



МОСКОВСКАЯ АКАДЕМИЯ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА
при Правительстве Москвы

ВЕСТНИК АКАДЕМИИ

Научный журнал
№ 4, 2017 г.

Москва

ВЕСТНИК АКАДЕМИИ

научный журнал
выходит 4 раза в год

№ 4-2017 (54)
декабрь 2017 г.

Журнал зарегистрирован
в Центральном территориальном управлении
Министерства Российской Федерации по делам
печати, телерадиовещания и средств массовых
коммуникаций. Свидетельство о регистрации
ПИ № 1-00633 от 15.03.2002
Журнал включен
в Российский индекс научного цитирования (РИНЦ)



Учредитель Московская академия предпринимательства при Правительстве Москвы

Главный редактор С. И. Королёва,
доктор экономических наук, профессор

Подписка проводится во всех отделениях почтовой
связи Российской Федерации, странах СНГ и Балтии.
Каталог Агентства «Роспечать»
«Газеты. Журналы» – индекс 80913

Статьи рецензируются.

**В соответствии с решением президиума
Высшей аттестационной комиссии Минобрнауки
России журнал включен в Перечень ведущих
рецензируемых научных журналов и изданий,
в которых должны быть опубликованы основные
научные результаты диссертаций на соискание
ученых степеней кандидата и доктора наук**

*Мнение редакции может не совпадать
с точкой зрения авторов публикаций*

Перепечатка материалов, опубликованных в журнале
«Вестник академии» допускается только с письменного
разрешения редакции.

Ответственность за достоверность рекламных
объявлений несут рекламодатели.

Адрес редакции:

125319, г. Москва, ул. Планетная, 36

Тел. (499) 152-71-88

E-mail: Rector@mosap.ru

Интернет-сайт: <http://www.vestnik-mosap.ru>

Дизайн Ю. В. Поповой. Верстка О. Г. Свиридовой

Подписано в печать 20.12.2017

Формат 60×84 1/8. Печ. л. 10

Печать офсетная. Тираж 500 экз. Зак. №

Цена договорная



Издательский дом «НАУЧНАЯ БИБЛИОТЕКА»
Телефон: 8 (495) 592-2998.
Адрес сайта: www.sciencelib.ru
E-mail: idnb11@yandex.ru, info@sciencelib.ru

РЕДАКЦИОННЫЙ СОВЕТ**Председатель**

В. И. Малышков, президент Московской академии предпринимательства при Правительстве Москвы, заслуженный работник торговли Российской Федерации, доктор экономических наук, профессор

Заместители председателя Совета

С. И. Королёва, главный редактор, советник президента Московской академии предпринимательства при Правительстве Москвы, заслуженный экономист Российской Федерации, доктор экономических наук, профессор

А. И. Васильев, заместитель главного редактора, первый проректор Университета «Синергия», кандидат экономических наук

Члены Совета

О. Э. Башина, заведующий кафедрой статистики, маркетинга и бухгалтерского учета Московского гуманитарного университета, доктор экономических наук, профессор

Л. А. Брагин, начальник Управления международной деятельности Российского экономического университета имени Г. В. Плеханова, доктор экономических наук, профессор

Н. Д. Бут, заведующий отделом проблем прокурорского надзора и укрепления законности в сфере экономики Научно-исследовательского института Академии Генеральной прокуратуры Российской Федерации, старший советник юстиции, доктор юридических наук

М. И. Гельвановский, академик РАЕН, генеральный директор Национального института развития Отделения общественных наук РАН, заведующий кафедрой мировой экономики (ИЭУП РГГУ), доктор экономических наук, профессор

В. Г. Гриб, заведующий кафедрой уголовного права и процесса университета «Синергия», заслуженный юрист Российской Федерации, доктор юридических наук, профессор

Ф. М. Кобзарев, заместитель директора Научно-исследовательского института Академии Генеральной прокуратуры Российской Федерации, старший советник юстиции, доктор юридических наук, профессор

В. А. Леднев, первый проректор Университета «Синергия», член Экспертного совета Министерства образования и науки Российской Федерации по совершенствованию системы физического воспитания в образовательных учреждениях России, член Экспертного совета Федеральной антимонопольной службы по развитию конкуренции в области образования и науки, доктор экономических наук, профессор

Д. Е. Сорокин, научный руководитель Финансового университета при Правительстве Российской Федерации, доктор экономических наук, профессор

Т. Б. Серебровская, ученый секретарь редсовета, научный сотрудник Московской академии предпринимательства при Правительстве Москвы, кандидат педагогических наук, доцент

В. Л. Цыбовский, ректор Института предпринимательской деятельности, кандидат педагогических наук, доцент. Минск, Республика Беларусь

В. А. Цветков, член-корреспондент РАН, директор Института проблем рынка РАН, доктор экономических наук, профессор

Н. Г. Щеголева, заведующий кафедрой мировой экономики и управления внешнеэкономической деятельностью факультета государственного управления МГУ им. М. В. Ломоносова, доктор экономических наук, профессор

СОДЕРЖАНИЕ

СОВРЕМЕННЫЕ НАПРАВЛЕНИЯ НЕОИНДУСТРИАЛЬНОЙ ЭКОНОМИКИ

Цыбовский В. Л.	IPO – проблема выбора в условиях «новой» экономики.....	5
Закомолкин Д. С., Сулова Н. Ю.	Развитие майнинга как драйвера цифровой трансформации социально-экономической системы в России	14
Королева С. И., Гулько Д. А.	Новые знания о тенденциях торговли товарами класса «люкс» в России	20

ВОПРОСЫ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА И ЭКОНОМИКИ

Чернухина Г. Н.	Современные технологии управления в цифровой экономике.....	24
Калугина С. А., Лебедева Т. П., Урясьева Т. И.	Некоторые показатели конкурентоспособности и ресурсный потенциал предприятия торговли по обслуживанию покупателей	29
Журавлев П. В., Конобеева А. Б.	Проблемы импортозамещения в современных условиях.....	35
Хабаров В. И., Кабалоев В. Р.	Развитие государственного предпринимательства в Российской Федерации и оценка его эффективности	40

ВОПРОСЫ ТЕОРИИ И ПРАКТИКИ УПРАВЛЕНИЯ

Грибкова О. В., Троска З. А.	Институциональные механизмы развития организации посредством корпоративного волонтерства	46
Ханова З. Г.	Акмеолого-психологические факторы, влияющие на развитие профессионализма предпринимателя	52

Назарова Л. Р.	Формирование профессиональной компетентности как стабильное направление развития личности дизайнера	57
Екимов Е. Л.	Межбанковская комиссия во взаиморасчетах между банком-эмитентом и банком-эквайером	62
Карпенко Е. З., Красавина Е. В., Сологуб В. А.	Возможности наставничества в развитии человеческого капитала организации	69
ИНФОРМАЦИЯ ОБ АВТОРАХ		75
ПЕРЕЧЕНЬ СТАТЕЙ, ОПУБЛИКОВАННЫХ В ЖУРНАЛЕ «ВЕСТНИК АКАДЕМИИ» В 2017 ГОДУ		77

Современные направления неоиндустриальной экономики

УДК 330.322

В. Л. Цыбовский,
кандидат педагогических наук, доцент,
ректор учреждения образования
«Институт предпринимательской
деятельности»,
Минск, Беларусь

IPO – проблема выбора в условиях «новой» экономики

Аннотация

Цель работы. В статье рассмотрены основные преимущества IPO перед прочими источниками инвестиций. Выделены недостатки и преимущества IPO. Показана цикличность IPO и механизм его применения в условиях волатильности мегаэкономики. Определение роли данной модели инвестирования позволит скорректировать темпы экономического роста в рамках роста мировой экономики.

Материалы и методы. Работа основана на анализе информационных и статистических материалах государственных органов управления Республики Беларусь, использованы методы кабинетного исследования, контент-анализа, анализа причинно-следственных связей.

Результат. Определена зависимость социально-экономического развития страны от использования потенциала инвестиций IPO в условиях экономической неопределенности.

Заключение. Результаты исследования могут быть использованы при формировании подходов к развитию инвестиционной среды с использованием механизмов IPO в новых экономических условиях.

Ключевые слова: IPO, форекс, мегаэкономика, преимущества IPO.

Modern Trends of neo-industrial Economy

V. L. Cybovski,
Candidate of Pedagogical Sciences,
Associate Professor, Rector of the
educational institution «Institute
of entrepreneurial activity»,
Minsk, Belarus

IPO-the Problem of Choice in a “New” Economy

Abstract

Purpose of work. The article examines the main advantages of IPO before other sources of investment. The disadvantages and advantages of IPO are highlighted. The cyclical nature of the IPO and the mechanism of its application in the volatility of the megaeconomics are shown. The definition of the role of this investment model will allow us to adjust the rates of economic growth as part of the growth of the world economy.

Materials and methods. The work is based on the analysis of information and statistical materials of the government bodies of the Republic of Belarus, using the methods of desk research, content analysis, cause-effect relationships.

Results. The dependence of the socio-economic development of the country on the use of IPO investment potential in conditions of economic uncertainty is determined.

Conclusion. The results of the research can be used to formulate approaches to the development of the investment environment using IPO mechanisms in the new economic conditions.

Keywords: IPO, forex, megaeconomics, advantages of IPO.

Введение. IPO – это сокращенное производное из начальных букв от уже устоявшегося термина Initial Public Offering – «первичное публичное предложение». В настоящее время IPO является одной из самых проблемных категорий формируемого Евразийского экономического пространства. Это связано с тем, что финансовые рынки стран СНГ стремительно интегрируются в мегаэкономике, а за последние 27 лет на финансовом рынке произошли столь грандиозные преобразования, для которых ряду стран Западной Европы потребовались бы несколько десятилетий. Новые механизмы финансового рынка обусловлены также и трансформацией абстрактного труда товара «рабочая сила» [11, с. 474], которые вносят определенные изменения и в механизм публичного размещения активов.

Основные результаты исследования. Для того чтобы лучше понять преимущества IPO, необходимо сравнить IPO с альтернативными источниками привлечения инвестиций, такими как:

- нераспределенная прибыль (один из наиболее распространенных источников финансирования инвестиционных проектов);
- бюджетные средства и государственные ссуды (довольно емкий источник, хотя доступ к нему и весьма проблематичен для многих субъектов хозяйствования);
- банковские кредиты (в условиях сравнительно быстрого расширения банковской системы, в том числе и в странах с традиционными предпочтениями фондового рынка (США, Канада и др.) этот источник становится довольно популярным);
- облигационные займы, размещаемые субъектами хозяйствования на открытом рынке (рис. 1).

Сравнительные преимущества привлечения капиталов на основе механизма IPO состоят в сле-

дующем. Прежде всего нераспределенная прибыль зависит от складывающейся экономической конъюнктуры, финансово-производственного положения субъектов хозяйствования. Осуществляя долгосрочный проект, отдача от которого последует через какой-то период времени, довольно сложно рассчитывать на этот источник.

