценить общее состояние его развития в стране, а тем более, увидеть взаимосвязь данных показателей.

Е. А. Подсолонко, анализируя ресурсное обеспечение экономики, отмечает, что «из трех видов исходных ресурсов только один – человек и его деятельность, именуемые как «труд», могут быть рассмотрены в экономике любого уровня сложности достаточно содержательно и точно в отдельных аспектах» [12]. Вместе с тем, наличие человеческого капитала, измерение которого «изначально осуществляется через показатели среднегодовой численности населения» [12], не может качественно отразить данный ресурс применительно к конкретному сектору экономики, так как демографическая структура населения, его профессионально-квалификационный состав и уровень компетенций подчинены определенной среде, в которой осуществляется экономическая деятельность и которая тесно взаимосвязана с приоритетами экономической политики государства.

Кроме того, одновременное влияние интегративного характера круизного бизнеса и социокультурной дифференциации, обусловленной высоким уровнем специализации персонала, задействованного в его развитии, предопределяет значительное воздействие круизного туризма на увеличение занятости и повышение жизненного уровня нации; при этом взаимосвязь основных факторов производства круизного туристского продукта проявляется на всех иерархических уровнях (от уровня государственного управления до непосредственного субъекта хозяйствования) и подчинена совокупному влиянию факторов изменчивой внешней среды.

Научный интерес, по нашему мнению, представляют исследования, проведенные д.э.н., профессором М. В. Гудзь [2-4], которая выделила помимо классических производственных или ресурсных факторов, оказывающих воздействие на экономическое развитие приморских курортно-рекреационных территорий, непроизводственные факторы (исторический, этнокультурный, социальный и др. образы территорий, качественно влияющие на основное производство), использование которых порождает появление синергетического эффекта. Автор на основании конкретизации стратегических доминант экономического потенциала курортно-рекреационных территорий разработала механизм его эффективного использования, в основе которого интеграция частного и государственного капиталов, позволяющая за счет разных форм

собственности соединить в единое целое необходимые ресурсы и минимизировать риски за счет их перераспределения между партнерами.

По мнению большинства ученых, ресурсное обеспечение туризма базируется на категории «туристские ресурсы», которые являются первоосновой для формирования привлекательного туристского продукта.

В этой связи польский экономист М. Труаси при оценке туристских ресурсов дифференцировал их на созданные и не созданные трудом человека, определяемые как «потенциальный туристский капитал».

В развитие данного подхода А.Ю. Тимошевская [11], изучая ресурсный потенциал туристского сектора и акцентировав внимание на влиянии качества институциональной среды и предпринимательской активности на уровень его развития, предложила при классификации туристских ресурсов группировать их в три основные группы: природные, культурно-исторические и социально-экономические.

Подобная классификация приведена и в работе Ю.В. Михайловой [11], только вместо социально-экономических ресурсов автор выделяет инфраструктурные, к которым относит территорию региона (страны), население в нем проживающее, транспорт и транспортную сеть, а также социальную инфраструктуру.

Наиболее обобщенную классификацию туристских ресурсов представила Всемирная туристская организация. Данная группировка вполне правомерна и для ресурсов, необходимых для организации круизного бизнеса, к которым относятся [10]:

- природные богатства, служащие источником туристского интереса и формирующие туристское впечатление от приобретенного туристского продукта;

- энергетические богатства, наличие и стоимость которых напрямую влияет на цену тура и возможность организации полноценного насыщенного отдыха (особенно актуальны для круизного бизнеса за счет значительного энергопотребления судов (освещение кают и общественных зон, оборудование ресторанов, бассейнов, развлекательных залов, двигательные установки и многое другое);

- «человеческий фактор», в основе которого демография, условия жизни, традиции, обычаи и приверженности населения относительно туристских услуг и культурных аспектов (в круизном туризме от человеческого фактора и уровня компетенций персонала зависит безопасность предоставления круизного туристского продукта);

- институциональные, политические, юридические и административные аспекты, определяющие внешнюю среду и опосредованно влияющие на организацию круизного бизнеса;

- социальные аспекты, включающие социальную структуру страны, участие населения в государственном управлении, соотношение между рабочим временем и временем отдыха, наличие оплачиваемого отпуска, уровень образовательного сектора, охраны здоровья и отдыха;

- транспорт и связь, специфическая инфраструктура индустрии отдыха, обуславливающие создание специальных объектов, предназначенных для организации соответствующего вида туризма (в частности, для организации круизного туризма обязательным условием является наличие морских портов);

- экономические и финансовые аспекты, характеризующие уровень потребительского спроса на тот или иной туристский продукт.

Принимая во внимание разнообразные концептуальные подходы к определению туристских ресурсов, учитывая специфику предоставления круизных туристских услуг, нами предлагается следующая классификация ресурсов, как напрямую определяющих спрос на круизный туристский продукт, так и опосредованно – на формирование и поддержание всей круизно-туристской инфраструктуры, к которым относятся:

- природно-климатические ресурсы, предполагающие обязательное наличие водного пространства, мягкого климата и живописной природы;

- туристские ресурсы, в составе которых рекреационные ресурсы, исторические памятники и достопримечательности, энергетические богатства и т.п.;

- кадровые ресурсы, включающие квалифицированных сотрудников в различных секторах экономики, их знания и компетенции;

- материально-технические ресурсы, представляющие совокупность основных и оборотных средств, обеспечивающих условия для функционирования круизного комплекса;

- финансовые ресурсы, состоящие из собственного и заемного капиталов для реализации долгосрочных целей;

- информационные ресурсы, в основе которых информация о потребителях круизного продукта, динамике и тенденциях развития круизного рынка, производстве и реализации круизных туристских услуг, базы данных клиентов и поставщиков, способы, методы и средства обработки информации;

- коммерческие ресурсы, предполагающие связи с покупателями, поставщиками и партнерами, сбытовые сети, бренды и рекламные технологии;

- организационно-управленческие ресурсы, включающие несколько взаимосвязанных систем: систему организации и управления бизнес-

процессами, систему снабжения, систему планирования и распределения ресурсов, систему мотивации и контроля.

Все вышеназванные ресурсы объединяются в систему традиционных факторов производства «труд-земля-капитал» [17]. Так, к фактору «труд» относятся как кадровые, так и частично организационно-управленческие ресурсы; к фактору «земля» - природно-климатические ресурсы и та часть туристских ресурсов, которая не является произведенной; к фактору «капитал» - все остальные ресурсы. Главное отличие стратегических ресурсов от общепринятого понимания категории «ресурсы» заключается в том комплексе задач, на решение которых они направляются, и тех основных качествах, которыми они должны обладать. Так, стратегические ресурсы включают четыре стратегически значимых качества (ценность, редкость, неповторимость и незаменимость), обеспечивающие достижение следующих стратегических задач, как: достижение конкурентных преимуществ, эффективность, результативность, взаимодополняемость и соединение всех ресурсов в единую синергетическую систему.

Кроме того, анализируя ресурсный потенциал туристской дестинации необходимо исследовать как абсолютные, так и относительные показатели использования ресурсов.

Человеческие ресурсы можно оценить с помощью таких абсолютных показателей, как: численность населения региона; количество экономически активного и трудоспособного населения; резерв незанятого населения; демографический состав населения; количество работников, занятых в сфере круизного бизнеса и т.п. [18].

Оценка природных ресурсов будет включать такие абсолютные показатели их использования: площадь территории; размеры распространения ресурсов, протяженность и ширина полосы побережья; продолжительность благоприятного климатического периода; наличие ценных ресурсов (историко-культурных, энергетических, ландшафтных и т.п.).

Произведенные ресурсы анализируются путем изучения количества предприятий круизного бизнеса; стоимости основного и оборотного капиталов; наличия собственных и заемных источников финансирования; финансовых результатов деятельности предприятий и т.п.

Относительные показатели также можно разделить на три блока: анализ человеческих ресурсов предполагает исследование уровня занятости и безработицы в регионе; производительности, интенсивности и трудоемкости труда работников; уровня квалификации и компетенции работников и т.п. Оценка природных ресурсов может быть осуществлена на основании анализа плотности территории; уровня влажности, радиации, индекса душности;

регионального распределения и структуры природных ресурсов; степени освоения ресурсов, плодородности почв, урожайности и т.п. Относительные показатели использования произведенных ресурсов включают анализ эффективности использования основного и оборотного капиталов; рентабельность деятельности предприятий (организаций); соотношение собственных и заемных источников финансирования и т.п.

Взаимосвязь ресурсов, конкурентных преимуществ и потенциала в системе реализации стратегических целей обосновывает выделение следующих структурных компонентов стратегического потенциала [17]:

- базовый потенциал, обусловленный заданными изначально факторами, обеспечивающими условия для достижения поставленных целей и позволяющими получить устойчивое конкурентное преимущество на кризисном рынке;

- скрытый потенциал, не представляющий конкурентного преимущества на настоящем этапе, но предполагающий трансформацию в базовые средства за счет приобретения соответствующих навыков и опыта работников туристской сферы в организации круизного туризма;

- пересекающийся потенциал, характеризующийся результативной системой управления развитием отрасли, что способствует эффективному использованию других имеющихся потенциалов (производственного, финансового, инвестиционного, кадрового и т.п.).

Учитывая, что стратегический потенциал круизного туризма является первопричиной для реализации стратегических приоритетов и получения положительного социально-экономического эффекта, для исследования его значимости целесообразно провести декомпозицию совокупности входящих в него компонентов по блокам частных потенциалов, сочетающих функциональный, воспроизводственный и ресурсный критерии. Также необходимо принимать во внимание иерархический уровень формирования потенциала (национальный, региональный, отраслевой, локальный), который определяет выбор рациональных форм, методов и инструментов управленческого воздействия на процесс его функционирования как целостной системы (рис. 1).

Формирование стратегического потенциала круизной индустрии как процесса комплексного взаимодействия ресурсов, возможностей и способностей производительных сил к достижению эффективного результата предопределяет необходимость в рассмотрении его как системы, состоящей из определенных подсистем, каждая из которых включает совокупность функциональных элементов потенциала, способных выполнять определенную задачу (табл. 1).

Вместе с тем, классифицируя элементную структуру стратегического потенциала по определенным блокам, следует различать объектную и субъектную составляющие потенциала, вытекающие из его основополагающих характеристик.