Вместе с тем статистические данные свидетельствуют о том, что в течение последнего десятилетия данный источник в странах СНГ обеспечивал 44–49 процентов в качестве финансирования расширения функционирования субъектов хозяйствования [5, с. 75].

Второй источник – получение бюджетных средств – всегда связан с потерей времени и наличием значительных издержек, связанных с бюрократическими проволочками. Серьезно рассматривать данный источник инвестиций могут лишь крупные государственные субъекты хозяйствования, и для реального сектора экономики Республики Беларусь это довольно актуально (поскольку всегда имеют место государственные гарантии и процентная ставка сравнительно низкая по заемным ресурсам [4, с. 30]. Банковские кредиты – это, с одной стороны, ощутимая зависимость от одного критерия, а с другой – необходимость возврата привлеченных ресурсов и не всегда по достаточно низким процентным ставкам [17, с. 130].

Третий источник – облигационные займы – предусматривает обеспечение необходимого потока платежей купонными выплатами, что в случае долгосрочного инновационного проекта может стать обременительным.

В Беларуси используются облигационные займы. Так, например, 29 июня 2017 г. завершено размещение двух новых выпусков еврооблигаций Республики Беларусь общим объемом 1,4 млрд долл. США: 5-летний выпуск с купонной ставкой

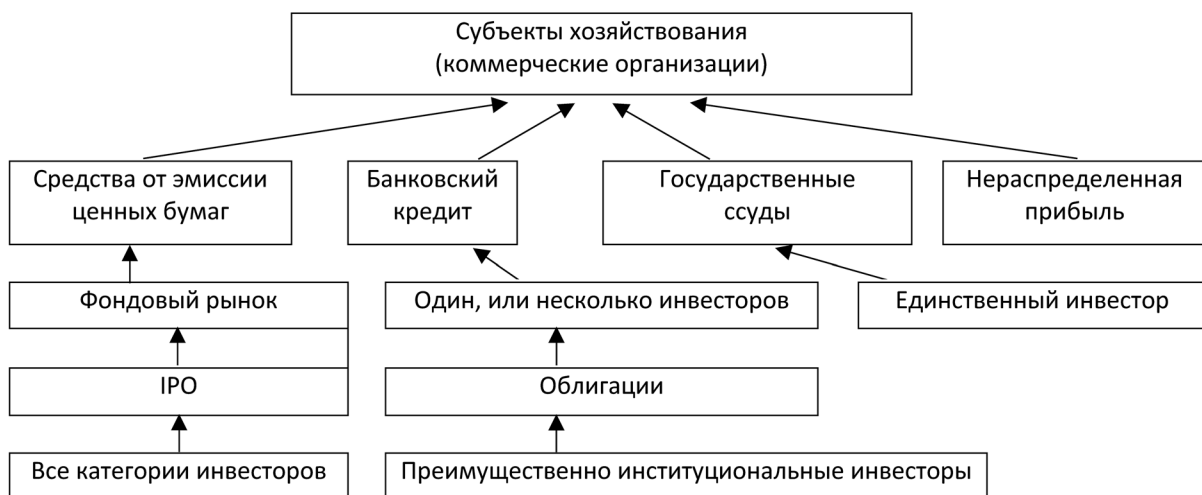


Рис. 1. Источники инвестиций субъектов хозяйствования

6,875% годовых с погашением в феврале 2023 года на сумму 800,0 млн долл. США. Еврооблигации размещены по цене 98,864% от номинальной стоимости с доходностью к погашению 7,125% годовых; 10-летний выпуск с купонной ставкой 7,625% годовых с погашением в июне 2027 года на сумму 600,0 млн долл. США. В 2010 году Республикой Беларусь размещены еврооблигации на сумму 1,0 млрд долларов США со сроком обращения 5 лет с купоном 8,75 % годовых (выпуск погашен в августе 2015 г.), в 2011 году – 0,8 млрд долларов США со сроком обращения 7 лет с купоном 8,95 % годовых (погашение состоится в январе 2018 г.). Облигации регулируются английским правом и имеют листинг на Ирландской фондовой бирже. Оба выпуска еврооблигаций размещены в формате «144A/Reg S», благодаря чему в сделке смогли принять участие квалифицированные инвесторы из США. Учет прав на облигации и расчеты осуществляются через международные клиринговые системы Euroclear, Clearstream, DTC (Depository Trust Company). Банками-организаторами и андеррайтерами выступили Citi и Raiffeisen Bank International AG. Банком-соорганизатором (без обязательств по ан-

деррайтингу) стал ОАО «Банк развития Республики Беларусь». Юридическим консультантом Республики Беларусь по английскому и американскому праву выступила компания White & Case LLP. Юридические услуги банкам-организаторам оказывали Clifford Chance LLP (консультант по английскому и американскому праву), а также ООО «Егоров, Пугинский, Афанасьев и партнеры» (консультант по белорусскому праву). Основной спрос на еврооблигации Республики Беларусь сформирован ведущими инвесторами из США, Великобритании, Германии и Швейцарии, чему способствовали проведенные в период с 19 по 21 июня 2017 г., встречи руководства финансовых и экономических ведомств страны с потенциальными инвесторами в Лондоне, Франкфурте-на-Майне, Цюрихе, Лос-Анжелесе, Бостоне и Нью-Йорке.

Облигационные займы в условиях экономической модели республики Беларусь довольно часто сопровождаются требованиями оферты, что также затрудняет их использование для финансирования капиталоемких проектов. Преимущества IPO перед другими источниками инвестиций проанализированы и представлены в таблице 1.

Таблица 1

Преимущества IPO перед другими источниками инвестиционных активов

Источник инвестиций	Преимущества IPO
Нераспределённая прибыль	Крупное разовое поступление капитала. Независимость от будущей экономической конъюнктуры
Бюджетные средства и государственные ссуды	Оперативность поступления ресурсов. Отсутствие бюрократических проволочек. Отсутствие обязательств (в том числе и по социальным программам)
Банковские кредиты	Независимость от конкретного финансового института. Отсутствие будущих выплат
Облигационные займы	Отсутствие обязательств по обслуживанию займа. Неограниченный срок привлечения капитала

Анализируя явные преимущества IPO, следует отметить, что для субъектов хозяйствования, осуществляющих публичное размещение они сводятся к следующему:

- IPO улучшает финансовую репутацию субъекта хозяйствования;
- создает условия для более выгодного размещения долговых эмиссионных ценных бумаг, а также для привлечения кредитов под залог пакета акций (или применения механизма депозитарных расписок);
- способствует получению эффективного инструмента оценки текущей рыночной стоимости и выгодного механизма слияний и поглощений;
- повышает престиж субъекта хозяйствования как партнера и контрагента при работе с иностранными и отечественными фирмами.

Преобладание банковского кредитования в странах СНГ над выпуском ценных бумаг объясняется тем, что банковский кредит – наиболее распространенный способ привлечения заемных ресурсов, а также тем, что в Республике Беларусь, как и в других странах СНГ, изначально преобладала германская (банковская) модель финансового рынка [10, с. 179]. Кроме того, если до начала XX века рынок ценных бумаг Российской империи занимал пятое место в мегаэкономике после английского, американского, немецкого и французского, то лишь в 1991 году фондовый рынок в Республике Беларусь был восстановлен.

На начало 2018 года объем совокупных активов фондовых бирж Евразийского экономического союза занимает 18 место в мегаэкономике, и в обозримом будущем объем совокупных активов этих бирж не сможет подняться выше 11 места в мегаэкономике, так как экономики этих госу-

дарств не обладают достаточным экономическим потенциалом и, разумеется, спецификой применяемых инструментов, позволяющих активизировать функционирование бирж стран СНГ.

В последние 3–4 года о выходе на IPO заявляла едва ли не каждая более или менее известная компания в Республике Беларусь. Однако далеко не все отечественные субъекты хозяйствования на деле бывают готовы к этому серьезному шагу. Поспешность в этом процессе грозит потерями нынешним и будущим акционерам. В масштабе формируемого Евразийского экономического пространства форсированная процедура IPO способна нанести серьезный урон репутации всего фондового рынка формируемого экономического пространства, а также привести к потере доверия инвесторов в долгосрочной перспективе на Евразийском экономическом пространстве. Порой национальные субъекты хозяйствования не уделяют должного внимания фундаментальным принципам подготовки IPO для выхода на фондовую площадку. Часто просто выполняют официальные требования в самом минимальном объеме. Более того, инвестиционные банкиры, готовящие размещение, поощряют своих клиентов лишь к косметическим изменениям. Нередко андеррайтеры стремятся получить скорые деньги за помощь в организации IPO и, случается, демонстрируют недостаточную заинтересованность в реальных изменениях, требующих длительной внутренней работы для вывода компаний на IPO.

Существует много стандартов и правил, описывающих принципы эффективного корпоративного управления. Но, какими бы ни были стандарты, изменение системы управления не может быть сведено к чисто формальному выполнению требований по списку, тем более в условиях перехода к VI информационному укладу экономики. В некоторых случаях размещения активов можно довольно быстро создать видимость готовности субъекта хозяйствования к публичности, но здесь имеется потенциальная опасность потери активов. Для наглядности приведем несколько примеров. Первый пример – при подготовке к IPO в компаниях появляется соответствующая международным стандартам система внутреннего аудита. Но выявить проблемы она может лишь через какое-то время (от года до пяти лет). Соответственно, когда произойдет выявление финансовых трудностей, то цена активов компании, уже ставшей публичной, может упасть. Второй пример негативного эффекта поспешного выхода субъекта хозяйствования на IPO – неслаженная работа директорского корпуса, в котором обязательно должны появиться независимые члены. Однако привлечение независимых менеджеров, представителей других стран в недавно созданный орган сопряжено с большим риском. Неясно,

насколько созданный в ускоренном режиме экспертный совет будет эффективно функционировать. Отсутствие эффективного экспертного совета директорского корпуса разрушает ценность субъекта хозяйствования как акционерного общества. Избежать таких проблем можно только с течением времени, поскольку невозможно подготовить субъект хозяйствования к выходу на IPO всего за полгода.

Часто собственники национальных субъектов хозяйствования не хотят реформировать модель управления в соответствии с требованиями публичных компаний по одной простой причине: они совершенно справедливо полагают, что этот процесс ограничит их власть. Но было бы заблуждением полагать, что в условиях рынка эта новая модель управления противоречит их экономическим интересам. Публичная модель ограничивает злоупотребления властью, за что ратуют собственники всех успешных субъектов хозяйствования, и, кроме того, публичная компания создает структуры, позволяющие активизировать исполнительные функции и добиваться высоких экономических результатов функционирования на рынке. Как свидетельствует практика, традиционные владельцы субъектов хозяйствования не хотят зависеть от независимого совета директоров и разделять функции исполнительного директора и председателя совета директоров. Такая ситуация в современных условиях также возможна, о чем свидетельствуют примеры ряда субъектов хозяйствования в странах Западной Европы и КНР [4, с. 30], управляемой одним исполнительным менеджером. Но в этом случае менеджер должен обладать поддержкой всех акционеров, и при этом должны существовать ясные механизмы учета их интересов. Во время подготовки к размещению на первых этапах обычно самое пристальное внимание уделяется стратегии и организации. Иногда может показаться, что довольно хорошо провести поверхностную работу, заинтересовать потенциальных инвесторов заманчивыми перспективами и «осуществить экономический прорыв». Но, как только «поверхностность» научных разработок вскроется рынком (а это неизбежно), стоимость акций пойдет вниз, что больно ударит по собственникам активов.

Единственный способ избежать этих рисков – разработать ясную долгосрочную стратегию и внедрить эффективную организационную структуру, способную обеспечить эффективный экономический рост.

Перед переходом на IPO следует внимательно изучить мнение сторонних аналитиков, поскольку многие аналитические выводы остаются невысказанными, а субъекты хозяйствования порой узнают о проблемах рынка только тогда, когда котировка их акций оказывается ниже заплани-

рованных. Часто говорят «не волнуйтесь, лучше начать с более низких котировок и в дальнейшем добиться их постепенного роста, что соответствует рыночной стратегии» [7, с. 99]. Но в современных условиях перехода к VI информационному укладу вполне может оказаться, что позднее цена на акции не поднимается. Примеры крупнейших размещений национальных евробондов – наглядное тому подтверждение. Со времени размещения белорусских европейских заимствований прошло уже довольно времени, а цена размещенных активов даже не приблизилась к исходным показателям, и это приносит и принесет в будущем существенные убытки для национальной экономической системы.

Характерной особенностью современного применения механизма IPO является то, что высший менеджмент чаще предпочитает передавать право размещения новых активов частным инвестиционным фондам, активность которых постоянно растет. Особенно на фондовом рынке КНР [15, с. 74]. Размещение активов через частных участников фондового рынка может предоставить больше возможностей для публичных компаний (особенно мелкого и среднего бизнеса), нуждающихся в реструктуризации, получить требуемые ресурсы в ограниченное время.

Слияния, продажа активов и привлечение кредитов как способ получения ресурсов для развития бизнеса в странах СНГ до сих пор остаются излюбленным методом, к которому прибегают многие субъекты хозяйствования на постсоветском экономическом пространстве. Однако с 2008 года, после второй волны мирового экономического и валютного кризиса, на фоне резкого роста активности частных инвестиционных фондов со стороны стран Юго-Восточной Азии у публичных компаний появился еще один способ выручить необходимые для развития бизнеса ресурсы – продать компанию инвесторам из КНР. При этом руководство публичных компаний привлекают не столько широкие финансовые возможности фондов прямых инвестиций, сколько объемы вложений инвесторов из КНР. Инвесторы КНР предоставляют в распоряжение руководства компаний профессионалов, которые помогают вести долгосрочную эффективную реструктуризацию бизнеса на основе инвестиционных ресурсов КНР. Высший менеджмент компаний уходит от давления множества миноритарных акционеров, которые заинтересованы лишь в получении дивидендов.

Новая форма предоставления инвестиционных ресурсов способна обеспечить высшему менеджменту компании возможность сосредоточиться на долгосрочных планах, не подвергаясь давлению необходимости оправдывать прогнозы на прибыли в краткосрочном или среднесрочном

периодах. И поэтому компании становятся способными сосредоточиться на долгосрочной реструктуризации, а не следить за показателями экономического развития в краткосрочном периоде. Вместе с тем размещение активов на бирже и связанная с этим процессом подготовка отчетности достаточно затратны и отнимают много сил и средств. В странах Западной Европы и КНР в настоящее время гораздо легче управлять частной компанией, чем публичной [12, с. 221].

Между тем в 2015–2017 гг., напротив, белорусские субъекты хозяйствования увеличивают свою активность на публичном рынке. В 2018 году выйти на IPO планирует АСБ «Беларусбанк», в объеме 25 % акций [22].

С помощью IPO лидеры рынка активно финансируют собственный рост. При этом именно публичность в большинстве случаев позволяет оценить стоимость компании по максимуму. К тому же, чтобы контролировать ее, оказывая экономическое влияние в современной экономике не обязательно владеть 100% акций. В большинстве IPO основные частные (или с государственным участием) акционеры оставляют за собой контроль за компаниями. В то же время они получают рыночную стоимость своих ценных бумаг и могут использовать часть их (или акций), для дополнительных эмиссий в сделках слияний и поглощений. Кроме того, в условиях формирования VI информационного уклада мегаэкономики для частных акционеров национальной экономической системы Республики Беларусь придание компании публичного статуса и продажи части бизнеса иностранным акционером служит определенным механизмом повышения международного статуса. Результатом может стать активизация процесса перехода частных компаний в разряд публичных в соответствии с Декретом № 8 Главы государства в Республике Беларусь.

Таким образом, в условиях перехода к VI информационному укладу в мегаэкономике частные компании в целом демонстрируют более эффективное развитие по отношению к публичным, т. е. эффективнее государственных компаний или компаний с государственным участием. В странах СНГ провести аналогичные исследования довольно сложно, а распыленная собственность в ряде стран осталась лишь в компаниях, которые были приватизированы в начале 90-х годов и где ее концентрация не произошла только потому, что рыночная привлекательность их близка нулю.

Цикличность в сфере IPO обусловлена возможностью получения относительного дешевых капитальных ресурсов с относительно низкой стоимостью активов в период спада. Это объясняется тем, что цена капитала, а соответственно

стоимость ценных бумаг зависят от больших экономических циклов. Фондовый рынок стран СНГ пока очень изменчив и подвержен влиянию как стран Северной Америки с их доминированием фондовых площадок, так и фондовых площадок стран Юго-Восточной Азии (прежде всего Шанхайской биржи). Поэтому ценные бумаги стран Евразийского экономического союза подвержены резкой волатильности и о циклах, их характерных особенностях пока говорить преждевременно. Однако среди аналитиков возникает вполне закономерный вопрос – как долго для субъектов хозяйствования стран СНГ будет привлекательным механизм IPO? И в каких параметрах должен применяться механизм IPO обусловленный Декретом № 8 Главы государства в Республике Беларусь? По нашему мнению, интерес к IPO продолжится некоторое время, а затем сменится на инструмент IPO. Тенденция зависит от цены субъектов хозяйствования, которая нужна владельцам относительно стоимости долгового капитала, и той цены, которую готов вложить рынок.

При нынешней (конец 2017 – начало 2018 г.) капитализации почти в 1,5 трлн sdr (special drawing rights) и ежедневном обороте около 5 трлн sdr евразийский рынок важен и значим. Если рост и развитие евразийского рынка с учетом IPO продолжится прежними темпами или темпами, сравнимыми с ними, то страны Евразийского экономического союза в недалеком будущем могут получить значительный статус на мировом финансовом рынке. Сейчас в странах зоны euro и странах Евразийского экономического союза просматриваются две тенденции – рост числа IPO в странах Евразийского экономического союза и приход биржевых компаний стран Западной Европы. Это можно объяснить следующим образом:

во-первых, субъектам хозяйствования стран Евразийского экономического союза необходим капитал – инвестиционные нужды довольно высоки, и IPO предлагает механизм получения ресурсов (в условиях цифровой экономики IPO);

во-вторых, спрос портфельных менеджеров на субъекты хозяйствования стран Евразийского экономического союза (как субъекты хозяйствования развивающихся рынков) высокий, что увеличивает стоимость субъекты хозяйствования до того уровня, когда владельцам выгодно продавать акции;

в-третьих, частные фонды стран Западной Европы могут брать дешевые займы, снижая стоимость поглощений.

До 2016 года отношение белорусских исследователей, исследователей стран Евразийского экономического союза к IPO характеризовалось как не критическое нейтральное. Но в 2016–2017 гг. новые регламентирующие документы по депозитарным распискам и цифровым расчетам из-

менили отношение к IPO. Выбор размещения зависит от того, какие цели и задачи ставит субъект хозяйствования при осуществлении IPO. До 2008 года большинство субъектов хозяйствования стран СНГ нацеливались на площадки стран Северной Америки, впоследствии пальму первенства перехватила LSE и ее площадка AIM. Размещения на Deutsche Beorse осуществляются не так часто [5, с. 79]. Следует отметить, что в последние годы все больше субъектов хозяйствования стран СНГ начали обращаться к услугам РТС и ММВБ. Фондовые биржи до последнего времени представлялись, прежде всего, площадками, на которых формировалась рыночная цена на фондовые активы (прежде всего акции). Это были, скорее, некоммерческие отношения партнерства, поскольку практически вся прибыль шла на развитие и организацию торгов. Однако взрывной рост фондового рынка в конце 1990-х годов заставил по-другому взглянуть на привычный рыночный институт. Формирование бирж в странах СНГ и Юго-Восточной Азии, обусловивших формирование процесса превращения бирж в акционерные общества, акции которых торговались на тех же биржах, приносили своим владельцам значительную прибыль. В настоящее время лишь у двух (SwissExchange, TokyoSE) из десяти крупнейших бирж мегаэкономики акции не торгуются (табл. 2).

На внутреннем рынке стран СНГ существует довольно большой спрос на новые активы национальных эмитентов. Тем не менее не стоит забывать, что IPO – единственный полноценный источник ликвидности рынка в условиях «новой» экономики. В настоящее время происходит процесс качественного изменения инвесторской базы. В странах Евразийского экономического союза укрепляется класс институциональных инвесторов, и на рынки этих стран выходят довольно консервативные иностранные инвесторы, даже в условиях санкций для компаний Российской Федерации. Все это вызывает адекватные запросы с точки зрения предложения активов на фондовых площадках. Узкий спектр торгуемых инструментов, когда на 15–20 ликвидных инструментов приходится 95 процентов биржевого оборота в условиях перехода к VI информационному укладу уже не устраивает инвесторов, стремящихся диверсифицировать свои риски в условиях четверной волны мирового экономического и валютного кризиса.

Заключение. Таким образом, отсутствие полноценного рынка IPO на Евразийском экономическом пространстве означает постепенное «обмеление» единого фондового рынка стран Евразийского экономического союза.

Во-первых, это плохо для инвесторов стран Евразийского экономического союза, поскольку

Таблица 2

Крупнейшие мировые фондовые биржи [23]

№ п/п	Название	Капитализация (\$, трлн)	Изменения за год (%)	Число компаний, торгующих на бирже	Объем торгов (\$, трлн)	Капитализация (\$, трлн)
1	NYSE EURONEXT	28,5	–	–	–	22,26
	NYSE GROUP	15,42	13,1	2280	21,791	–
	EURONEXT	3,71	37	1210	3,853	–
2	TOKYO SE	4,61	0,9	2416	5,823	–
3	NASDAQ	3,87	7,2	3133	11,807	3,61
4	LSE	3,79	24,1	3256	5,572	5,14
5	HONG KONG EXCHANGES	1,72	62,6	1172	0,832	10,29
6	TSX GROU	1,7	14,7	3842	1,282	2,92
7	DEUTSCHE BOERSE	1,64	34,1	760	2,737	23,54
8	BME SPANISH EXCHANGES	1,32	37,8	–	1,934	4,57
9	SWISS EXCHANGE	1,21	29,6	348	1,397	–
10	OMX	1,12	39,9	791	1,332	2,91

только внутри стран этих государств может быть обеспечена защита прав инвесторов и приемлемый уровень издержек. Можно с большой долей уверенности утверждать, что если не будет создан внутренний рынок IPO стран Евразийского экономического союза, то задача массового вовлечения населения в операции национальных фондовых площадок решена не будет.