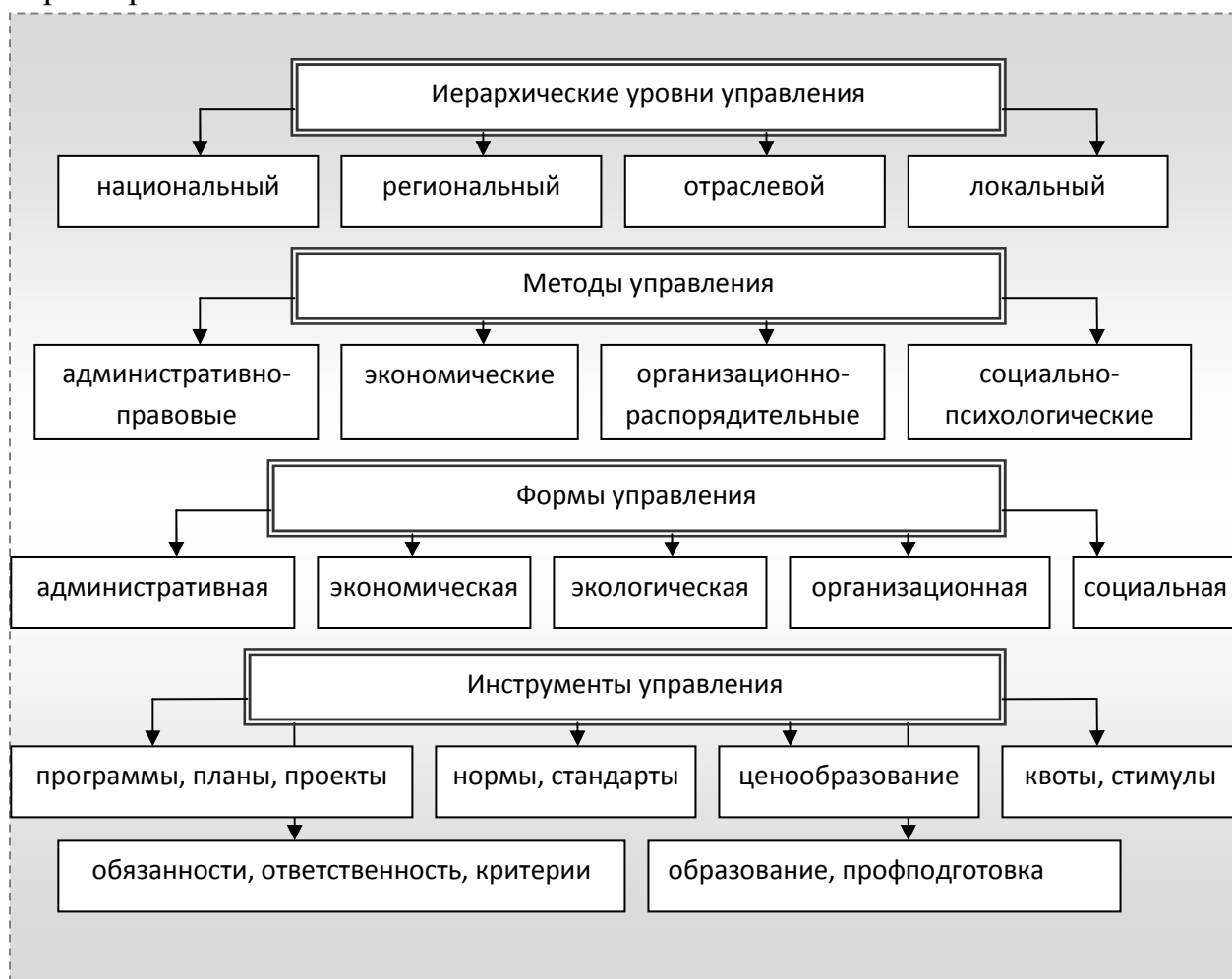


Рисунок 1. Взаимосвязь методов, форм и инструментов управленческого воздействия на процесс формирования стратегического потенциала

Объектная – связана с непосредственным объектом, материально-вещественной и личной формой потенциала как всего комплекса, так и отдельного предприятия, способного потребляться и воссоздаваться в процессе его функционирования [19]. Субъектная составляющая соответствует целевой установке, обозначенной конкретной задачей, и представляет предпосылку, общеэкономический и социальный фактор рационального потребления объектной составляющей. Диалектическое единство обозначенных подсистем достигается путем интегрирования ресурсов и результатов от их использования.

Исходя из вышеизложенного, сущность категории стратегический потенциал применительно к круизному туризму можно представить в виде четырёх ключевых составляющих.

Во-первых, стратегический потенциал базируется на категории «ресурсы» (первая составляющая), которые обладают такими свойствами, как ценность, редкость, неповторимость и незаменимость, что способствует приобретению ключевых компетенций (вторая составляющая) и конкурентных преимуществ высокой, средней и низкой степени устойчивости (третья составляющая) на рынке круизов, и в своей совокупности создают возможность для формирования круизного туристского кластера (четвертая составляющая).

Таблица 1

Составляющие элементы стратегического потенциала
круизного туризма

Виды потенциала	Характеристика потенциала	Составляющие элементы потенциала
1	2	3
Основополагающие составляющие		
Природно-ресурсный	способность климатических, водных, земельных ресурсов обеспечить организацию круизного бизнеса	водные ресурсы, земельные ресурсы, протяженность береговой линии; климат; памятники природы
Кадровый	совокупность качественных характеристик работников, обеспечивающих реализацию производственных, управленческих, сбытовых др. процессов	количество трудовых ресурсов, резерв незанятого населения в трудоспособном возрасте, уровень образования и квалификация работников
Информационный	совокупность средств, методов и условий, позволяющих эффективно использовать информационные ресурсы	информация о потребителях, динамике и тенденциях развития круизного рынка, базы данных, способы, методы и средства обработки информации
Инфраструктурный	совокупные возможности территории с точки зрения развития рыночной инфраструктуры, транспортных коммуникаций и других факторов, обеспечивающие условия для организации круизного бизнеса	портовая инфраструктура, транспортное обеспечение, коммунальные системы, торговля и бытовое обслуживание, телекоммуникационные связи, места размещения и питания туристов
Объектные составляющие		

Производственный	имеющиеся и скрытые возможности предприятий относительно привлечения и использования факторов производства для создания качественного круизного продукта	основные и оборотные фонды, уровень технико-технологической базы производства, производственная мощность
Культурно-исторический	соединение историко-культурных богатств, создающих интерес для туристов и служащих побудительным мотивом для совершения путешествия	храмы, соборы, памятники истории, культуры, архитектуры, исторические места, музеи, национальные праздники, традиции и обычаи

1	2	3
Экологический	возможность сохранения и функционирования природных систем, рационального использования всех компонентов биосферы в интересах человека	уровень загрязнения атмосферного воздуха, водного бассейна и донных отложений от стационарных источников, выбросы вредных веществ
Инновационный	совокупные возможности относительно генерации, восприятия и внедрения новых идей для системного обновления процесса создания круизного продукта	интеллектуальный капитал, научно-технические и технологические разработки в сфере создания круизного продукта
Инвестиционный	совокупность объективных предпосылок обеспечивать инвестиционную деятельность в целях и масштабах, определенных для эффективного развития круизного бизнеса	объем и структура инвестиционных ресурсов, источники финансирования (собственные, заемные и привлеченные средства)
Рыночный	возможности оказывать решающее влияние на условия обращения круизного турпродукта на круизном рынке и (или) затруднять доступ на рынок другим субъектам хозяйствования	емкость рынка, доля рынка, конкуренция на рынке, барьеры для входа на рынок, количество потребителей круизного продукта
Субъектные составляющие		
Маркетинговый	совокупность средств и возможностей в реализации рыночной деятельности, направленной на удовлетворение потребностей потребителей	конкурентные стратегии предприятий, методы стимулирования сбыта, формирование ценовой политики, ассортимент предлагаемых услуг, рекламная деятельность
Управленческий	навыки и способности руководителей по формированию, организации и созданию надлежащих условий для функционирования и развития предприятий	стиль и методы управления, система мотивации сотрудников
Организационный	совокупность функциональных элементов организаций и характер взаимосвязей между ними	организационная структура, формальный и неформальный механизм функционирования организаций

Все вышеназванные составляющие отвечают за соответствие выявленных, оцененных способностей и имеющихся ресурсов возможностям внешней среды, обеспечивают стратегическое развитие круизного туризма. При этом эффективное функционирование круизно-туристского комплекса возможно лишь при условии комплексного взаимодействия его системообразующих предприятий:

- предприятий, предоставляющих услуги по организации круиза и реализации круизного турпродукта (круизные агентства и компании, круизные операторы, туристские фирмы и др. субъекты туристской деятельности);

- предприятий и организаций, входящих в круизную транспортную логистическую систему (морские порты, авиакомпании, автотранспортные предприятия, судоходные компании, судостроительные и судоремонтные заводы и др.);

- предприятий и организаций, являющихся элементами туристской инфраструктуры (гостиницы, предприятия сферы торговли, культурно-развлекательные учреждения, страховые компании, коммерческие банки и др.).

Таким образом, теоретический анализ генезиса концепций к формированию стратегического потенциала как отдельного предприятия, так и целых комплексов, регионов и стран позволил обосновать авторский подход к пониманию сущности дефиниции «стратегический потенциал» применительно к сфере круизного туризма. Отдавая предпочтение ресурсной концепции, в работе стратегический потенциал круизного туризма представлен как совокупность стратегических ресурсов, эффективное использование которых позволяет достигнуть поставленных результатов в долгосрочной перспективе и завоевать устойчивые конкурентные преимущества.

Представлена авторская классификация стратегических ресурсов, как напрямую определяющих спрос на круизный туристский продукт, так и опосредованно – на формирование и поддержание всей круизно-туристской инфраструктуры, объединенных в систему традиционных факторов производства «труд-земля-капитал», которая позволила выявить взаимосвязь между ресурсами, конкурентными преимуществами и потенциалом в системе реализации стратегических целей. Принимая во внимание то, что стратегический потенциал круизного туризма является первопричиной для реализации стратегических приоритетов и получения положительного социально-экономического эффекта, для исследования его значимости проведена декомпозиция совокупности входящих в него компонентов по блокам частных потенциалов, сочетающих функциональный, воспроизводственный и ресурсный критерии с учетом иерархического уровня их формирования (национальный, региональный, отраслевой, локальный).

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Абалкин, Л. И. Новый тип экономического мышления. - М.: Экономика, 1987. - 191 с.
2. Гудзь, М. В. Виды и назначение потенциала территорий / М. В. Гудзь // Проблемы економіки й управління у промислових регіонах: тези доп. міжрегіон. наук.-практ. конф. (м. Запоріжжя, 22-24 трав. 2008 р.). – Запоріжжя, 2008. – С. 260-262.
3. Гудзь, М. В. Використання потенціалу стратегічного менеджменту санаторно-курортного підприємства в умовах регіональної економіки / М. В. Гудзь // Розвиток економічного та соціального середовища в сучасних умовах: монографія. – Бердянськ: БДПУ, 2008. – С.75-86.
4. Гудзь, М. В. Просторовий фактор формування стратегії ефективного використання потенціалу курортно-рекреаційних територій / М. В. Гудзь // Економічний простір: зб. наук. праць. – Дніпропетровськ: ПДАБА, 2009. – №. 24. – С. 183-191.
5. Исакова, В. С. Проблема понятия туристско-рекреационного потенциала в аспекте современного образования / В. С. Исакова // Современные наукоемкие технологии. – 2005. – № 1. – С. 54-55.
6. Кострюкова, О. Н. Стратегический потенциал развития туристско-рекреационной сферы региона: проблемы и направления изучения // Проблемы современной экономики. – 2011. – N 3 (39). – С. 268-272.
7. Лагунова, Е. Стратегический потенциал компании и его оценка / Е. Лагунова // Проблемы управления. – 2007. – № 6. // Режим доступа: <http://cyberleninka.ru/article/n/strategicheskiy-potentsial-kompanii-i-ego-otsenka>
8. Логунова, Н. А. Анализ ресурсного обеспечения кризисной индустрии в странах Европы / Н. А. Логунова // European Applied Sciences (Германия). – 2013. - № 7. – С. 130-134.
9. Логунова, Н.А. Методические подходы к оценке уровня производительности труда работников, занятых в сфере кризисного туризма / Н.А. Логунова, И.П. Трегулова // Экономический журнал. - 2015. - Т. 37. - № 1. - С. 28-43.
10. Лук'янов, В. О. Маркетинг туристичного бізнесу: навч. посібник / В. О. Лук'янов, Г. Б. Мунін. – К.: Кондор-Видавництво, 2012. – 336 с.
11. Михайлова, Ю. В. Экономико-правовое регулирование туристической деятельности в Украине / Розвиток методів управління та господарювання на транспорті: зб. наук. праць. – Одеса, 2005. – Вип. 22. – С. 152-167.