Во-вторых, это плохо для самих эмитентов. Для средних, вновь вышедших на рынок субъектов хозяйствования транзакционные издержки будут иметь большое значение. И в таком случае массовый выход компаний «новой» экономики (а именно это наиболее типичный случай IPO) вряд ли получится.

В-третьих, фондовый рынок постепенно начинает обретать макроэкономическое значение. Лишится в перспективе важного инструмента для управления макроэкономическими процессами, включая инвестиционную и финансовую политику в целом, было бы крайне нежелательно.

И, наконец, весь институт финансовых посредников, т.е. финансовая инфраструктура, которая остается не у дел, – это не только проблема самих этих организаций, но и ослабление смежных звеньев финансового рынка, в том числе банковского сектора стран Евразийского экономического союза.

Литература

1. Горбачев Н. Н., Козловский В. В. Валютный контроль экспортно-импортных операций в формируемом Евразийском экономическом пространстве // Современные инновационные технологии и проблемы устойчивого развития общества. Материалы X международной научно-практической конференции. Мн.: Ковчег, 2017. С. 270–278.
2. Годес Н. В. Евразийский платежный союз: теоретическая модель и перспективы ее применения. Мн.: Право и экономика, 2013. – 205 с.
3. Годес Н. В. Реализация валютно-финансовой интеграции в условиях формирования Евразийского платежного союза // Интеллектуальный капитал в экономике знаний. М.: Юнити, 2017. С. 152–171.
4. Годес Н. В. Анализ условий Евразийской валютно-финансовой интеграции // Имущественные отношения в Российской Федерации. 2017. № 3 (186). С. 27–39.
5. Годес Н. В. Анализ условий Евразийской валютно-финансовой интеграции // Имущественные отношения в Российской Федерации. 2017. № 3 (187). С. 74–80.
6. Годес Н. В. Совершенствование методики анализа процесса формирования платежного союза // Современные инновационные технологии и проблемы устойчивого развития общества. Материалы IX международной научно-практической конференции. Мн.: Ковчег, 2016. С. 175–178.
7. Годес Н. В. Применение мирового опыта реализации платежных союзов для выбора оптимального направления Евразийской валютно-финансовой интеграции в современных условиях // Вестник Полоцкого государственного университета. Серия D: Экономические и юридические науки. 2016. № 5. С. 97–108.
8. Годес Н. В. Признаки формирования платежного союза // Социально-экономическое развитие организаций и регионов Беларуси: эффективность и инновации. Материалы до-

- кладов Международной научно-практической конференции. Витебский государственный технологический университет. Витебск, ВГТУ, 2015. С. 143–146.
9. Гончарук Н. А., Горев В. Н., Козловский В. В. Модели стратегического развития в условиях перехода к VI информационному укладу мегаэкономики. Мн.: Право и экономика, 2015. – 149 с.
 10. Китурко И. Ф. Дискуссии по вопросам коллективизации в Белоруссии в конце 20 -х г. XX века // Современные инновационные технологии и проблемы устойчивого развития общества. Материалы X международной научно-практической конференции. Мн.: Ковчег, 2017. С. 177–182.
 11. Козловский В. В. Инновационность – имманентная составляющая современной модели экономического развития // Интеллектуальный капитал в экономике знаний. М.: Юнити, 2017. С. 471–477.
 12. Козловский В. В. Общие тенденции развития банковских операций на мировой рынке драгоценных металлов и услуг // Государство и рынок: механизмы и институты Евразийской интеграции в условиях глобальной гиперконкуренции. СПб., СПбГЭУ, 2017. С. 210–224.
 13. Козловский В. В. Типовые платежные условия внешнеэкономических договоров (контрактов) государств – членов ЕвразЭС и связанные с ними риски международных расчетов // Современные инновационные технологии и проблемы устойчивого развития общества. Материалы X международной научно-практической конференции. Мн.: Ковчег, 2017. С. 324–331.
 14. Козловский В. В. Интеграция стран Центральной и Восточной Европы в европейское экономическое пространство. Дисс. ... д-ра эконом. наук. СПб.: СПбГУЭФ, 1999. – 291 с.
 15. Козловский В., Вэйди Ч., Цинюнь Л. Воздействие гособлигаций как инструмента открытого рынка на экономический рост союзного государства (используя опыт Китая) // Российско-белорусская интеграция: от идеи к воплощению. Мн.: Ковчег, 2016. С. 70–75.
 16. Козловский В. В., Соболенко И. А. Национальный банк Республики Беларусь // Современные инновационные технологии и проблемы устойчивого развития общества. Материалы VIII международной научно-практической конференции. Мн.: Ковчег, 2015. С. 74–76.
 17. Лузгин Н. В., Годес Н. В. Перспективы перехода к режиму инфляционного таргетирования в Республике Беларусь // Белорусский экономический журнал. 2010. № 3. С. 121–132.
 18. Соболенко И. А. Применение SWOT-анализа для изучения деятельности СЭЗ «Минск» // временные инновационные технологии и проблемы устойчивого развития общества. Материалы VIII международной научно-практической конференции. Мн.: Ковчег, 2015. С. 76–78.
 19. Соболенко И. А. Конкурентная среда СЭЗ. Мн.: Право и экономика, 2004. – 144 с.
 20. Соболенко И. А., Ганский В. А. Позиции Республики Беларусь на мировом рынке туристических услуг в условиях развития процесса глобализации // Интеллектуальный капитал в экономике знаний. М.: Юнити, 2017. С. 267–279.
 21. Kozlovski V. V., Gorev V. N. Adjustment of Corporate Strategy of a Manufacturing Company under Strategic Unexpectedness // The Advanced Science Journal CA USA (2014), (6), pp. 83–92. URL: <http://www.advancedscience.org>.
 22. URL: sb.by/articles/belarusbank...provesti...v...godu.htm.
 23. URL: <https://www.world-exchanges.org/home/index.php/news/world-exchange-news/world-federation-of-exchanges-publishes-cyber-resilience-principles>.

References

1. Gorbachev N. N., Kozlovskiy V. V. (2017) Exchange control export-import operations in the emerging Eurasian economic space. *Modern innovative technologies to problems of sustainable development of society*. Proceedings of the X international scientific and practical conference, pp. 270–278.
2. Godes N. V. (2013) Payment of the Eurasian Union: a theoretical model and perspectives of its application. *Law and Economics*, 205 p.
3. Godes N. (2017) Implementation of monetary and financial integration in the context of the formation of the Eurasian payment Union. *Intellectual capital in the knowledge economy*, pp. 152–171.
4. Godes N. (2017) Analysis of the conditions of Eurasian monetary and financial integration. *Property relations in the Russian Federation*, no. 3 (186), pp. 27–39.
5. Godes N. (2017) Analysis of the conditions of Eurasian monetary and financial integration. *Property relations in the Russian Federation*, no. 3 (187), pp. 74–80.
6. Godes N. (2016) Improvement of the methodology of analysis of the formation of the payment Union. *Modern innovative technologies and problems of sustainable development of society*. Materials IX international scientific-practical conference, pp. 175–178.
7. Godes N. (2016) Application of international experience in the implementation of payment unions to select the optimal direction of the Eurasian monetary and financial integration

- in modern conditions. *Bulletin of Polotsk state University. Series D: Economic and legal Sciences*, no. 5, pp. 97–108.
8. Godes N. (2015) Signs of formation of the payment Union. *Social and economic development of organizations and regions of Belarus: efficiency and innovation*. Proceedings of the international scientific and practical conference. Vitebsk state technological University. Vitebsk, VGTU, pp. 143–146.
 9. Goncharuk N. A., Gorev V. N., Kozlovsky V. V. (2015) Models of strategic development in the conditions of transition to VI information system of economy. *Law and Economics*, 149 p.
 10. Kiturko I. F. (2017) Discussions on collectivization in Belarus in the late 20th century. *Modern innovative technologies and problems of sustainable development of society*. Proceedings of the X international scientific and practical conference, pp. 177–182.
 11. Kozlovskiy V. V. (2017) Innovation is an imminent component of the modern economic development model. *Intellectual capital in the knowledge economy*, pp. 471–477.
 12. Kozlovskiy V. V. (2017) General trends of development of banking operations in the world market of precious metals and services. *The state and the market: the mechanisms and institutions of the Eurasian integration in the context of global hypercompetition*, pp. 210–224.
 13. Kozlovsky V. V. (2017) Typical payment terms of external economic agreements (contracts) of the EurAsEC member States and associated risks of international settlements. *Modern innovative technologies and problems of sustainable development of society*. Proceedings of the X international scientific and practical conference, pp. 324–331.
 14. Kozlovskiy V. V. (1999) Integration of the countries of Central and Eastern Europe into the European economic space, 291 p.
 15. Kozlovsky V., Vadi H, Tinuing L. (2016) Impact of government bonds as an instrument of the open market on economic growth of the Union state (using the experience of China). *Russian-Belarusian integration: from idea to implementation*, pp. 70–75.
 16. Kozlovskiy V. V., Sobolenko I. A. (2015) The national Bank of the Republic of Belarus. *Modern innovative technologies to problems of sustainable development of society*. Proceedings of the VIII international scientific and practical conference, pp. 74–76.
 17. Luzgin N. B., Godes N. B. (2010) Prospects of transition to the regime of injection targeting in the Republic of Belarus. *Belarusian economic journal*, no. 3, pp. 121–132.
 18. Sobolenko I. A. (2015) Application of SWOT analysis for studying the activity of FEZ «Minsk». *Modern innovative technologies and problems of sustainable development of society*. Proceedings of the VIII international scientific and practical conference, pp. 76–78.
 19. Sobolenko I. A. (2004) Competitive environment of the SEZ. 144 p.
 20. Sobolenko I. A. (2017) Position of the Republic of Belarus on the world market of tourist services in the conditions of globalization. *The Intellectual capital in the knowledge economy*, pp. 267–279.
 21. Kozlovski V. V., Gorev V. N. (2014) Adjustment of Corporate Strategy of a Manufacturing Company under Strategic Unexpectedness. *The Advanced Science Journal CA USA*, no. 6, pp. 83–92. URL: <http://www.advancedscience.org>.
 22. URL: [sb.by articles/belarusbank...provesti...v...godu.htm](http://sb.by/articles/belarusbank...provesti...v...godu.htm).
 23. URL: <https://www.world-exchanges.org/home/index.php/news/world-exchange-news/world-federation-of-exchanges-publishes-cyber-resilience-principles>.

УДК 336.7

Д. С. Закомолкин,
генеральный директор ООО «BiTBaza»

Н. Ю. Сурова,
кандидат экономических наук, директор
Института управления и социально-
экономического проектирования РЭУ
им. Г. В. Плеханова, член Экспертного
совета по цифровой экономике
и блокчейн технологии

Развитие майнинга как драйвера цифровой трансформации социально- экономической системы в России

Аннотация

Цель работы. В статье показано, как технологии блокчейна могут обеспечить стратегическое лидерство России в цифровой экономике, стимулировать развитие энергетического сектора и привлечение инвестиций в инфраструктурные проекты страны, способствовать модернизации и разворачиванию новых ЦОД. Особое внимание уделено возможностям и перспективам блокчейна в энергетическом секторе – анализируется российский опыт, оценивается потенциал развития российского рынка электро- и теплоэнергетики в контексте цифровой трансформации социально-экономической системы России.

Материалы и методы. В статье использованы методы логического моделирования, причинно-следственного исследования, контент-анализ.

Результат. Для возможности оперативного внедрения механизма регулирования майнинга в России мы предлагаем рассмотреть преимущества саморегулируемых организаций. В законодательстве существует форма саморегулируемых организаций (СРО), которая позволяет решать указанную проблему и самостоятельно создавать правила для участников СРО. Саморегулирование необходимо на рынке для введения обязательных для всех участников СРО правил, которым они следуют, а также создания специальных фондов, за счёт которых СРО будет нести частичную ответственность за своих членов.

Заключение. Лучшим для отрасли вариантом развития регулирования в указанной сфере стало бы предоставление участникам рынка возможности объединяться в СРО для саморегулирования, взаимной ответственности и вытеснения с рынка недобросовестных субъектов. Для этих целей можно предложить на рассмотрение внесение изменений в часть 5 статьи 3 Федерального закона «О саморегулируемых организациях» для предоставления права объединяться в СРО субъектам отрасли, определенной программой «Развитие цифровой экономики в Российской Федерации» и не указанной в законодательстве. Данная мера создаст эффективный механизм управления новой отраслью экономики.

Ключевые слова: цифровые технологии, биткоин, блокчейн-технологии, криптовалюта, майнинг.

D. S. Zakamolkin,
General Director of «BiTBaza»

N. Yu. Surova,
PhD., Director of the Institute of
management and socioeconomic design
of Plekhanov REA, member of the
Expert Council on digital economy and
blockchain technology

The Development of Mining as a Driver of Digital Transformation in the Socioeconomic System in Russia

Abstract

Purpose of the work. The article shows how blockchain technologies can provide Russia's strategic leadership in the digital economy, stimulate the development of the energy sector and attract investment in the country's infrastructure projects, contribute to the modernization and deployment of new data centers. Special attention is paid to the blockchain opportunities and prospects in the energy sector – the Russian experience is analyzed, the potential of the Russian electricity and heat market development in the context of the digital transformation of Russia's socio-economic system is assessed.

Materials and methods. The article uses the methods of logical modeling, causation research, content analysis.

Results. For the possibility of rapid implementation of the mechanism of mining regulation in Russia, we propose to consider the advantages of self-regulatory organizations. In the legislation there is a form of self-regulatory organiza-

tions (SROs), which allows to solve this problem and create rules for the SRO members. Self-regulation is necessary in the market for the introduction of mandatory rules for all SRO participants, which they follow, as well as the creation of special funds, through which the SRO will be partially responsible for its members.

Conclusion. The best option for the industry to develop regulation in this area would be to provide market participants with the opportunity to unite in SROs for self-regulation, mutual responsibility and expulsion from the market of unscrupulous entities. For these purposes it is possible to offer for consideration modification of part 5 of article 3 of the Federal law "on the self-regulating organizations" for providing the right to unite in SRO to the subjects of branch determined by the program "development of digital economy in the Russian Federation" and not specified in the legislation. This measure will create an effective mechanism for managing the new sector of the economy.

Keywords: digital technologies, bitcoin, blockchain technologies, cryptocurrency, mining.

Для человеческого общества четвертая промышленная революция является новой эрой, для которой характерно исчезновение границ между биологическими, физическими, цифровыми технологиями. Имеются в виду технологии, включающие в себя компьютеры, искусственный интеллект, квантовые компьютеры, 3D-печать, интернет вещей, беспилотный транспорт, нанотехнологии, биотехнологии. Благодаря данной революции произойдут системные изменения, которые затронут все основные сферы бизнеса, политики, общества, результатом чего станет необходимость организации новых форм работы правительства и частного сектора.

Россия уже начала подготовку к новой промышленной революции: целью госпрограммы «Национальная технологическая инициатива» является создание условий для глобального технологического лидерства России к 2035 году.

Кроме того, в России развитие цифровой экономики и сквозных технологий, одной из которых является блокчейн (выстроенная по определённым правилам непрерывная последовательная цепочка блоков, содержащих информацию), определено в программе «Цифровая экономика Российской Федерации», утвержденной распоряжением Правительства России от 28.07.2017 № 1632-р. Основными целями данной программы являются:

1) создание экосистемы цифровой экономики Российской Федерации, в которой данные в цифровой форме являются ключевым фактором производства во всех сферах социально-экономической деятельности;

2) создание необходимых и достаточных условий институционального и инфраструктурного характера для создания и (или) развития высокотехнологичных бизнесов;

3) повышение конкурентоспособности на глобальном рынке как отдельных отраслей экономики Российской Федерации, так и экономики в целом.

Благодаря технологии блокчейн изменяется алгоритм проведения операций: соответствующая централизованная и транзакционная модель постепенно переходит от использования централизованной структуры (биржи, банки,

энергетические компании, торговые платформы) к работе в условиях децентрализованной системы. В данных системах независимые посредники, услугами которых на сегодняшний день пользуется большинство отраслей, не требуются, так как операции могут быть инициированы и проведены непосредственно между равноправными участниками сети.

Блокчейн формируется как непрерывно растущая цепочка блоков с записями обо всех транзакциях, проводимых членами сети. Добавление нового блока к блокчейну осуществляется специальными вычислительными устройствами – майнерами. *Майнинг* – это процесс записи нового блока данных и транзакций в распределенный реестр общего пользования, состоящий из взаимосвязанных блоков, представляющих собой особую структуру данных, содержащую информацию о последних транзакциях и запись о предшествующем блоке (блокчейн). Для формирования блока данных специализированные электронно-вычислительные устройства (майнеры) проводят ряд математических действий на основе криптографических алгоритмов, включающих вычисление хэш-сумм (хеш-сумма (хеш, хеш-код) – результат обработки неких данных хеш-функцией). Транзакция считается легитимной при достижении консенсуса между всеми узлами сети в отношении конкретной транзакции цифрового актива. За формирование нового блока данных, состоящего из набора транзакций, заголовка блока и при необходимости атрибутов) майнер получает вознаграждение в виде цифрового актива. Таким образом, майнер получает вознаграждение за обеспечение безопасности публичного блокчейна.

Безопасность в технологии блокчейн обеспечивается через децентрализованный сервер, представляющий метки времени (у блоков нет точной нумерации, зато у них есть временная метка, которая выполняет ту же самую функцию – новый блок всегда добавляется после блока с самой последней меткой времени), и одноранговые сетевые соединения. В результате формируется база данных, которая управляется автономно, без единого центра. Это делает цепочки блоков очень удобными для регистрации событий (например, внесения медицинских записей) и операций с

данными, управления идентификацией и подтверждения подлинности источника.

Наиболее популярные криптографические алгоритмы шифрования на сегодняшний день – это DaggerHashimoto (Ethash), Scrypt, SHA256, Scrypt-Nf, X11, X13, Keccak, X15, Nist5, NeoScrypt, Lyra2RE, WhirlpoolX, Qubit, Quark, Axiom, Lyra2REv2, ScryptJaneNf16, Blake256r8, Blake256r14, Blake256r8vnl, Hodl, Decred, CryptoNight, Skunk, Lbry, Equihash, Pascal, X11Gost, Sia, Blake2s.

Наиболее распространенный алгоритм – это алгоритм SHA256. Именно этот алгоритм используется для построения майнинга первого блокчейна Биткоин, как и майнинг подавляющего большинства биткойн-клонов (альткойнов).

Вторым по популярности майнинг-алгоритмом в мире блокчейна является Scrypt. Функция хэшинга Scrypt специально разрабатывалась с целью усложнить аппаратные реализации путем увеличения количества ресурсов, требуемых для вычисления.

В марте 2017 года Кембриджский университет опубликовал подробный 114-страничный доклад под названием «Анализ рынка мировых криптовалют». Это первое подобное исследование основано на непубличных данных, полученных от 114 криптоорганизаций и отдельных майнеров из 38 стран мира. С сентября 2016 по январь 2017 года было проведено четыре онлайн-опроса. Биткойн-майнеры были тщательно опрошены и классифицированы либо как крупные, либо как небольшие организации. Из 48 майнеров 18 (38%) были организациями и 30 (62%) частными лицами. Только 11 организаций были признаны крупными. В докладе отмечается, что такой сектор отрасли прошёл путь от настольного хобби до крупной отрасли всего за несколько лет. Почти три четверти всех основных майнинговых пулов расположены в двух странах: 58% базируются в Китае, за ними следуют США с 16%.

Китай на данный момент, безусловно, является лидером по майнингу. Больше половины майнинговых мощностей находится в Китае. Можно отметить, что наибольшая активность наблюдается в нескольких провинциях. Основные мощности (около 90%) сконцентрированы в провинциях Сычуань, А. Р. Внутренняя Монголия и Тибетский А. Р.

Сегодня майнинг разделяют на два вида: любительский (домашний) и промышленный. Майнингом занимаются как частные лица в масштабах 1–10 ферм, так и крупные компании с большим количеством – от 1000 единиц майнеров. Майнеры за добавление новых блоков в блокчейн вознаграждаются цифровыми активами.

На данный момент зарождающаяся в России индустрия майнинга имеет ряд проблем. Одна из них – это проблема ввоза майнингового обо-

рудования и прохождения таможи. Неопределенность на законодательном уровне в нашей стране ведёт к определенным рискам, таким как конфискация, задержки на таможне/ изъятие устройств. До недавнего времени все майнеры ввозились в страну по «серой» схеме, без соответствующих документов.

Дело в том, что в России, а точнее на территории Таможенного союза, в который входят Россия, Беларусь и Казахстан, уже несколько лет действуют правила ввоза криптографических средств, под которые попадают многие электронные устройства и иные предметы, потому что они подпадают под понятие средств шифрования. Документы, регламентирующие вопросы ввоза-вывоза шифровальных средств, определяют, что средства шифрования – это «аппаратные, программные и аппаратно-программные средства, системы и комплексы, реализующие алгоритмы криптографического преобразования информации и предназначенные для защиты информации от несанкционированного доступа при ее передаче по каналам связи и (или) при ее обработке и хранении». С одной стороны, это очень емкое, а с другой – совсем неконкретное определение, которое может трактоваться по-разному в различных ситуациях.