12. Подсолонко, Е. А. Региональная экономика: конкурентоспособность и управление компетенциями / Е. А. Подсолонко. – Симферополь: КРП «Издательство «Крымучпедгиз», 2007. – 642 с.
13. Савтюгин, А. Конкурентные преимущества в стратегии компании / А. Савтюгин // Режим доступа: <http://quality.eup.ru/MATERIALY2/konkur-pr.htm>. (15.04.2016).
14. Селюков, М. В. Исследование подходов к классификации конкурентных преимуществ рыночных субъектов хозяйствования / М. В. Селюков, Н. П. Шалыгина, И. В. Савенкова // Фундаментальные исследования. – 2011. – № 8. – С. 449-454.
15. Тимошевская, А. Ю. Туристские ресурсы и их значение при оценке туристского потенциала региона / А. Ю. Тимошевская // матер. VII Всеросс. науч.-практ. конф. [«Актуальные вопросы экономических наук»]. – Новосибирск: ЦРНС, 2009. – С. 109–113.
16. Финансы: учеб. пособие / [под ред. проф. А. М. Ковалевой]. – М.: Финансы и статистика, 2005. – 384 с.
17. Черный, С.Г. Разработка сегментов кластеров координации отраслевой направленности / С.Г. Черный, Н.А. Логунова // Мир транспорта. – 2014. - № 3. С. 104-115.
18. Черчик, Л. М. Стратегічний потенціал рекреаційної системи регіону: теорія, методологія, оцінка: монографія / Л. М. Черчик, Н. В. Коленда. – Луцьк: ЛНТУ, 2008. – 235 с.
19. Logunova, N. Multifaceted Analysis of the Structure of Economic Potential of Enterprises in The Cruise Industry/ N. Logunova, I. Charova // Актуальні проблеми економіки. – 2014. - № 3 (153). – С. 194-198.

КУРОРТНО-РЕКРЕАЦИОННАЯ ИНФРАКТУРА КАК ЭЛЕМЕНТ УСТОЙЧИВОГО РАЗВИТИЯ РЫНКА САНАТОРНО- КУРОРТНЫХ УСЛУГ

ОБОРИН М.С., к.г.н., доцент

*Пермский институт (филиал) ФГБОУ ВО «Российский экономический
университет имени Г.В. Плеханова»
recreachin@rambler.ru*

Процессы жизнедеятельности человека связаны с удовлетворением многих потребностей, таких как физиологические, социальные, культурные, образовательные, личные. Все это требует создания определенных условий, включающих элементы инфраструктурного комплекса, которые позволяют максимально удовлетворить его потребности. Элементы инфраструктуры начали развиваться с момента появления человека и в настоящее время повсюду окружают нас, играя значительную роль в формировании определенной социально-экономической среды.

Инфраструктура включает в себя здания, сооружения, машины, оборудование, информационно-технические средства необходимые для оказания различных услуг, организации деятельности и производственных процессов. Понятие «инфраструктура» носит сложный, комплексный, а иногда противоречивый характер, многие авторы в его содержание вкладывают различный смысл [6].

Инфраструктура (лат. *infra* - «ниже», «под» и лат. *structura* - «строение», «расположение») [11] - неотъемлемая часть материально-технической базы общественного развития, которая создает благоприятные условия для функционирования предприятий, социальных и финансово-административных структур.

Инфраструктурный комплекс представлен системой связанных между собой объектов, позволяющих удовлетворить потребности человека и общества.

Инфраструктуру можно характеризовать как совокупность материальных объектов, созданных человеком для оказания определенных услуг и организации разных видов деятельности. Необходимые услуги для человека не могут возникать без использования объектов инфраструктуры [11].

Согласно Градостроительному кодексу РФ [3] инженерная, транспортная, социальная инфраструктура представляет комплекс сооружений и коммуникаций транспорта, связи, инженерного оборудования, а также объектов

социального и культурно-бытового обслуживания населения, обеспечивающей устойчивое развитие и функционирование поселений и межпоселенных территорий.

Согласно мнению М.Д. Шарыгина [15] инфраструктура представляет собой сложный комплекс, включающий разнообразные виды деятельности человека (рисунок 1).



Рисунок 1. Инфраструктура территориальных социально-экономических систем (ТСЭС) (по М.Д. Шарыгину)

В инфраструктурном комплексе М.Д. Шарыгин выделяет многие ее виды, среди которых социально-культурная, социально-бытовая, производственная и другие, обеспечивающие функции обслуживания населения. Рыночная инфраструктура направлена на продажу и покупку товаров, институциональная инфраструктура представлена зданиями и сооружениями, несущих образовательные и воспитательные функции. Природно-ресурсная инфраструктура направлена на добычу и использование природных ресурсов, экологическая инфраструктура направлена на поддержание экологического баланса, путем установления очистных сооружений, фильтров и т.п. Рекреационная инфраструктура включает комплекс объектов курортно-рекреационной деятельности, направленной на оздоровление и восстановление утраченных сил и здоровья.

А.Л. Косманев [4] определяет туристскую инфраструктуру как комплекс сооружений, коммуникационных сетей и предприятий, для обслуживания туристов и оказания комплекса необходимых услуг с целью формирования туристско-рекреационной сферы, включающий три группы отраслей: производственную, социальную, рекреационную. Приведенная классификация является логически обоснованной, поскольку при организации любого туристского комплекса задействованными считаются объекты производства (котельные, цехи, прачки и т.д.), социальной сферы (средства размещения, предприятия питания и торговли) и рекреации (средства восстановления утраченных сил, здоровья, улучшения настроения и т.д.) и т.д.

Итогом его работы можно считать схему, в которой комплексно отражены основные группы услуг и объекты туристской инфраструктуры (рисунок 2).



Рисунок 2. Основные группы услуг и объектов туристской инфраструктуры (по Косманеву А.Л.)

В приведенной классификации основных объектов туристской инфраструктуры отражены основные группы услуг, оказываемых при организации туристской деятельности с использованием основных объектов инфраструктурного комплекса.

Таким образом, под *туристской инфраструктурой* мы понимаем сложный материально-экономический объект, включая комплексы составных частей, направленных на организацию лечебной, оздоровительной, рекреационной, познавательной видов деятельности с целью удовлетворения потребности отдыхающих.

На основе приведенного определения можно привести следующую общую классификацию туристской инфраструктуры, отражающую взаимодействие объектов производства и оказываемых услуг (рисунок 3).

Санаторно-курортная деятельность является основной формой рекреации и туризма. Это говорит о том, что подсистема курортно-рекреационной инфраструктуры представляет собой составную часть туристско-рекреационной системы. К ее функциям можно отнести:

- ✓ восстановление утраченных сил;
- ✓ лечение и оздоровление здоровья больных и отдыхающих;
- ✓ выполнение социальных функций (отдых, проведение досуга, развлечение, духовное обогащение);
- ✓ воспитание и образование;
- ✓ познание окружающего мира;
- ✓ материально-экономические функции (направлены на получение прибыли, увеличение выручки и т.п.).

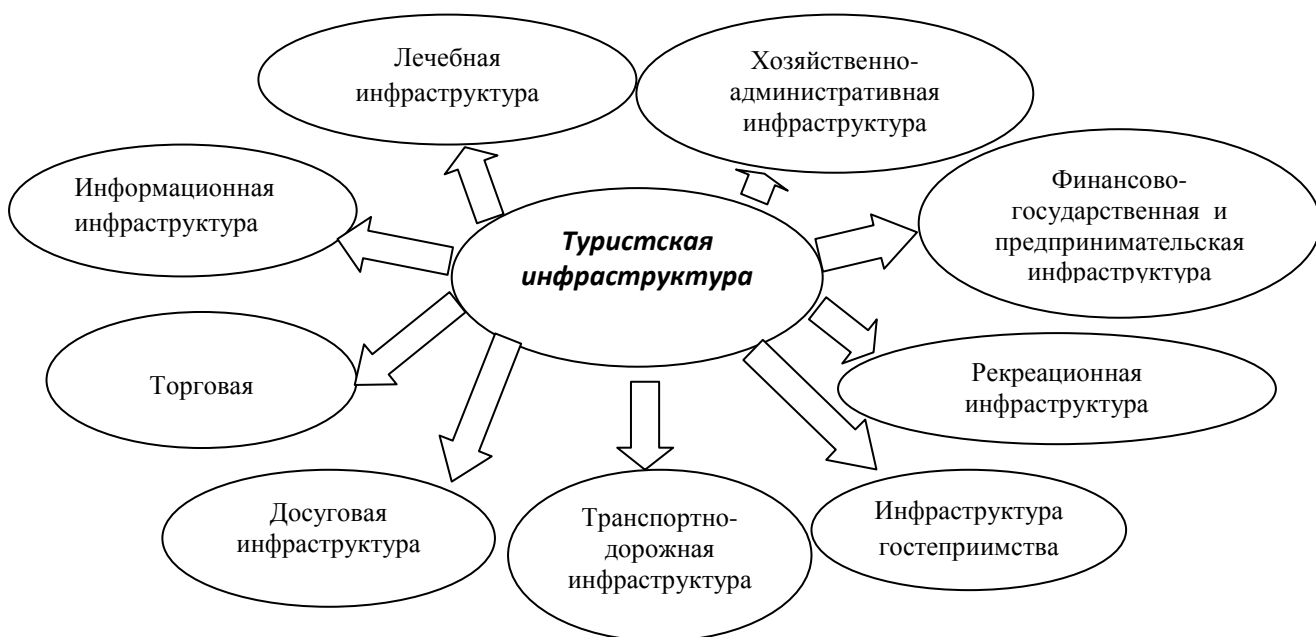


Рисунок 3. Общая классификация туристской инфраструктуры

Курортно-рекреационная инфраструктура представляет собой важный элемент рекреационной среды, направленный на оказание разнообразных санаторно-курортных услуг.

В работах Мингазиновой Е.Р., Оборина М.С. [5], при определении содержания санаторно-курортной услуги, особая роль придается таким составляющим инфраструктуры как предприятия торговли и общественного питания, которые присутствуют в составе санаторно-курортного комплекса с целью обеспечения спроса отдыхающих на рекреационные услуги дополнительного характера, и позволяют расширить количество рабочих мест.

Курортно-рекреационная инфраструктура. Основным звеном в работе санаторно-курортного комплекса являются объекты курортной инфраструктуры. Они играют важную роль в формировании курортно-рекреационного потенциала местности. Значение инфраструктуры общественного питания и торговли в развитии рынка санаторно-курортных услуг оценить очень сложно [7].

Формирование санаторно-курортных услуг основывается на сочетании следующих групп факторов.

1. *Природных ресурсов* - ландшафтно-климатические условия, способствующие лечению и оздоровлению и минеральные воды и грязи, обладающие лечебными свойствами.
2. *Памятники истории и культуры.*
3. *Социально-экономические условия региона* (трудовые, финансовые, управленческие, материально-технические ресурсы и

т.п.).

4. *Объекты инфраструктурного комплекса* (объекты торговли и объекты общественного питания, транспорт, организации лечения и оздоровления, а также размещения отдыхающих).

Большое количество объектов инфраструктуры санаторно-курортного комплекса объясняется их разносторонней специализацией и круглогодичным размещением туристов и отдыхающих. В настоящее время санаторно-курортные организации, помимо качественного лечения и оздоровления, должны обеспечивать высокий уровень сервиса и досуга, что свидетельствует о расширении средств дополнительной рекреационной инфраструктуры. Среди этих объектов в большинстве случаев на курортах располагаются: парикмахерские, пункты проката, бассейны, бани, сауны, тренажерные залы, предприятия потребительского рынка и др. (таблица 1).