Все шифровальные средства (почти любые ИТ-продукты) по процедуре ввоза разделены на две группы: упрощенная процедура ввоза по нотификации ФСБ и ввоз по лицензии Минпромторга (более сложная процедура оформления). Упрощенная процедура означает ввоз по так называемой зарегистрированной нотификации, ее оформлением занимается производитель ввозимой продукции или любая другая организация, имеющая доверенность от производителя. Нотификация оформляется для шифровальных средств, которые могут быть включены в «Перечень категорий товаров (продукции), являющихся шифровальными (криптографическими) средствами или содержащих в своем составе шифровальные (криптографические) средства, технические и криптографические характеристики которых подлежат нотификации» (приложение к Положению о ввозе, далее — Перечень НТФ).

На сегодняшний день известна лишь одна организация в России (компания ООО «Битбаза»), которая занимается получением нотификаций на майнеры некоторых производителей и поставкой оборудования в Россию официально с полным комплектом таможенных документов. Проблема в том, что технологии в индустрии майнеров развиваются с высокой скоростью, новые модели, требующие оформления нотификации, выпускаются несколько раз в год, но даже при наличии зарегистрированной нотификации у поставщиков возникают проблемы на таможне.

Помимо вопросов с ввозом майнингового оборудования в России, как и во всем мире, существует проблема отсутствия легализации майнинга как вида деятельности. Для нормального функционирования необходимо, во-первых, узаконить майнинг; во-вторых, официально признать цифровые единицы и активы объектом имущественных прав; в-третьих, определить юридические и налоговые последствия использования токенов (компактное устройство, предназначенное для обеспечения информационной безопасности пользователя), в-четвертых, запись в блокчейне (цифровая запись соединяется в «блоки», которые потом с помощью сложных математических алгоритмов хронологически и криптографически связываются в «цепочку») должна признаваться в суде.

Что касается технической стороны процесса майнинга, весьма существенным является то, что при майнинге вырабатывается огромное количество тепла. Если цена на биткоин стабилизируется и достаточно майнеров придёт на этот рынок, в ближайшем будущем можно ожидать пятикратного увеличения потребления ими энергии. На большей части России температура окружающей среды преобладающую часть календарного года оптимальна для естественного охлаждения ферм для майнинга, и это немаловажный фактор для экономии электроэнергии. В погодных условиях России довольно просто отводить тепло, не устанавливая принудительное охлаждение. Одним из главных положительных моментов в России является относительно невысокая цена на электроэнергию, кроме того, в нашей стране сконцентрированы огромные генерирующие мощности. При определенных условиях компания, занимающаяся майнингом, может производить забор мощности напрямую у генерирующей компании из единой энергосистемы России по цене генерации электроэнергии. Стоит также отметить, что в России есть крупные инвесторы, обладающие огромным денежным капиталом. Привлечение таких игроков положительно скажется на майнинге в целом, т. к. умение вести дела с современными российскими бизнесменами не вызывает сомнений у большей части мирового сообщества. В условиях санкций, наложенных на Российскую Федерацию, майнинг-бизнес может являться именно тем сегментом вложения средств, в котором влияние политики на бизнес минимально.

Российский экономический университет им. Г. В. Плеханова, а также Российская ассоциация криптовалют и блокчейна (РАКИБ) провели исследование привлекательности регионов России для майнинга по таким параметрам, как стоимость электроэнергии, наличие резервов свободных мощностей, логистическая доступность и развитость телекоммуникационной инфраструктуры. Лучшее соотношение этих параметров

было зафиксировано РАКИБ в Красноярском крае. Стоимость электроэнергии в этом регионе составляет 2,41 руб. за кВт/ч. Несмотря на то что показатель выше, чем в Хакасии (2,01 руб.) и Иркутской области (2,14 руб.), в трех городах края – Красноярске, Дивногорске и Железногорске – варианты с размещением майнинговых ферм имеют оптимальные параметры по логистике и телекоммуникационным возможностям. Кроме того, есть возможность использовать воду Енисея для охлаждения теплоносителя в системах охлаждения майнинговых ферм.

Результаты исследований, проведенных компанией Gartner, свидетельствуют о том, что в центре обработки данных на долю систем охлаждения приходится от 35% до 50% всех расходов на электроэнергию. По прогнозам Gartner и еще одной исследовательской компании IDC, в ближайшие годы доля затрат на охлаждение превысит 50%. При этом нагретую после системы охлаждения воду можно использовать повторно, например, для отопления других объектов, что позволит дополнительно повысить эффективность проекта.

Несмотря на благоприятные условия, майнингом в Красноярском крае почти никто не занимается. Основные фермы в России размещены в Москве, Московской, Ленинградской, Новосибирской, Иркутской, Свердловской, Томской и Челябинской областях, в Татарстане. Развитие майнинговой деятельности на территории России с использованием преимуществ территориального положения и географических факторов позволит организовывать производственные мощности в различных регионах. В перспективе это приведет к:

- 1) созданию инфраструктуры для майнинга и, как следствие, дополнительных рабочих мест для граждан России. Развитие инфраструктуры предполагает строительство промышленных зданий, дорог, подъездных путей; формирование обеспечивающих служб; прокладку коммуникаций; организацию систем энергоснабжения и теплоотведения; подключение к сети и пр. Для этого необходимо будет организовать рабочие места для обслуживания налаженных мощностей, а также для специалистов, привлекаемых на различных этапах организации и запуска технологического процесса в таких отраслях, как строительство, тепло- и электроэнергетика, информационные технологии. На каждом этапе организации технологического процесса необходимо участие большого количества квалифицированных кадров. Кроме того, организации, занятые в создании и формировании инфраструктуры для майнинга, позволят увеличить приток средств в бюджет регионов и государства за счет увеличения налоговой базы. Наличие но-

вых рабочих мест в регионах позволит снизить уровень безработицы, что позитивно повлияет на качество жизни населения и привлекательность регионов с организованной для майнинга инфраструктурой;

2) привлечению капитала из-за границы от профессиональных инвесторов и частных лиц, которые будут пользоваться услугами хостинга и относительно дешевого размещения электронно-вычислительных устройств. Данный пункт особенно актуален ввиду уже введенного и планируемого к введению запрета на использование майнингового оборудования в некоторых странах Азии.

Таким образом, в настоящее время существует возможность развития инвестиционного потенциала страны за счет привлечения крупнейших азиатских и мировых игроков рынка. Заинтересованные иностранные инвесторы, которые на сегодняшний день не имеют возможности направления средств на реализацию различных проектов на территории России, в том числе из-за антироссийских санкций, получают возможность инвестирования за счет цифровых активов;

3) оптимизации государственного и региональных бюджетов за счет снижения расходов, связанных с теплообеспечением. Это обусловлено использованием тепла, отводимого от электронно-вычислительных устройств дата-центров. Данная мера позволит снизить наиболее затратные статьи тарифов жилищно-коммунального хозяйства, что, в свою очередь позволит снизить уровень социальной напряженности населения;

4) совершенствованию системы энергопотребления за счет перераспределения излишков генерируемой электроэнергии в сторону майнинговых дата-центров, в которых существует возможность подключения дополнительных вычислительных устройств. Такое решение позволит создать блокчейн-платформу для перераспределения не используемых энергомощностей. Эта технология позволит отслеживать, учитывать и подключать к энергосистеме потребителей, производящих электричество или имеющих свободные мощности и сделать их независимыми от централизованной поставки энергии. Данные излишки можно направлять на обеспечение работоспособности майнинговых дата-центров. Аналогичные системы распределения энергии уже применяются в Австралии, а также в Нью-Йорке (США). Блокчейн-решение для пилотного проекта уже разработано IBM и основано на Fabric платформе для распределенных приложений, разработанной в Германии;

5) повышению статуса России в целом и ее экономической привлекательности за счет широкого развития цифровой экономики.

Таким образом, осознавая общественную полезность майнинга, нам необходимо понять, рас-

сматривать его как коммерческую деятельности или как некоммерческую. Основным вопросом в этом будет являться момент извлечения прибыли.

В целом на данный вопрос необходимо отвечать, исходя из самой системы блокчейн, в которой осуществляется майнинг, а также из деятельности лица, его осуществляющего. Если речь идет о системе, в которой не предполагается условное вознаграждение майнера, то извлечение прибыли отсутствует априори. Если вознаграждение присутствует, то необходимо оценивать деятельность майнера. До момента введения криптовалют и токенов в правовое поле Российской Федерации получение такого вознаграждения в данном виде прибылью считаться не может – иначе мы аналогично можем считать прибылью то, что получает игрок в компьютерные игры, который виртуально «прокачивает» своего персонажа и таким образом «зарабатывает» новую амуницию, которую обменивает и покупает за «валюту», установленную в игре. Поэтому сделать вывод о наличии прибыли можно лишь в момент перевода криптовалюты в традиционные фиатные деньги либо иные блага. При отсутствии факта такого перевода прибыль не получается и деятельность не является коммерческой. Это означает, что такая компания может быть зарегистрирована в Российской Федерации в качестве НКО.

Данная позиция подтверждается письмом Министерства Финансов от 13.10.2017 № 03-03-05/66994, разъясняющим необходимость уплаты налогов физическими лицами при совершении операций с криптовалютами при получении за налоговый период дохода в рублях либо иностранной валюте. При этом в случае перевода криптовалют в фиатные денежные средства деятельность также не обязательно является коммерческой, ведь данная деятельность в первую очередь направлена на развитие новых технологий и поддержание функционирования сетей блокчейн, следовательно, носит направленный общественно-полезный характер.

Таким образом, представляется целесообразным дополнение части 1 статьи 31.1 Федерального закона от 12.01.1996 №7-ФЗ «О некоммерческих организациях» новым пунктом с указанием, что майнинг может осуществляться в форме НКО как социально-ориентированная некоммерческая организация. При этом прибыль, получаемая от майнинга, не распределяется между учредителями компании, а будет направлена на развитие НКО, цифровой экономики и заработную плату лиц, осуществляющих организацию и сопровождение майнинга.

Представляется рациональным рассмотреть майнинг как новую форму пожертвования со стороны участников сети блокчейн, направленную

на поддержание данной сети (статья 582 Гражданского кодекса Российской Федерации определяет пожертвование как дарение вещи или права в общеполезных целях). При этом часть майнинга, которая сопряжена с получением не условной «комиссии», а получением новых единиц криптовалюты, должна рассматриваться как пожертвование от всех участников сети, поскольку в момент появления таких новых единиц каждый другой участник сети теряет долю условной возможности получить криптовалюту из-за ограничения эмиссии токена. Регулирование майнинга может быть направлено в том числе на стимулирование отдельных областей экономической деятельности.

Для возможности оперативного внедрения механизма регулирования данной отрасли в России мы предлагаем рассмотреть преимущества саморегулируемых организаций. В законодательстве существует форма саморегулируемых организаций (СРО), которая позволяет решать указанную проблему и самостоятельно создавать правила для участников СРО. Саморегулирование необходимо на рынке для введения обязательных для всех участников СРО правил, которым они следуют, а также создания специальных фондов, за счёт которых СРО будет нести частичную ответственность за своих членов.