Таблица 1

Сведения о составе объектов инфраструктуры на территории Пермского края в специализированных средствах размещения за 2008-2015 годы*

Название объекта	2008		2009		2010		2011		2012		2015	
	Абс	%	Абс	%	Абс.	%	Абс	%	Абс	%	Абс	%
Парикмахерская	8	4,7	7	3,2	9	3,9	10	4,2	9	3,6	10	4,0
Пункты проката	11	6,5	15	7	18	7,8	18	7,7	21	8,6	21	8,4
Баня, сауна	44	26,7	43	20	45	19,7	45	19,4	46	18,8	48	19,5
Бассейн	18	10,7	17	7,9	17	7,4	18	7,7	18	7,3	18	7,4
Теннисный корт	5	2,9	7	3,7	7	3,0	7	3,0	8	3,2	8	3,2
Тренажерный зал	27	16,4	25	11,6	26	11,4	26	11,2	28	11,4	29	11,6
Другие спортивные сооружения	28	16,7	34	15,8	34	14,9	35	15,1	35	14,3	35	14,1
Автостоянки	11	6,5	18	8,4	19	8,3	21	9,0	23	9,4	23	9,2
Предприятия потребительского рынка	15	8,9	48	22,4	53	23,2	53	22,9	53	21,9	56	22,5
Объекты инфраструктуры, всего	167	100	214	100	228	100	233	100	241	100	248	100

*таблица составлена по данным [3]

К основным объектам инфраструктуры, представленным на территории санаторно-курортных комплексов, относятся парикмахерские, пункты проката, бани, сауны, бассейны, тренажерные залы, теннисные корты, автостоянки, а

также предприятия потребительского рынка. Из приведенных данных мы видим, что количество парикмахерских в 2008-2009 годах уменьшается, что связано с финансовым кризисом, затронувшем все сферы жизни человека, а с 2010-2013 происходит их постепенное увеличение. С 2010-2015 года происходит увеличение количества бань, саун, пунктов проката спортивного инвентаря, что связано с расширением санаторно-курортной деятельности. На территории санаторно-курортных организаций региона насчитывается 17 бассейнов, такой показатель сохраняется на протяжении нескольких лет с 2011-2015 год, что связано с тем, что значительного изменения в строительстве инфраструктурного комплекса не происходит. Число теннисных кортов и тренажерных залов постепенно увеличивается с 2011-2015 год, что связано с переходом большого числа санаторно-курортных организаций в частную собственность, происходит увеличение вложений инвесторов в строящиеся объекты, а именно спортивные сооружения. Это может быть связано с вхождением в моду здорового образа жизни. Например, за последние 2-3 года на курортах «Усть-Качка» и «Ключи» были построены крупные спортивно-оздоровительные центры стоимостью более 350 млн. рублей.

Анализируя изменение инфраструктурного комплекса за период с 2002-2015 год мы наблюдаем следующую картину: происходит ежегодное увеличение объектов инфраструктуры с 171 с 2002 году до 248 в 2015 году, что может быть связано с переходом объектов санаторно-курортного комплекса в частные фонд. Для повышения конкурентоспособности, предприятию необходимо постоянное развитие, что в первую очередь отражается на состоянии инфраструктурного комплекса.

Сейчас курорты рассматриваются отдыхающими не только как лечебно-оздоровительные комплексы, но и как центры досуга и отдыха. В этой связи менеджменту санаторно-курортных организаций необходимо придавать большое значение состоянию, разнообразию и качеству курортной рекреационной инфраструктуры как одному из основных конкурентных преимуществ.

Отдельным элементом курортной инфраструктуры являются предприятия общественного питания и торговли, они формируют необходимые условия для удовлетворения дополнительных рекреационных потребностей отдыхающих.

Торговые объекты и предприятия общественного питания формируют важный блок системы курортной инфраструктуры, который оказывает существенное воздействие на формирование взаимосвязей внутри санаторно-курортного комплекса.

Инфраструктура объектов общественного питания включает разные по

набору услуг объекты питания - столовые, бары, кафе, буфеты и рестораны. При развитии санаторно-курортной деятельности и формировании спектра лечебно-оздоровительных услуг, инфраструктура общественного питания играет значительную роль.

Организация курортного питания представляет собой одно из направлений по профилактике многих заболеваний потому, что основным источником укрепления иммунитета человека являются минеральные и органические вещества, витамины, содержащиеся в больших количествах в продуктах питания. Лечебное и лечебно-профилактическое питание играет существенное значение при борьбе со многими заболеваниями и при общем восстановлении организма человека [1].

Предприятия общественного питания и торговли в санаториях и курортах оказывают синергическую роль в устойчивом развитии санаторно-курортного комплекса региона.

Особенности функционирования курортной инфраструктуры влияет на качество оказываемых услуг. Система лечебного, профилактического, диетического питания является основой для укрепления здоровья отдыхающих, что обуславливает необходимость постоянного функционирования объектов общественного питания. К функциям организаций общественного питания в здравницах относятся следующие:

- *биологические* – сбалансированное и рациональное питание направлено на удовлетворение физиологических потребностей отдыхающих и гостей курорта и обслуживающего персонала;
- *социально-экономические* – благодаря их реализации увеличиваются объемы оказываемых услуг, создаются новые рабочие места, обеспечивается занятость населения, пополняются местные и региональные бюджеты, создается система продвижения курортов и т.п.;
- *производственные* – получаемая продукция растительного (фрукты, зелень, овощи) и животного происхождения (сметана, молоко, мясо) на территории санаторно-курортных организаций характеризуется как экологически чистая, поскольку сами здравницы размещаются в природных территориях, расположенных вдали от промышленного производства.

Питание на курорте или в санатории может быть организовано по типу шведского стола и заказного меню. В последнее время форма обслуживания по типу шведского стола становится все более популярной системой санаторно-курортного питания, которая организуется в столовых или ресторанах. Система заказного меню представлена в ресторанах и барах, в основном, для гостей, туристов и отдыхающих, которые сами определяют свой рацион на завтрак,

обед и ужин из предложенного меню. По ассортименту и лечебной роли питание в санаторно-курортных организациях бывает лечебным или лечебно-профилактическим. Диетический стол (лечебное питание) представляет собой совокупность блюд, приготовленных на основе принципов здорового и рационального питания. Как часто бывает, диетические столы организуются в зависимости от заболеваний отдыхающих, что связано с некоторым ограничением потребления продуктов питания. В связи с профилактикой заболеваний сердечно-сосудистой, пищеварительной, эндокринной, дыхательной, мочеполовой систем врачи на курортах рекомендуют определенное лечебное питание (диеты), которые будут способствовать оздоровлению организма.

Лечебное питание представляет сложный процесс по подбору качественных продуктов питания, механической и термической обработке в соответствии с профилем лечения. Организация диетического питания проводится в столовых, где питаются отдыхающие курорта. Лечебно-профилактическое питание занимает определяющее место при организации питания, поскольку основано на подборе пищевых компонентов, благоприятно влияющих на повышение общего тонуса организма [6].

В крупных санаториях и курортах существует система диетических столов для людей, которые проходят реабилитацию по многим направлениям, включая такие кардиологические и неврологические заболевания.

В большинстве случаев предприятия общественного питания располагаются в спальных корпусах или отдельных зданиях санаторно-курортного комплекса. Данные предприятия питания в здравницах выполняют организационные функции по планированию лечебно-оздоровительного и диетического питания отдыхающих. При стабильном развитии инфраструктура общественного питания будет способствовать повышению эффективности функционирования всего санаторно-курортного комплекса страны. На рисунке 4 представлена классификация объектов общественного питания СКК по различным признакам.

Большую роль в развитии курортной инфраструктуры, наравне с предприятиями общественного питания, играют торговые объекты.

Торговая инфраструктура создает возможность для продажи различных товаров в санаторно-курортных организациях в предприятиях торговли, где отдыхающие могут приобрести все необходимые для себя товары.

Торговые объекты представляют торгово-потребительскую инфраструктуру, которая направлена на удовлетворение физиологических, социальных и повседневных потребностей гостей, отдыхающих и персонала санаторно-курортных организаций.



Рисунок 4. Классификация объектов общественного питания СКК

Объекты розничной торговли играют значительную роль в стабильном развитии всего санаторно-курортного комплекса и выполняют такие функции как:

- *социальная* – покупка предметов первой необходимости происходит удовлетворение потребности населения, а также повышение спектра рекреационных услуг;
- *экономическая* – формирование новых рабочих мест, рост товарооборота, поскольку правильно организованная маркетинговая политика увеличивает объемы продаж, что приведет к росту прибыли санаторно-курортных организаций и формированию бюджетов разного уровня;
- *рекреационная* – приобретение и использование необходимых товаров для собственных нужд в процессе лечения и отдыха.

На территории санаторно-курортных организаций представлены разные виды предприятий торговли, которые являются важнейшей составляющей курортно-рекреационной инфраструктуры санаторно-курортной организации. Торговые объекты могут быть стационарными и нестационарными, которые отличаются своей мобильностью. В основном в торговом обслуживании преобладает индивидуальная работа с клиентами через прилавков [8].

Основными показателями хозяйственно-финансовой деятельности являются доходы предприятий торговли и общественного питания санаторно-курортной организации. За последнее время объекты торговли и общественного питания представляют динамично развивающуюся часть санаторно-курортных организаций, которая характеризуется конкретными финансовыми результатами (таблица 2).

Таблица 2

Доходы предприятий общественного питания и торговли,
расположенных на территории санаторно-курортного комплекса
Пермского края за 2008-2014 годы* (млн. рублей)

2008		2009		2010		2011		2013		2014	
Абс.	Откл.	Абс.	Откл.	Абс.	Откл.	Абс.	Откл.	Абс.	Откл.	Абс.	Откл.
Объекты общественного питания											
90,5	14,7	71,9	-18,6	62,3	-9,6	107,2	44,9	123,4	16,1	146,5	23,1
Объекты розничной торговли											
71,7	12,5	59,0	-12,7	54,5	-4,4	67,5	13,0	86,5	18,9	92,4	5,9

*составлена по данным Пермстата [3]

Наибольшее увеличение доходов наблюдается в предприятиях общественного питания, что связано с регулярностью их посещения и ростом цен на продукты питания. Небольшое уменьшение наблюдалось в 2009 и 2010 годах, что связано с сокращением количества проданных санаторно-курортных путевок. В существующих макроэкономических условиях при возрастании доли внутреннего туризма можно будет прогнозировать увеличение продажи санаторно-курортных путевок и, как следствие, увеличение финансовых результатов предприятий общественного питания и торговли.

Для эффективного управления курортной инфраструктурой нужно разработать механизм устойчивого развития рынка санаторно-курортных услуг.

В своих работах автор [9,10] рассмотрел особенности формирования стратегического механизма долгосрочного устойчивого развития территориального рынка санаторно-курортных услуг, а также совершенствование системы управления и оценки экономической эффективности санаторно-курортной деятельности региона.

Как показывает анализ данных государственной статистики, в последние годы наблюдается отрицательная повсеместная (характерная для всех регионов и округов) динамика отдельных ключевых показателей состояния российской санаторно-курортной индустрии (таблица 3).

Таблица 3

Динамика некоторых показателей состояния санаторно-курортной индустрии в
России в 2005 и 2014 гг. [12,13,14]

Округ (территория)	Число СКО*, ед.		Число мест в СКО, тыс. ед.		Число ночевок в СКО, млн ед.		Темпы прироста (+) / убыли (-), %		
	2005 г.	2014 г.	2005 г.	2014 г.	2005 г.	2014 г.	Число СКО	Число мест в СКО	Число ночевок в СКО
Всего по РФ**	2 173	1905	431,7	443,4	95,4	81,6	- 12,3%	2,7%	-14,5%

Центральный федеральный округ	420	341	79,0	73,95	17,4	14,0	-18,8%	-6,4%	-19,7%
Северо-западный федеральный округ	171	143	27,8	27,53	6,7	5,6	-16,4%	-1,0%	-16,9%
Южный федеральный округ	462	249	146,3	101,23	29,8	16,2	-46,1%	-30,8%	-45,6%
Северо-Кавказский федеральный округ***	161	170	40,2	41,17	9,2	9,3	5,6%	2,5%	1,5%
Приволжский федеральный округ	492	417	78,5	76,04	18,6	16,0	-15,2%	-3,1%	-14,1%
Уральский федеральный округ	213	165	35,7	27,94	7,7	5,7	-22,5%	-21,8%	-25,9%
Сибирский федеральный округ	308	247	48,7	46,34	11,4	9,0	-19,8%	-4,9%	-21,3%
Дальневосточный федеральный округ	107	75	15,6	12,67	3,7	2,4	-29,9%	-18,6%	-34,7%
Крымский федеральный округ	н.д.	98	н.д.	36,53	н.д.	3,36	-	-	-

* СКО – санаторно-курортные организации

**Итоговые данные по РФ за 2005 г. представлены без значений по Крымскому федеральному округу

*** - для Северо-Кавказского федерального округа значения взяты с 2010 г. – момента его образования.

Анализ данных, представленных в таблице 3, позволяет сделать вывод об отрицательной динамике по ключевым показателям санаторно-курортной деятельности в России в последние годы:

- произошло снижение санаторно-курортных организаций на 12,3 % и сопоставление показало, что падение итоговых данных без числа СКО по Крымскому федеральному округу составило 16,8 %;

- наблюдается практически повсеместное снижение отдельных показателей инфраструктурной обеспеченности СКО в виде числа мест в них: снижение по федеральным округам составляет от 1 % до 30,8 %. Только включение значений рассматриваемого показателя по Крымскому федеральному округу в итоговые данные позволило обеспечить «искусственный» рост в России на 2,7 %. Без данных по Крымскому федеральному округу падение числа мест в СКО по Российской Федерации составило 5,8 % в 2014 г. по отношению к 2005 г.;

- наблюдается повсеместное снижение интереса потребителей к санаторно-курортному отдыху: снижение числа ночёвок по округам Российской Федерации варьируется от 16,9 % до 45,6 %. В целом динамика по стране составляет по данному показателю -14,5 %, а без учёта данных по Крымскому федеральному округу -18 %.