Если говорить о влиянии на рынок, то наличие членства в СРО повышает уровень доверия к субъекту, т. к. СРО, являясь объединением ряда субъектов, распространяет свой имидж и авторитет на всех своих участников, ведь если крупный и уважаемый субъект вступил в СРО, значит, эта СРО также высокого уровня, из чего следует, что быть ее членом – знак качества. При этом государству выгодно наличие СРО на рынке как единого представителя рынка – контролировать несколько СРО гораздо проще, чем тысячи участников рынка.

Таким образом, возможность создания СРО для рынка блокчейн-технологий, криптовалют, ICO и майнинга поможет разрешить следующие проблемы:

– потребители получают дополнительную гарантию качества и дополнительную финансовую ответственность за действия участников рынка (ст. 13 ФЗ «О СРО»);

– государство получит саморегулирование, выход из тени в период даже до законодательного регулирования, что разрешит некоторые проблемы и позволит не вводить излишне суровое регулирование;

– участники рынка получают возможность закреплять на легальном уровне уверенность в проверке проектов-участников СРО, получают официальных представителей при переговорах с государственными структурами (в т. ч. обжалова-

ние НПА (п.2 ч.3 ст. 6 ФЗ «О СРО»), разработка законов (п.3 ч.3 ст.6 ФЗ «О СРО»).

Однако в настоящий момент создание СРО в указанной сфере представляется маловероятным, поскольку деятельность в сфере блокчейн-технологий, криптовалют, майнинга и ICO в законодательстве (в т. ч. в ЕГРЮЛ) никак не прописана. Такие изменения могут быть внесены в профильные законы (к примеру, для строителей – это градостроительный кодекс), либо при исполнении поручения Президента Российской Федерации «Пр-2132, п. 1а» по определению блокчейна, криптовалют и т.д. Такое СРО может быть создано на базе площадки при Центральном банке Российской Федерации (создание предусмотрено поручением Президента «Пр-2132, п. 2а»).

Лучшим для отрасли вариантом развития регулирования в указанной сфере стало бы предоставление участникам рынка возможности объединяться в СРО для саморегулирования, взаимной ответственности и вытеснения с рынка недобросовестных субъектов. Для этих целей можно предложить на рассмотрение внесение изменений в часть 5 статьи 3 Федерального закона «О саморегулируемых организациях» для предоставления права объединяться в СРО субъектам отрасли, определенной программой «Развитие цифровой экономики в Российской Федерации» и не указанной в законодательстве. Данная мера создаст эффективный механизм управления новой отраслью экономики.

Литература

1. Гражданский кодекс Российской Федерации (часть первая) от 30.11.1994 N 51-ФЗ (ред. от 28.03.2017).
2. Коммерсантъ. 11.04.2017. URL: <https://www.kommersant.ru/doc/3268573>.
3. *Melanie Swan*. Blockchain: Blueprint for a New Economy. O'Reilly Media, Inc., 2015.
4. *Satoshi Nakamoto*. Bitcoin: A Peer-to-Peer Electronic Cash System. 2008. 9 с.
5. RBC. URL: https://www.rbc.ru/technology_and_media/11/11/2017/5a06ed119a7947efa477453a.

References

1. The civil code of the Russian Federation (part one) from 30.11.1994 № 51-FZ (as amended on 28.03.2017).
2. *Kommersant*. 11.04.2017. URL: <https://www.kommersant.ru/doc/3268573>.
3. *Melanie Swan* (2015). Blockchain: Blueprint for a New Economy. O'Reilly Media, Inc.
4. *Satoshi Nakamoto* (2008) Bitcoin: A Peer-to-Peer Electronic Cash System, 9 p.
5. *RBC*. URL: https://www.rbc.ru/technology_and_media/11/11/2017/5a06ed119a7947efa477453a.

УДК 339.138

С. И. Королева,
заслуженный экономист
Российской Федерации, доктор
экономических наук, профессор,
советник президента Московской
академии предпринимательства при
Правительстве Москвы,
Москва, Россия

Д. А. Гулько,
исполнительный директор
ООО «Скай Финсервис»,
Москва, Россия

Новые знания о тенденциях торговли товарами класса «люкс» в России

Аннотация

Цель работы. В условиях мировой глобализации, перенасыщения мирового рынка товарами, усложнения механизмов взаимодействия между продавцами и покупателями, тенденция мультибрендового подхода к формированию портфеля брендов в рамках крупной группы имеет больше перспектив на доминирование в ближайшие десятилетия.

Материалы и методы. В статье использованы методы логического моделирования, причинно-следственного исследования, контент-анализ.

Результат. Изучение проблем становления и развития брендов товаров класса «люкс» позволило сделать вывод, что в последние годы тенденция по присоединению люксовых брендов к глобальным люксовым группам является доминирующей. Борьба между крупными люксовыми группами за увеличение своей доли на рынке в настоящее время активно развивается.

Заключение. Сохранить индивидуальность даже самого уникального бренда легче в условиях наличия достаточных финансовых и управленческих ресурсов, чем в условиях исконно-традиционных методов управления и ведения бизнеса в условиях ограниченности финансирования.

Ключевые слова: товары класса «люкс», рынок роскоши, люксовая индустрия, рынок люксовых товаров, мульти-брендовый подход.

S. I. Koroleva,
Honored economist of Russia, Doctor
of Economics, Professor, Advisor
to the President of the Moscow
Academy of entrepreneurship
under Government of Moscow,
Moscow, Russia

D. A. Gulko,
Executive Director
of «Sky Finservis»,
Moscow, Russia

New Knowledge about the Trends of Trade in Goods of a Class “Lux” in Russia

Abstract

Purpose of the work. In the context of the world globalization, the glut of the global market of goods, the complexity of the mechanisms of interaction between sellers and buyers, the trend of multi-brand approach to the formation of a portfolio of brands within a large group has more prospects for dominance in the coming decades.

Materials and methods. The authors use the methods of logical modeling, causation research, content analysis.

Results. Studying of problems of formation and development of brands of goods of the luxury class allowed to draw a conclusion that in recent years the tendency on accession of luxury brands to global luxury groups is dominating. The struggle between the large luxury groups to increase its market share is currently actively developing.

Conclusion. It is easier to preserve the individuality of even the most unique brand in the presence of sufficient financial and managerial resources than in the conditions of traditional methods of management and doing business in the context of limited funding.

Keywords: luxury goods, luxury market, luxury industry, luxury goods market, multi-brand approach.

Формирование рынка товаров класса «люкс» в России стало сложным процессом, который хотя и возник в России закономерно, однако ряд его качеств оказались присущи только нашей стране. В западных странах рынок люксовых товаров возник в послевоенные годы, когда дизайнеры начали создавать новые модели одежды для раскрытия женской и мужской красоты. В России понятие «люкс» вообще долгие годы отсутствовало на территории государства. Лишь небольшое число граждан могли покупать за рубежом товары класса «люкс» и быть их потребителем. Видимо, отсутствие длительной возможности приобретать товары класса «люкс» определило большую популярность среди россиян товаров этой категории. Рынок товаров класса «люкс» показывает в настоящее время бурное развитие и является предметом интереса ученых различных направлений науки. Он мало изучен в связи с его сложностью, закрытостью и постоянными изменениями. В сфере товаров класса «люкс» вырабатывались различные определения этой категории товара, однако до сих пор не существует единого, общепринятого, универсального и исчерпывающего определения товара «люкс». Это обусловлено следующими причинами:

- потребление товаров класса «люкс» трудно объяснить с рациональной точки зрения;
- обладание и пользование товарами класса «люкс» рассматривается как символ проявления социального статуса и личной идентификации потребителя;
- требования к товарам класса «люкс» со стороны потребителя быстро и постоянно меняются, в связи с чем товары этого класса могут иметь разные определяющиеся характеристики в разные временные периоды;
- товары «люкс» часто обладают латентными свойствами, степень важности которых для потребителя трудноизмерима;
- аудитория потребителей товаров класса «люкс» является специфической и в большой степени закрытой, что делает процесс изучения данной категории товаров сложным.

В мировой практике попытки найти определения товарами класса «люкс» и выработать их классификацию делали многие исследователи, такие как А. Смит, Д. Аакер, В. Зомбарт, Т. Веблен, В. Дьюбуа, М. Шевалье, Ф. Маззалово и др. Среди российских ученых, интересовавшихся различными аспектами изучения товаров класса «люкс» можно выделить А. Н. Андрееву, Л. Н. Богомолу, В. В. Разину, О. В. Сагину, И. И. Скоробогатых, И. Б. Стукалову. Слово «люкс» происходит от латинского слова «luxus», что переводится как «чрезмерная роскошь, невоздержанность». По этимологии lux «свет», «блеск». Посредством череды заимствований появились

люхе во французском языке, Luxus – в немецком языке, означающие «пышность, роскошь». Пришедшее из французского языка не только в русский, но и другие славянские языки в самом начале XX века и означающее «лучший», «роскошный», «изысканный», в словаре в первый раз это слово обозначено в 1940 г.

В 18 веке Адам Смит в своем труде «Теория нравственных чувств» называет роскошью предметы, которые помогают человеку обозначить и закрепить свой статус в обществе, основываясь на накопленном богатстве и потребности выставления его напоказ. Торстен Веблер, американский социолог в начале XX в. в работе «Теория праздного класса», ставшей весьма известной, сделал предложение об обязательности противопоставлять две категории товаров – товары первой необходимости (necessities) и товары категории «люкс», так как само употребление последних по существу не имеет практической необходимости, а в большей степени исходит из принципа социологического взаимодействия субъектов, то есть предметы роскоши приобретаются для повышения статуса.

М. Коупленд (Copeland 1923) раскрывает сущность товаров класса «люкс» при помощи предложенной им классификации видов товаров. Виды товаров, по Коупленду: товары повседневного спроса – это товары, которые покупатель приобретает часто, срочно и с наименьшими усилиями (например, мыло, газеты, молоко); товары особого спроса – товары класса «люкс» – товары, которые наделены уникальными качествами, благодаря которым значительная часть покупателей желает прикладывать особые усилия для приобретения таких товаров (например, автомобили класса «люкс», профессиональное фотооборудование, предметы одежды высокой моды). В отечественной научной практике наиболее полным представляется определение, предложенное И. И. Скоробогатых. Товар (услуга) класса «люкс» – это «услуга или материальный продукт, наделенный уникальными, эксклюзивными функциональными и эмоциональными атрибутами повышенного качества, при создании которого применялся полностью или частично ручной труд, представленный на международном рынке. Потребление и владение таким товаром покупатель воспринимает как покупку статусную, для длительного пользования, которую в дальнейшем возможно передать по наследству и владение данным предметом выделяет покупателя в обществе.

По нашему мнению, «товар (услуга) класса «люкс» – это глобально распространенный эксклюзивный брендовый продукт (или услуга) повышенного качества и стоимости, уникального креативного дизайна, в производстве которого используются сочетание элементов ручного труда и инноваций, имеющий прочную связь со стра-

ной своего происхождения и воплощающий ее лучшие национальные и культурные традиции, обладающий особой элегантностью, демонстрирующий общественный статус и стиль жизни обладателя, и способный доставить владельцу эстетическое наслаждение от обладания, а также быть стимулом для развития владельца».