В таких условиях возникает необходимость сохранения и обеспечения устойчивого развития уникального и крайне важного элемента национальной системы здравоохранения – санаторно-курортной деятельности. Для ее

организации необходимо наладить управленческий сектор, а именно развитие управления санаториями и курортами как единой системой, что может повысить в разы интенсивность ее деятельности.

Понятие «устойчивое развитие» применительно к стратегическому управлению территориальных социально-экономических систем используется в теории управления с относительно недавнего времени. Если изначально оно применялось к вопросам эффективного управления и рационального использования системой элементов окружающей среды (к примеру, в представленной в 1992 г. Концепции устойчивого развития, представленной на Конференции ООН по окружающей среде и развитию), то в дальнейшем, область его применения существенно расширилась до обеспечения эффективного долгосрочного развития разнообразных по содержанию экономических систем.

Существует множество подходов к трактовке понятия «устойчивое развитие» и, в зависимости от области применения, можно выделить математический, общефилософский, экологический, экономический и другие подходы к раскрытию содержания данного термина [1]. В данном исследовании под устойчивым развитием применительно к рынку санаторно-курортных услуг будет пониматься состояние его функционирования, характеризующееся поступательным развитием, сбалансированностью и равновесностью развития всех его компонентов.

На основании использования методов количественного и качественного анализа, автором построен SWOT-анализ состояния рынка санаторно-курортных услуг Пермского края, в рамках которого структурированы сильные и слабые характеристики этого рынка, угрозы и возможности его развития, а также политические, экономические, социальные и технологические факторы, оказывающие влияние на его текущее состояние и способные повлиять на его развитие в будущем. Эмпирической базой для проведения статистического анализа и дальнейшего структурирования основных факторов и условий развития рынка санаторно-курортных услуг Пермского края в виде SWOT-анализа стали:

- данные Федеральной службы государственной статистики по РФ,
- данные отделения Федеральной службы государственной статистики в Пермском крае;
- информация федеральных и региональных ведомственных структур (Ростуризм, Министерство физической культуры, спорта и туризма Пермского края);
- результаты обработки информации коммерческих организаций.

В ходе исследования был проведен SWOT-анализ состояния рынка санаторно-курортных услуг Пермского края, он проводился в разрезе следующих ключевых аспектов функционирования рынка СКУ и территориального санаторно-курортного комплекса:

- организационно-управленческих;
- инфраструктурных;
- экономических;
- институционально-правовых.

Это позволило выявить совокупность проблем, которые тормозят развитие курортно-рекреационной инфраструктуры и рынка санаторно-курортных услуг региона:

- незначительный рост инвестиций на строительство новых объектов курортной инфраструктуры;
- недостаточная степень модернизации материально-технической части курортной инфраструктуры санаторно-курортных организаций;
- несущественное расширение основных элементов курортно-рекреационной инфраструктуры, обеспечивающих развитие внедрение новых санаторно-курортных услуг.

Решение выделенных проблем с учётом основных факторов и условий функционирования рынка СКУ Пермского края, требует составления комплексного программного документа – Концепции долгосрочного развития санаторно-курортного комплекса Пермского края, который бы учитывал необходимость совершенствования всех ключевых аспектов развития территориального рынка СКУ – организационно-управленческих, инфраструктурных, экономических и правовых.

Развитие курортной инфраструктуры при строительстве новых и эффективной работе существующих санаторно-курортных организаций является важным направлением функционирования курортно-рекреационных комплексов. Высокие требования к качеству санаторно-курортных и рекреационных услуг со стороны потенциальных клиентов требует постоянного совершенствования курортного инфраструктурного комплекса, который в последнее время является серьезным конкурентным преимуществом на рынке санаторно-курортных услуг. К сожалению, активную модернизацию и качественно современную трансформацию объектов курортной инфраструктуры в условиях незначительной государственной поддержки могут себе позволить лишь крупные курортные организации, обладающие устойчивым спросом на санаторно-курортные услуги. Все остальные СКО могут развивать свой инфраструктурный комплекс только за счет участия в

федеральных и региональных программах поддержки курортно-рекреационной деятельности.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Ганопольский М.Г. Устойчивое развитие региона: вопросы методологии // Налоги. Инвестиции. Капитал. 2000. №1.
2. Градостроительный кодекс Российской Федерации от 29.12.2004 г. N-190-ФЗ (ред. от 01.01.2014). [Электронный ресурс]- Режим доступа: <http://www.consultant.ru/popular/gskrf/>).
3. Коллективные средства размещения Пермского края / Статистический сборник (Пермьстат). Пермь, 2008-2015 гг.- 41 с.
4. Косманев А.Л. Региональная туристская инфраструктура: подходы, методы и опыт исследования // Псковский регионологический журнал, №10. 2010.- С.46-57
5. Мингазинова Е.Р., Оборин М.С. Развитие санаторно-курортных услуг как составляющей социально-экономического потенциала Пермского края. //Современная экономика: проблемы и решения», №2 (38), 2013. - С.59-68.
6. Оборин М.С. Структура и экономические особенности развития инфраструктуры торговли и общественного питания санаторно-курортного комплекса // Вестник ЮУрГУ. Серия «Экономика и менеджмент», том 8, № 4, 2014.-С. 121-127.
7. Оборин М.С. Место и роль объектов торговли и общественного питания в развитии курортно-рекреационной и туристской инфраструктуры / Потребительский рынок в системе социально-экономических отношений. Том 6. Монография / под ред. Е.В. Гордеевой. Пермь: ОТ и ДО, 2013.-С.50-78.
8. Оборин М.С., Мингазинова Е.Р., Фролова Н.В., Плотников А.В., Владимирский Е.В., Каячев А.П. Курортно-рекреационный система региона: социально-экономические аспекты функционирования. Монография. – Пермь: Изд-во «ОТ и ДО», 2014. – 214 с.
9. Оборин М.С. Формирование стратегического механизма долгосрочного устойчивого развития территориального рынка санаторно-курортных услуг / М.С. Оборин // Экономика и предпринимательство, № 12 (ч.1), 2015.-С. 346-353.
10. Оборин М.С. Совершенствование системы управления и оценки экономической эффективности санаторно-курортной деятельности

региона на примере Пермского края / М.С. Оборин // Экономика и предпринимательство, № 12 (ч.2), 2015.-С. 250-256.

11. Понятие инфраструктура. Современный толковый словарь. [Электронный ресурс]- Режим доступа: <http://www.rus.freecopy.ru/print.php?id=186974>
12. Число мест в санаторно-курортных организациях // Единая межведомственная информационно-статистическая система // Режим доступа - <http://fedstat.ru/indicator/data.do?id=42104> (29.03.2016)
13. Число ночевок в санаторно-курортных организациях // Единая межведомственная информационно-статистическая система // Режим доступа - <http://fedstat.ru/indicator/data.do?id=42103> (29.03.2016)
14. Число санаторно-курортных организаций // Единая межведомственная информационно-статистическая система // Режим доступа - <http://fedstat.ru/indicator/data.do?id=42106> (29.03.2016)
15. Шарыгин М.Д. Эволюция учения о территориальных общественных системах // Географический вестник, №1. Пермь, 2006.– С. 4-13.

ВЛИЯНИЕ КЛАСТЕРНОЙ ОРГАНИЗАЦИИ РАЗВИТИЯ КРЫМСКОГО РЕКРЕАЦИОННОГО МАКРОРЕГИОНА НА ПОВЫШЕНИЕ КАЧЕСТВА ЖИЗНИ И УРОВЕНЬ БЛАГОСОСТОЯНИЯ НАСЕЛЕНИЯ

*ПОДСОЛОНКО В.А., доктор экономических наук, профессор
ПОДСОЛОНКО Е.А., доктор экономических наук, профессор*

*ФГАОУ ВО «Крымский федеральный университет имени В.И. Вернадского»
г. Симферополь, Российская Федерация
epodsolonko@gmail.com*

В Постановлении Правительства РФ «Об утверждении федеральной целевой Программы «Социально-экономическое развитие Республики Крым и г. Севастополя до 2020 года»¹ выделена проблемная ситуация, которая характеризуется отставанием в 2013 г. Республики Крым от среднего показателя по Российской Федерации: ВВП по ППС на душу населения почти в 4 раза, размера среднемесячной номинальной начисленной заработной платы в 2,6 раза и превышением уровня общей безработицы на 5,45%.

В Постановлении указаны основные причины возникновения проблемной ситуации: неравномерность размещения экономического потенциала по территориям; низкий уровень конкурентоспособности технологий по видам деятельности; малоэффективная структура экономики по ее отраслям; отсутствие целеопределенного взаимодействия видов экономической деятельности в рекреационном макрорегионе; отсутствие социально-экономического механизма достижения высших результатов социально-экономического развития региона, позволяющих обеспечить постоянное повышение уровня и качества жизни населения.

Понимание необходимости развития туристических кластеров в системе стратегического планирования Иордании занимает важное место, как средство роста экономики страны и благополучия ее граждан [26]. Результативность и конкурентоспособность туристических кластеров стран мира, как важнейшей составляющей развития экономики в современном глобальном пространстве разнонаправленного взаимодействия участников экономического развития, представлена в профиле туристических кластеров Economic Competitiveness Group (ECG) [20]. Современные пути решения результативного развития территориальных кластеров представлены в обзоре, представляющем кластер, как результативную совокупную структуру, обогащающую совместное

¹ Постановление Правительства Российской Федерации от 11 августа 2014 г. № 790, Москва «Об утверждении Федеральной целевой программы «Социально-экономическое развитие Республики Крым и города Севастополя до 2020 года»

развитие региона, туристических предприятий и объектов отдыха [27]. Вопросы государственного регулирования и управления процессами регионального развития туризма рассмотрены в работах отечественных и зарубежных ученых [19, с. 13 – 15; 12, с. 12 – 15; 15, с. 34 – 39, 13, с. 241 – 245, 14, с. 128 – 130].

Особенности использования кластерного подхода и его интеграции в процессы регионального развития на примере туристической деятельности предложили отечественные ученые Коробейников И.Н. и Полякова И.Л. [1, с. 355 – 359]. Зарубежный опыт развития кластеров на основе применения актуальных подходов управления ими представили ведущие ученые Пяткин С.Ф. и Быкова Т.П. [17, с. 11 – 229]. В основе исследований зарубежного опыта развития кластерной системы организации деятельности лежат труды английских теоретиков Novelli M., Shmitz B., Spencer T., показавших механизмы результативного развития сетей и кластеров, базирующихся на инновационном развитии туризма [24, с. 1141 – 1152], Perkins K., представившего специфику кластерного маркетинга [25], McLaughlin A., продемонстрировавшего принципы развития туристических кластеров мирового уровня [23], а также Lade C., выявившего факторы успеха и причины неудач туристических кластеров на примерах австралийского опыта [22, с. 321 – 342].

Инновационные императивы развития рекреационных кластеров в предпринимательстве на основе интеграции механизмов опережающего маркетинга и создания стоимости совместно с потребителем, предложены совместно украинскими и французскими учеными-исследователями [11, с. 11 – 330]. Концептуальные основы развития кластеров и проблемы для направлений взаимодействия их элементов рассмотрены в трудах французского профессора Натали Фабри [21].

При достаточно широкой изученности вопросов кластерного развития необходимо исследовать и найти пути обеспечения управляемого воздействия персонала органов местного самоуправления территории специфического рекреационного макрорегиона – республика Крым, на повышение уровня занятости, качества жизни и благосостояния его населения.

Структура экономического потенциала региона. Известно, что экономический потенциал любой страны и ее регионов представляет собой совокупность исходных ресурсов, относимых теоретиками экономики к первичным факторам производства и именуемых со времен Карла Маркса как труд, земля, капитал. Под трудом понимают население и его деятельность по удовлетворению своих потребностей. Земля рассматривается как территория, которой располагает любое государство и его регионы, с учетом всех природных возможностей – полезные ископаемые, климат, почвы, ландшафты

и пр. Капитал в современных условиях – это совокупность накопленных в стране техники, технологий, научных достижений, зданий и сооружений в стоимостной форме.

В Республике Крым существует 11 городов и 14 административных сельских районов. Все они неравномерно наделены экономическими ресурсами. Так, среди городов наибольшее число населения сосредоточено в столице Республике, в Симферополе – 18,3 %, а наименьшее – по 1,3 % в Армянске и Саках [2, с. 305]. Аналогично, среди районов наибольшую численность имеет Симферопольский район – 7,8 %, а наименьшую – Красноперекоский – 1,5 %. Такое превышение численности – почти 15-кратное в городах и 5-кратное в районах Республики Крым, сложилось исторически и для его выравнивания потребуется время. Кстати, сравнение численности населения в Крыму с другими 21 республиками Российской Федерации показывает, что превышение между республиками Башкортостан и Алтай составляет 19,2, а Крым входит по численности в первую пятерку республик Российской Федерации и десятикратно превышает Алтай [18, с. 70].

Рассматривая наличие любого вида экономических ресурсов в регионах, в частности, населения, важно выявить его связь с конечным результатом социально-экономического развития анализируемого региона [16, с. 110 – 114]. Считая таким результатом для каждого города или района объем Валовой добавленной стоимости (ВДС) сравним величины удельных весов населения в регионе по каждой территории и создаваемой им НДС. Так по городу Симферополю это 18,3 % и 44 %, т.е. 18,3 % населения создают 44 % НДС, или на 1 % населения приходится 2,4 % выработанной им величины НДС, либо на 1 % выработки НДС расходуется 0,42 % ресурса населения, в сравнении с 1,5 % в г. Красноперекоске, 1,44 % в Саках и 1,3 % в Армянске, т.е. примерно в 3 раза больше, чем в Симферополе. Эти сравнения показывают более высокую отдачу каждого 1 % численности населения при выработке НДС в Симферополе в сравнении с другими городами Республики Крым, так как здесь, прежде всего, сосредоточено более высокооплачиваемое население, занятое в следующих видах деятельности: государственное управление, финансовая и банковская деятельность и другие виды деятельности с наиболее высокими заработными платами. В районах Республики Крым отмеченная разница составляет 1,3 – 2,5 раза с лучшим результатом 0,98 % расхода ресурса населения на 1 % выработки НДС в Красногвардейском районе и худшими – 1,95 % в Симферопольском и 2,45 % в Кировском районах. Отмеченные достаточно большие отклонения лучших и худших результатов отдачи населения как экономического ресурса в районах имеют свою специфику и требуют дополнительного анализа.

Второй вид экономического ресурса – площадь занимаемой территории, имеет большее значение для районов в сравнении с городами. К примеру, самый большой по численности населения город Симферополь занимает всего лишь 0,41 % территории Крыма, тогда как Алушта, имеющая в 6 раз меньше численность населения, обладает территорией в 2,3 %, также большей почти в 6 раз, но полностью находящейся в рекреационной зоне на побережье Черного моря, и имеющей всего 2 % выработки ВДС в сравнении с 44 % Симферополя. Все курортные города в сумме имеют 7,5 % территории Республики Крым, которая позволила им создать 24,5 % всей ВДС. Следовательно, в рекреационном регионе территория курортных городов на 1 % своей площади позволяет создать только 3,26 % ВДС. В сравнении с этими усредненными данными Большая Ялта имеет 6,37 % ВДС, большая Алушта – 0,87 %, большая Феодосия – 3,21 %, большой Судак – 0,63 %, Саки – 8,18 %, Евпатория 17,6 % и Керчь – 12,14 %. Эти данные с разбросом отдачи рекреационных территорий в 10 – 20 раз показывают резервы территорий курортных городов Крыма.

Рельеф, климат, почвы территорий районов Крыма существенно отличаются на севере и юге, западе и востоке, так же, как и занимаемая ими площадь. Так, самую маленькую площадь в 4,1 % занимает Советский район, выходящий северной частью на Залив Сиваш и вырабатывающий всего 1 % ВДС, а самую большую площадь – Ленинский район – 11,2 % и 1,7 % ВДС, одновременно выходящий на Азовское и Черное моря и занимающий весь Керченский полуостров, за исключением территории города Керчь. И если размер территории, занимаемой всеми районами Крыма, составляет 91,2 %, то величина создаваемой ими ВДС только 28,2 %. Следовательно, все районы Республики Крым на 1 % своей территории создают только 0,31 % ВДС, что в 10 раз меньше, чем отдача курортных городов.

Безусловно, отдача территорий районов Крыма тоже существенно отличается. Так, в Красногвардейском районе, где полностью отсутствуют рекреационные ресурсы, этот показатель равен 0,69 %, а в Черноморском – 0,17 % при длине береговой линии Черного моря более 100 км. Для сравнения отметим, что в Большой Ялте береговая линия занимает лишь чуть более 50 км, в Большой Алуште – более 40 км. Именно среди районов Крыма можно отметить Ленинский район, имеющий длину береговой линии по Черному морю более 80 км и по Азовскому морю – более 100 км, плюс 40 км Арабатской Стрелки. Отдача же Ленинского района при этом составляет 0,15 % ВДС с 1 % территории в сравнении с 3,26 % в курортных городах, имеющих значительно меньшие размеры береговой линии.

Отмеченные резервы роста показателей социально-экономического развития районов Крыма за счет лучшего использования их территорий

требуют дополнительного анализа и разработки специальных программно-целевых рекомендаций.

Третий вид экономических ресурсов – основные фонды, размещены по городам и районам Крыма также весьма неравномерно. Наибольшая их доля сосредоточена в Симферополе – 39,9 %, где на каждый их 1 % создается 1,1 % ВДС. Однако наибольшая их отдача среди городов оказалась в Судаче – 1,44 % при их доле в 0,9 %, а наименьшая – 0,25 % в Красноперекопске при их доле 4 %.

В районах Крыма уровень отдачи основных фондов в отдельных случаях значительно выше, чем в городах. К примеру, в Джанкойском районе отдача составила 3,25 %, а в Нижнегорском и Красноперекопском – по 3 %, а ниже 1 только в Бахчисарайском районе – 0,97 %.

Суммарная отдача всех трех видов экономических ресурсов в городах значительно выше, чем в районах. Безусловно, Симферополь лидирует с 2,27 % за счет более высокой отдачи в ВДС его населения. На втором месте фигурирует Феодосия с 1,1 %, а на 3 и 4 местах с 1 % Ялта и Саки. В остальных городах отдача менее 1 % [10, с. 304]. В районах Крыма отдача всех трех экономических ресурсов выше 1 % ВДС зафиксирована только в одном Красногвардейском районе – 1,07 % при самом низком ее значении в Ленинском районе – 0,33 % [10, с. 305].

Очевидно, попытка добиться равномерного распределения экономических ресурсов по территориям районов и городов региона не может решить проблему низкого уровня их социально-экономического развития. К примеру, Ленинский район имеет 5,2 % суммарно трех рассмотренных экономических ресурсов, а Красногвардейский – только 4,4 %, однако объем ВДС в нем составил 4,7 % против 1,7 % в Ленинском районе. Следовательно, перед районами и городами региона должна стоять задача не в перераспределении между ними экономических ресурсов, а в более эффективном их использовании, в достижении лучших результатов, достигнутых в социально-экономическом развитии других регионов и стран. При этом в основе оценки степени равномерности распределения экономических ресурсов в городах и регионах могут выступать удельные показатели оснащенности их населения территорией и основными фондами – геовооруженность и фондовооруженность населения, уровень последнего из которых реально регулировать, в случае его недостаточности.

К примеру, по показателю фондовооруженности среди городов на первом месте оказалась Керчь, опережающая даже столицу Республики – Симферополь на 15 %, а город Судак, находящийся на последнем месте, в 6 раз. Кстати, размер фондовооруженности последнего среди городов – Судача оказался на

уровне первого по фондовооруженности района в Крыму – Бахчисарайского, более чем втрое опережающего Белогорский, Советский, Нижнегорский и Джанкойский районы [2, с. 90, 91].

Визуализация показателей гео и фондовооруженности и уровня занятости населения в сравнении с величинами доли ВДС, вырабатываемой в Республике Крым на каждой из анализируемых территорий, показала фактическую отдачу каждого из трех видов экономических ресурсов. Наиболее высокий размер ВДС в Красногвардейском районе 4,7 % явно обеспечен наивысшим среди районов уровнем занятости населения – 25 % работающего населения, а также наибольшей фондовооруженностью (кроме Бахчисарайского района) и третьей с конца геовооруженности. Кстати, при наименьшей геовооруженности среди всех районов, Симферопольский район имеет второй результат по ВДС – 4 % при третьей позиции по фондовооруженности и всего 16 % работающего населения. Вместе с тем ярко выраженные низкие показатели ВДС по 1 % в Черноморском, Первомайском и 0,9% в Краснопереконском при хороших показателях гео и фондовооруженности и занятости населения не дают ответа о причинах отсутствия между ними явно выраженной фактической взаимосвязи. Это свидетельствует о необходимости целевого поиска мер и направлений повышения результативности социально-экономического развития каждого района и города в Крыму. Этот вывод справедлив и для других республик Российской Федерации.

Уровень конкурентоспособности технологий. Как известно, уровень технологий во многом определяется уровнем совершенства применяемой в них техники. Характеристика степени износа основных средств в целом по региону и по видам экономической деятельности позволяет оценить уровень совершенства используемых технических средств. К примеру, в Крыму в годы наибольшего подъема экономики после ее затяжного кризиса 1991 – 1999 гг. степень износа основных средств возросла с 41,8 % в 2000 г. до 64,8 % в 2009 г. Особенно тревожная ситуация сложилась в транспорте и связи, где степень износа составила 85,3 % в 2009 г. Как ни странно, но на втором месте с 65,7 % износа оказалось образование. Промышленность, формирующая в основном ВДС, имела в 2009 г. 59,2 % степень износа основных средств [2, с. 306].

Сравнение в целом по России и по видам экономической деятельности степени износа основных фондов свидетельствует о значительно лучшем их состоянии в сравнении с Республикой Крым. К примеру, за период с 2005 по 2010 гг. степень износа всех основных фондов России возросла с 45,2 % до 47,1 %, а с 2010 до 2014 г. – еще до 49,4 %. Износ по транспорту и связи за эти же периоды изменился с 52,3 % до 56,4 % и до 58 %, по образованию – с 43,8 % до

53,2 % и 52,4 %, по обрабатывающей промышленности – с 47,1 % до 46,1 % и 46,9 % [18, с. 304].

По другим видам экономической деятельности в Крыму износ основных фондов также велик, что требует, как минимум, принятия целевых мер по его уменьшению до уровня лучших регионов страны.

Эффективность структуры экономики и ее видов деятельности. Эффективность экономики измеряется величиной производимой ВДС на 1 жителя в год. В Крыму эта величина наибольшая в его столице Симферополе, примем ее за 100 %. На втором месте Красногвардейский район – 42,2 %. Ялта занимает лишь третье место – 37,7 %. Джанкой имеет худший показатель среди городов – 27,3, а Кировский район имеет наихудший показатель по районам – 16,8 % [10, с. 342, 343].

Очевидно, структуру экономики в г. Симферополе нельзя продублировать для других городов и тем более – для районов. Известно, что в столице сосредоточены промышленность – 54,4 % от всего Крыма, строительство – 71 %, торговля – 62,8 %, транспорт и связь – 46,9 %, финансы – 38,8 %, недвижимость – 39,9 %, государственное управление – 34,4 %, образование – 35 %, здравоохранение – 45,8 % и услуги – 18,3 %. Основу формирования ВДС составляет заработная плата организаций всех видов экономической деятельности, различающаяся в России в 1,5 – 3,5 раза [18, с. 146]. К примеру, если в 2014 г. зарплата в сельском хозяйстве составляет 17724 руб., в рыболовстве и рыбоводстве 37062 руб., в добыче полезных ископаемых 44441 руб., тогда как в добыче топливно-энергетических ископаемых 66780 руб., а в производстве из них кокса и нефтепродуктов 75517 руб. С последними двумя видами деятельности может сравниться только финансовая деятельность с заработной платой 68565 руб.

Даже при наименьшей заработной плате в текстильном и швейном производстве 14453 руб., а также 16119 в производстве кожи и изделий из нее, практически в каждом населенном пункте может быть организована такая деятельность, результаты которой могут привлечь как местных, так и внешних потребителей.

Главное значение вышеприведенных данных состоит в возможности формирования для любого населенного пункта и территории модели возможных денежных поступлений населению в случае обеспечения его профессиональной занятостью из всего имеющегося спектра видов деятельности.

Однако, при этом нельзя игнорировать эффективность каждого вида деятельности, динамику ее изменения, что подтверждают события 2014 г., когда Россия попала в полосу экономических санкций. Многие устойчиво

рентабельные виды деятельности вдруг стали убыточными: химическое производство, строительство, производство автомобилей, прицепов и полуприцепов, гостиницы и рестораны, финансовая деятельность, производство кожи и изделий из нее. В целом рентабельность экономики России в 2014 г. снизилась более чем вдвое в сравнении с 2010 – 2012 гг. [18, с. 567].

Одним из путей выхода из сложившейся ситуации служит расширение объемов собственного производства и повышение качества продукции по всей ее номенклатуре. При этом необходимо учитывать возможности мобильности в создании новых рабочих мест по всем видам экономической деятельности, как со стороны отраслевых министерств и ведомств, так и со стороны инициативы предпринимателей.

Решению этой задачи по каждому городу или району способствует предварительный анализ вклада в формирование ВДС функционирующих на их территории предприятий по видам экономической деятельности. К примеру, в Республике Крым, в лучшем из городов по величине ВДС на одного жителя, не считая столицы Крыма Симферополя, Ялте, наибольший вклад внесла промышленность – 15,8 %, на втором месте торговля – 14,3 %, на третьем – операции с недвижимостью – 13,7 %, на четвертом месте деятельность отелей и ресторанов – 11,1 %, на пятом – строительство – 8,7 % и на последнем месте – оказание услуг – 3,3 % [2, с. 342, 343]. Другой промышленный приморский город, Керчь, имеет выработку ВДС на одного жителя на 25 % меньше, чем в Ялте, и соизмеримые другие показатели вклада видов экономической деятельности в формирование ВДС: 17,6 %, 10,9 %, 12,7 %, 5,2 %, 2,8 %, 4,4 %. При этом деятельность транспорта и связи в нем заняла 14,6 % в сравнении с 7,1 % в Ялте.

Сравнение этих структурных данных показывает опережение вклада в ВДС явно курортных видов деятельности в Ялте в сравнении с Керчью – торговли, отелей и ресторанов, но вместе с тем выявляет существенные упущения даже в физических, а не удельных показателях по объемам услуг населению и катастрофически – в услугах транспорта и связи. Наверное, для Ялты – это первые целевые направления перестройки ее экономики.

В передовом среди районов Крыма по выработке ВДС на одного жителя – Красногвардейском, преобладает вклад в формирование ВДС сельского хозяйства – 36,6 % и промышленности – 25,4 %. На третьем месте с 8,6 % – транспорт и связь, торговля – 3,9 %, отели и рестораны – 1,4 %. В самом отстающем районе – Кировском, где ВДС на одного жителя составляет лишь 39,7 % от передового Красногвардейского района, доля сельского хозяйства в формировании ВДС составляет 28,4 %, а промышленности – 8,7 %, транспорт и связь – 6,9 %, торговля – 2,3 %, отели и рестораны – 0,5 % [16].

Общая величина ВДС за год в Кировском районе составляет всего лишь 23,7 % от Красногвардейского района. Поэтому здесь следует искать резервы роста ВДС не только в структуре его экономики, сколько просто в уровне использования имеющихся ресурсов. Если в Кировском районе удельный вес работающего населения составлял 10 % против 25 % в Красногвардейском, а фондовооруженность населения была меньше почти в 2,2 раза при почти одинаковой геовооруженности, то не стоило ожидать в нем высоких результатов. При этом меньший вклад деятельности отелей и ресторанов 0,5 % в Кировском против 1,4 % в Красногвардейском районе при наличии в Кировском районе 30-километровой береговой линии и выхода на залив Сиваш показывает один из его резервов дальнейшего развития экономики.

Безусловно, при решении задачи вовлечения резервов роста экономики в каждом районе следует учитывать структуру проживающего населения [19, с. 351 – 354]. К примеру, наибольшая численность населения в трудоспособном возрасте сосредоточена в Симферопольском районе. Примем ее за 100 %. Тогда Красногвардейский район имеет всего лишь 57,8 %, а Кировский 33,9 %. Однако, в Симферопольском районе объем ВДС составил лишь 84,6 % от Красногвардейского, а в расчете на одного жителя, всего-то 50 % [2, с. 343]. Для Симферопольского района актуальность вопроса занятости его населения весьма значительна.

В виду курортной специфики Крыма занятость населения в отдельных видах экономической деятельности в течение года неравномерна. Особенно это проявляется в торговле, гостиничной и ресторанной деятельности, в работе транспорта и связи, в строительстве, в производстве пищевых продуктов. Так, к примеру, в торговле в январе – марте 2015 г. было занято от 8000 до 10000 человек. В апреле, мае и июне – по 14000 – 15000 чел., в июле, августе, сентябре и даже октябре – по 18000 – 20000 чел. В гостиничной и ресторанной деятельности в январе – марте было занято от 3227 до 4047 чел., в апреле – мае 5178 – 5358 чел., в июне 8701, июле 9924, в августе 10432 чел. В сентябре произошел спад до 9323, а в октябре – до 7965 чел. В транспорте и связи наибольшая занятость свыше 32000 чел. пришлась на июль, август и сентябрь, а наименьшая – на январь – февраль.

Безусловно, эту сезонность необходимо с одной стороны учитывать, как тенденцию, а с другой стороны – находить пути ее сглаживания.

Рекреационный макрорегион как поле кластерной организации производства. Ранее мы достаточно детально анализировали отличия рекреационного развития Крыма и других подобных регионов мира [6, с. 489 – 495]. Этот анализ показал, что многие рекреационные объекты в странах мира функционируют достаточно эффективно благодаря использованию в своей

деятельности ряда элементов кластерной организации производства. При этом центральным звеном в развитии этих объектов преимущественно выступает совокупность видов активного отдыха и развлечений. Подчиненную им роль играют средства размещения, питания, торгового и транспортного обслуживания, топливного и энергетического обеспечения, экологической безопасности, бытовых услуг, уборки твердых бытовых отходов, производство сельскохозяйственной продукции и продуктов питания, строительство, изготовление местной сувенирной продукции, логистика и многое другое. Как правило, каждый вид деятельности осуществляется работниками предприятий и организаций, входящих в какие-либо специализированные сети.

Виды отдыха и развлечений существенно отличаются в зависимости от природно-климатических и ландшафтных особенностей, времени года. Это позволяет каждому рекреационному объекту развивать как содержательный стержень специфические и преимущественно ему свойственные виды отдыха и развлечений. С учетом этих особенностей формируется структура их взаимодействия со всеми остальными видами экономической деятельности. К примеру, стационарный отдых у моря или в горах может иметь совершенно разную направленность и отличающиеся предпочтения для развлечений как обобщенно, так и с учетом половозрастных характеристик отдыхающего там населения. Соответственно могут различаться и средства размещения, и развлекательная инфраструктура.

Классификация кластеров рекреационного направления должна учитывать все эти отличия, ориентировочно включая в свой состав ряд групп:

- по возрастным отличиям: детские дошкольные; детские школьные и подростковые; молодежные; семейные; социальные (для инвалидов, пенсионеров, больных и т.д.);

- по культурно-спортивным развлечениям: активный отдых на воде (виндсерфинг, водные лыжи, яхты, байдарки, каноэ, плавание, прыжки в воду и т.д.); активный отдых в горах (скалолазание, пешие восхождения и походы и т.д.); активный отдых на пересеченной местности (велo, мотто, авто, авиа, парапланеризм и т.д.); охота и рыбалка; зимний активный отдых (лыжи, сноуборды, биатлон, трамплин, слалом, сани, бобслей и т.д.);

- по интеллектуальным развлечениям: фотохудожественный отдых; шахматы, шашки, домино, нарды и т.д.; этнографическая и религиозная культура; археологическая культура; литературно-историческое наследие и развитие;

- по образовательному и оздоровительному направлениям: детские дома и интернаты общего профиля; интернаты для одаренных детей; интернаты для спортивного резерва; профессионально-рекреационно ориентированные

интернаты аниматоров; дома инвалидов и престарелых; событийные кластеры; конгрессные, выставочные, ярмарочные; корпоративные; спортивно-зрелищные; семейные (свадьбы, юбилеи и т.д.); профессиональной актуализации компетенций.

Представленные выше пять укрупненных групп кластеров и их 25 подгрупп не ограничивают возможности выбора активной рекреационной деятельности каждым районом Республики Крым. Виды кластеров могут формироваться в соответствии с целями развития и ресурсным потенциалом каждого региона и объединять в себе вышеперечисленные и другие способы рекреационного отдыха и развлечений. Мировая практика показывает, что наиболее эффективно функционируют кластеры, создаваемые по инициативе предпринимателей, увлеченных своим делом. В Крыму известен опыт увлеченного предпринимателя Зубкова О.А., преобразившего Крым своими неповторимыми объектами, создавшего зоопарк «Сказка» в Ялте, парк львов «Тайган» в Белогорском районе, в которые ежедневно приезжают тысячи посетителей, и планирующего и далее развивать рекреационную привлекательность Крыма проектами «Парк развлечений «Белая скала»», «Суворовский парк», «Крымский Колизей» и др. Его деятельность отличается высоким уровнем мотивации, уважения и любви к региону, людям, проживающим в регионе и посещающим Крым теперь, благодаря его паркам, не только ради моря, а созданным им центрам рекреации, животным, находящимся в зоопарках. Объекты Зубкова не только выгодно отличаются по всем параметрам, являются элементом дополнительной привлекательности всего региона, но и весьма эффективны в отличие от многих государственных зоопарков России и других стран мира. Предприниматель готов развивать и создавать сети развлекательных комплексов. Его деятельность может быть примером и прекрасным опытом организации эффективной предпринимательской рекреационной деятельности в любом районе Крыма. Здесь естественно возникает вопрос: «а все ли рождаются предпринимателями? Как и где этому научиться?».

Основы создания социально-экономического механизма кластерной организации рекреационного предпринимательства. Следует подчеркнуть, что в Федеральной целевой программе «Социально-экономическое развитие Республики Крым и города Севастополя до 2020 года»² среди 24 показателей устойчивого развития Крыма предусмотрен лишь один, касающийся обсуждаемой здесь задачи – «Число новых туристско-рекреационных

² Постановление Правительства Российской Федерации от 11 августа 2014 г. № 790, Москва «Об утверждении Федеральной целевой программы «Социально-экономическое развитие Республики Крым и города Севастополя до 2020 года»

кластеров». Далее, в числе восьми направлений реализации Программы, числится «формирование туристско-рекреационных кластеров», для которого предусмотрено предоставление субсидий из федерального бюджета «в целях финансирования расходных обязательств субъектов Российской Федерации, входящих в состав Крымского федерального округа, по реализации государственных и (или) муниципальных программ» (Приложение 6, п. 2).

Чтобы получить такие субсидии, наверное, муниципалитет каждого района должен проявить инициативу в поиске, мотивации и поддержке активных предпринимателей, как Зубков О.А. Возможно, уже не первое десятилетие существующая в Крыму Ассоциация органов местного самоуправления совместно с республиканским центром занятости населения могут инициировать создание ассоциации предпринимателей рекреационного развития Крыма [6, с. 539]. Научные и организационные основы взаимодействия предпринимателей в составе малых предприятий рекреационных кластеров и комплексов представлены в результатах исследований ведущих ученых Крыма и опубликованы в научных статьях и монографиях.

Одна из главных задач, решаемых при создании рекреационных кластеров – вовлечение местного населения в деятельность малых предприятий, формирующих кластеры. Повышение уровня занятости населения обеспечивает новый уровень качества жизни и рост благосостояния, что в итоге подчеркивает высокую социальную значимость создаваемых рекреационных кластеров.

Другая важная задача, решаемая во вновь создаваемой Ассоциации предпринимателей рекреационной деятельности – обеспечение их партнерского взаимодействия, ориентированного на рост вклада каждого из них в общий конечный результат деятельности кластера.

Третья задача – вовлечение новых, не используемых территорий в районах Крыма для создания малых предприятий, формирующих рекреационные кластеры.

Четвертая задача – вовлечение новой техники и современных технологий в экономику всех районов Крыма при создании малых предприятий в кластерах.

Однако, чтобы не создалось впечатления, что все эти задачи будут решаться централизованно для всего Крыма, подчеркнем, что необходимым первичным звеном во всем этом процессе будут выступать районные центры занятости населения и органы местного самоуправления – районные муниципалитеты и формирующие их деятельность поселковые сельские советы. Главным инструментом деятельности каждого районного

муниципалитета должна быть разработка цикла целевых программ социально-экономического развития их территорий, которые могут охватывать разные аспекты развития, первая из которых – целевая программа обучения местного населения созданию и обеспечению функционирования малых предприятий в составе рекреационных кластеров [6, с. 567].

Наибольший эффект от реализации всей этой деятельности может быть получен при объединении усилий органов местного самоуправления с наукой, образованием, учеными, занимающимися решением всех рассмотренных здесь проблем. В основе этого взаимодействия на первом этапе должны быть решены вопросы создания материальной заинтересованности и ответственности руководителей всех звеньев местного самоуправления в создании и высокоэффективном функционировании рекреационных кластеров и входящих в них малых предприятий, а также мотивации местного населения [3-5], [7-9].

Влияние кластерной организации развития Крымского рекреационного макрорегиона на повышение качества жизни и уровень благосостояния населения. Социально-экономическое развитие и уровень его эффективности по всем административным территориям Крымского рекреационного макрорегиона в основном зависят от степени использования имеющихся экономических ресурсов. Расход доли населения на 1 % создаваемой ВДС отличается в городах от 1,12 до 1,5 (без учета несопоставимой с другими городами столицы Крыма – города Симферополя из-за большого удельного веса высокооплачиваемого населения, занятого в государственном управлении, финансовой деятельности, высшем образовании), а в районах от 0,98 до 2,45. Доля площади административной территории в районах на 1 % ВДС отличается от 1,45 до 6,59, а в городах курортного профиля, имеющих рекреационную территорию с морским побережьем – от 0,31 до 1,59. Основные фонды сосредоточены преимущественно в городах, где доля их вклада в 1 % ВДС колеблется от 0,7 до 2,2, тогда как в районах – от 0,3 до 1. Неравномерное распределение ресурсов по территории Республики Крым и их отдачу следует выравнивать, корректировать или устранять совершенствованием и дальнейшим развитием существующих экономических механизмов управления социально-экономическим развитием регионов.

Наиболее результативным инструментом обеспечения повышения эффективности социально-экономического развития региона за счет улучшения использования его экономических ресурсов является расширение применения кластерной и сетевой организации производства. Решение задачи создания рекреационных кластеров в городах и районах Крыма возможно на основе объединения усилий республиканского и территориальных центров занятости населения с ассоциацией органов местного самоуправления и с учеными

местного университета в направлении повышения уровня занятости, качества жизни и благосостояния населения Крымского рекреационного макрорегиона, как главной цели его социально-экономического развития.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

1. Коробейников И.Н., Полякова И.Л. Особенности использования кластерного подхода для обеспечения пространственного развития региона (на примере сферы туризма) // Проблемы современной экономики. 2013. № 4 (48). С. 355 – 359
2. Подсолонко В.А. Опережающее управление устойчивым развитием экономики. Симферополь. 2012. 400 с.
3. Подсолонко В.А., Подсолонко Е.А. Интеграция международного образовательного потенциала в формирование деловых и исследовательских умений и навыков магистров менеджмента / В.А. Подсолонко, Е.А. Подсолонко // Вісник Хмельницького національного університету. Економічні науки. – 2013. – Т. 2. – № 3. – С. 286-293.
4. Подсолонко В.А., Подсолонко Е.А. Концептуальные основы кластерной организации развития крымского рекреационного макрорегиона / В.А. Подсолонко, Е.А. Подсолонко // Современные проблемы сервиса и туризма. – 2016. – Т. 10. – № 1. – С. 83-94.
5. Подсолонко В.А., Подсолонко Е.А. Стратегия роста конкурентоспособности экономики Украины и ее регионов / В.А. Подсолонко, Е.А. Подсолонко // Ученые записки Крымского федерального университета имени В.И. Вернадского. Экономика и управление. – 2013. – Т.2. – № 26 (65). – С. 88-98.
6. Подсолонко В.А., Подсолонко Е.А. Устойчивое развитие экономики: результативность управления. Симферополь. 2013. 592 с.
7. Подсолонко В.А., Подсолонко Е.А., Осипова С.С. Обеспечение опережающего развития экономики на основе усиления ее инновационной компоненты / В.А. Подсолонко, Е.А. Подсолонко, С.С. Осипова // Ученые записки Крымского федерального университета имени В.И. Вернадского. Экономика и управление. – 2011. – Т.4. – № 24 (63). – С. 225-232.
8. Подсолонко В.А., Подсолонко Е.А., Подсолонко М.В. Государственные инициативы по развитию в Украине информационного общества // Ученые записки Крымского федерального университета имени В.И. Вернадского. Экономика и управление. – 2012. – Т. 2. – № 25 (64). – С. 96-108.

9. Подсолонко В.А., Подсолонко Е.А., Подсолонко М.В. Индикаторы влияния занятости населения на эффективность развития экономики в регионах / В.А. Подсолонко, Е.А. Подсолонко, М.В. Подсолонко // Ученые записки Крымского федерального университета имени В.И. Вернадского. Экономика и управление. – 2011. – Т. 3. – № 24 (63). – С. 78-101.
10. Подсолонко В.А., Подсолонко Е.А.. Устойчивое развитие экономики: образовательная интеграция. Симферополь. 2014. 427 с.
11. Подсолонко М.В. Курбатов О.Ю. Опережающий маркетинг: инновационные императивы развития рекреационных кластеров в предпринимательстве; «3D Knowledge Marketing»: трехмерное учение о создании стоимости совместно с потребителем. Симферополь. 2011. 348 с.
12. Подсолонко М.В. Происхождение кластерных инициатив в Украине // Вестник национального технического университета «ХПИ». (Тематический выпуск: Технический прогресс и эффективность производства). 2009. № 18. С. 12 – 15.
13. Подсолонко М.В. Сравнительная характеристика туристического сектора Украины и Франции // Ученые записки ТНУ им. В.И. Вернадского. Серия: «Экономика». 2008. Т. 21 (60). № 1. С. 241 – 245
14. Подсолонко М.В. Сравнительный анализ официальных туристических сайтов государств и регионов // Культура народов Причерноморья. 2003. № 45. С. 128 – 130.
15. Подсолонко М.В., Басиладзе Е.Г. Государственное регулирование развития кластеров в Украине // Вісник Хмельницького національного університету. 2009. Т. 1 (129). № 3. С. 34 – 39.
16. Подсолонко М.В., Басиладзе Е.Г. Маркетинг туристических кластеров // Туризм, курорты и наука: Стратегический менеджмент в туризме. Симферополь. 2008. С. 110 – 114
17. Пяткин С.Ф., Быкова Т.П. Развитие Кластеров: сущность, актуальные подходы, зарубежный опыт. Минск. 2008. 72 с.
18. Российский статистический ежегодник 2015. Статистический сборник ФСГС Росстат. – М.: 2015. – 728 с.
19. Семенов В.Ф. Державне регулювання та управління регіональним розвитком туризму // Економіка і управління. 2010. № 1. С. 13 – 15
20. Economic Competitiveness Group (ECG). Tourism Cluster Profile. http://www.ecgroup.com/projects/usa_north_america.htm (07.10.2015)
21. Fabry N.: La “Cluster Touristique”: Pertinence du concept et enjeu pour les destinations. N° 20. Novembre. Año XII. Páginas: 108-131

- http://www.ucm.es/info/seeci/Numeros/Numero_20/InicioN20.html 2009 (02.01.2016).
22. Lade C. Tourism clusters on the Murray River: Success factors and barriers Australasian // Journal of Regional Studies. 2006. Vol. 12. №. 3. Pp. 321 – 342
23. McLaughlin A. World Class Tourism Clusters. http://www.isc.hbs.edu/resources/courses/moc-course-at-harvard/Documents/pdf/student-projects/MOC_Tunisia_Tourism_Final.pdf (дата обращения: 22.09.2015)
24. Novelli M., Shmitz B., Spencer T. Networks, clusters and innovation in tourism: A UK experience // Tourism Management. 2006. 27. Pp. 1141–1152
25. Perkins K. Optics Cluster Marketing. <http://www.ksde.org/Default.aspx?tabid=455> (11.12.2015)
26. The Tourism Cluster. Министерство планирования Иордании. Hashemite Kingdom of Jordan http://www.isc.hbs.edu/resources/courses/moc-course-at-harvard/Documents/pdf/student-projects/Jordan_Tourism_2009.pdf (02.09.2015)
27. West midlands region tourism and leisure cluster overview. http://www.ceice.gva.es/eva/docs/pap/ldv/eh/uk/UK_Sector.pdf (03.10.2015)

Научное издание

***Сфера обращения:
проблемы и перспективы развития***

Коллективная монография

Подписано в печать 2016 г.
Формат А5. Печать офсетная. Усл. печ. л.
Тираж 300 экз. Заказ №

Отпечатано в типографии ООО «Радуга»,
614500, г. Пермь, ул. 1-я Красавинская, 88
www.raduga.ru