Согласно отчету McKinsey&Co., к рынку роскоши относятся 14 секторов производства, а именно: от кутюр, прет-а-порте, парфюмерия, ювелирные украшения, часы, изделия из кожи, автомобили, вино, шампанское, крепкие алкогольные напитки, столовые приборы, хрусталь и фарфор. С точки зрения бизнеса, прошлое десятилетие продемонстрировало развитие люкса все больше и больше как индустрии со специфическими отраслями: мода и аксессуары, часы и ювелирные украшения, элитные вина и алкоголь, отели и СПА, автомобили/ яхты и частные самолеты. В 1987 г. Бернар Арно создал группу LVMH, которая на сегодняшний день является самой крупной люксовой группой, объединяющей компании различных отраслей экономики.

В то время как кто-то относит люксовые группы к «коллекциям люксовых брендов» или холдинговым компаниям с интересом в различных сферах экономики, их создание является чрезвычайно важным не только для определения «люкса» как индустрии, но и для создания платформы для обучения профессионалов люксовой индустрии, с обширным опытом в люксе как отрасли и не обязательно специализирующихся на каком-то отдельном секторе. А недавние истории доказали, что время и успешные бизнес-профессионалы могут легко осуществить переход между секторами: например, успешный бизнес-профессионал с большим опытом в индустрии моды может быть успешным и в гостиничном бизнесе и индустрии красоты – общим знаменателем при этом будет являться понимание потребителей люксовых товаров и услуг.

Успешные программы образования в сфере люксовой индустрии являются сейчас очень востребованными и все больше студентов получают возможность обучаться в различных секторах «люкса». Невероятную популярность в настоящее время основные бренды класса «люкс» приобретают в Китае, при этом сохраняя свою потребительскую нишу в Европе, Японии и США. Стоит отметить, что ведущие акционерные общества гораздо увереннее сохраняют свои позиции на рынке по сравнению с частными брендами.

В кризисные годы значительное количество семейных брендов с богатой историей из Европы пострадало из-за недостаточного внимания к инновациям. Весьма умеренное развитие, которое сопровождает отрасль производства товаров класса «люкс», говорит о том, что данная тенденция со-

хранится в течение ближайшего периода, если не случится какого-либо глобального изменения.

По мнению экспертов CRR-Luxury, такие страны, как Россия, Китай и США, продолжают оказывать существенное влияние на развитие и состояние рынка люксовых товаров. Наряду с этим, потребление люксовых товаров в России значительно снижено как внутри страны, так и путем покупок за рубежом. В Китае некоторые люксовые сферы подвержены негативному влиянию (автомобильная отрасль, туризм и т. д.) Последние финансовые отчеты большинства из наиболее влиятельных люксовых брендов подчеркивают слабое оживление люксового рынка США. Единственный сектор, который выигрывает в США, – это внешний туризм: число состоятельных американцев, путешествующих за рубеж, постоянно увеличивается с 2013 года. Нельзя также игнорировать фактическое уничтожение люксового рынка Украины. С начала кризиса продажи люксовых товаров в Украине были практически заморожены.

Известно, что рынок товаров класса «люкс» – тема до сегодняшнего дня не изученная. На данный рынок, безусловно, оказывают влияние ситуации на других рынках. Обращаем внимание на анализ основных стратегий развития люксовых брендов, крупных люксовых групп и индивидуальных игроков данного сегмента. Данные игроки формируют рынок своей каждодневной деятельностью. Именно они, как никто другой, понимают ситуацию и предпринимают различные шаги для того, чтобы их деятельность была успешной. Поэтому стратегии брендов являются очень показательными для определения ключевых тенденций развития торговли товарами класса «люкс» в мире, а также полезным для выявления основных тенденций развития торговли товарами класса «люкс» непосредственно в России.

Как узнать, где производится товар, представленный в магазине? Это сделать довольно сложно. Безусловно, можно получить определенную информацию, изучая этикетки и определить, что во французских бутиках представлены платья, рубашки и галстуки Dior, Lanvin, изготовленные в Италии, Румынии, а свитера Zadig&Voltaire – в Китае. Однако неправильно думать, что если какая-либо фирменная продукция, например рубашки, производится в Испании, то и остальная продукция по определению испанская. Многие известные компании, производящие товары – бренды, например французский Luis Vuitton, рассредоточивают свои заводы по разным странам. Действительно, компания, производящая продукцию данной марки, имеет ряд заводов во Франции, среди них мастерскую Аньере, где при производстве задействован ручной труд, но французские заводы данной марки заняты обслуживанием частных клиентов, что составляет поряд-

ка 300–400 заказов в год. Количество же сумок, которыми заполнены вьетонговские магазины в мире, несоизмеримо больше.

Сейчас выражаются разные мнения о том, какой путь развития окажется более эффективным для брендов и какие тенденции развития будут преобладать в ближайшие годы. Так, мультибрендовый подход – это создание портфеля дизайнерских брендов, объединенных единой организационной структурой, в которой каждый из брендов сохраняет творческую независимость. По такому принципу сформированы группы LVMH, Kering, Prada. Монобрендовый подход, по мнению А. Н. Андреевой, является классическим (и историческим) для дизайнерских брендов. Здесь также формируется портфель брендов, объединенных общим «родительским» брендом». В качестве примера можно привести такие бренды, как Armani Group, Versace, Chanel, Dolce&Gabbana. Данные компании, стремясь сохранить свою независимость, вынуждены особо тщательно охранять свою конфиденциальность и управленческую практику, они в основном не публикуют финансовую отчетность и в подавляющем большинстве случаев осуществляют самостоятельный контроль за собственными розничными сетями.

В условиях мировой глобализации, перенасыщения мирового рынка товарами, усложнения механизмов взаимодействия между продавцами и покупателями, тенденция мультибрендового подхода к формированию портфеля брендов в рамках крупной группы имеет больше перспектив на доминирование в ближайшие десятилетия.

Дискуссия о том, что является оптимальным путем развития бренда – присоединение к глобальной группе, использование ее ресурсов и технологий управления для достижения лучших коммерческих результатов или самостоятельное развитие за счет собственных средств при сохранении традиций бренда и способов управления и, по нашему мнению, будет идти еще долгое время, поскольку однозначного ответа на данный вопрос еще нет. Изучение проблем становления и развития брендов товаров класса «люкс» позволило сделать вывод, что в последние годы тенденция по присоединению люксовых брендов к глобальным люксовым группам является доминирующей.

Борьба между крупными люксовыми группами за увеличение своей доли на рынке в настоящее время активно развивается. Сохранить индивидуальность даже самого уникального бренда легче в условиях наличия достаточных финансовых и управленческих ресурсов, чем в условиях исконно традиционных методов управления и ведения бизнеса в условиях ограниченности финансирования. Если бренд приносит недостаточно прибыли, сохранение его традиционно высокого качества, будет происходить медленнее, чем

этого требует современный рынок и потребитель. Поиск способов финансирования и поддержки бренда «на плаву» нередко заканчивается утратой уникальности и люксовости бренда.

Литература

1. *Скоробогатых И. И.* Концептуальные основы маркетинга товаров класса «люкс» // Вестник Российского экономического университета им. Г. В. Плеханова. 2008. № 2. С. 96–100.
2. Event-менеджмент / У. Хальцбаур, Э. Йеттингер, Б. Кнаузе, Р. Мозер, М. Целлер. М.: Эксмо, 2007. 384 с.
3. Бизнес в стиле шоу. Маркетинг в культуре впечатлений: Пер. с англ. М.: Издательский дом «Вильямс», 2005. 400 с.
4. Событийный маркетинг: руководство для заказчиков и исполнителей / А. Назимко. М.: Вершина, 2007. 224 с.
5. Стратегический бренд-менеджмент: создание, оценка и управление марочным капиталом. 2-е изд.: Пер с англ. М.: Издательский дом «Вильямс», 2005. 704 с.
6. Управление розничным маркетингом / Под ред. Д. Гилберта. Пер с англ. М.: Инфра-М, 2005. XVI. 571 с.
7. 200 крупных частных компаний // Forbes. 2007. Октябрь. С. 141.
8. Millward Brown Optimor. URL: <http://www.towa-ve.ru/pub/novye-strategii-premialnykh-brendov-vyvody-issledovaniya-brandz.html>.
9. URL: <https://www2.deloitte.com/content/dam/Deloitte/ru/Documents/consumer-business/russian/global-powers-of-luxury-goods-rus>.

References

1. Skorobogatyh I. (2008) Conceptual bases of marketing of goods of a class "Lux". *Bulletin of the Russian economic University*. G. V. Plekhanov. 2008. No. 2. С. 96-100.
2. Holzbaur W., Ottinger E., Knaus B., Moser R., and M. Zeller (2007) Event management, 384 p.
3. Business in the style of the show. (2005) The marketing culture impressions, 400 p.
4. Nazimko A. (2007) Event marketing: a guide for customers and performers, 224 p.
5. Strategic brand management: creation, valuation and management of vintage capital. (2005) 704 p.
6. Gilbert D. (ed.) (2005) Manage retail marketing. XVI. 571 p.
7. 200 large private companies. (2007) *Forbes*, October, p. 141.
8. Millward Brown Optimor. URL: <http://www.towa-ve.ru/pub/novye-strategii-premialnykh-brendov-vyvody-issledovaniya-brandz.html>.
9. URL: <https://www2.deloitte.com/content/dam/Deloitte/ru/Documents/consumer-business/russian/global-powers-of-luxury-goods-rus>.

В

опросы предпринимательства и экономики

УДК 338.1

Г. Н. Чернухина,
кандидат экономических наук,
доцент, заведующий кафедрой
коммерции и торгового дела,
Университет «Синергия»,
Москва, Россия

Современные технологии управления в цифровой экономике

Аннотация

Цель работы. В статье исследуются вопросы влияния информационных технологий, внедряемых в государственную управленческую деятельность, на систему общественных отношений и стиль управления.

Материалы и методы. В статье использованы методы кабинетного исследования и контент-анализ.

Результат. Ценность e-government состоит и в том, что оно социально и политически нейтрально, «бесчувственно» улавливает все слабые стороны и внутренние противоречия пространства управленческих отношений, непредвзято оценивает ситуацию, всех без исключения заставляет работать на уровне строгих стандартов современного менеджмента, позволяет наладить действенный мониторинговый контроль эффективности управления.

Заключение. Реализация намеченных задач в области цифровой экономики сделает управление по-настоящему транспарентным и ответственным, стиль – более гибким и конструктивным. Залог этого – грамотная организация процесса управления изменениями в рамках концепции формирования цифровой экономики и электронного правительства, а также – обеспечение долгосрочной устойчивости результатов.

Ключевые слова: государственное управление, информационное общество, стиль управления, электронное правительство.

Questions of Business and Economics

G. N. Chernukhina,
PhD., Associate Professor, Head of the
Department of Commerce and business,
University Synergy,
Moscow, Russia

Modern Management Technologies in the Digital Economy

Abstract

Purpose of the work. This article researches the issues of the influence of informational technologies, being brought into public administration, on the system of public relations and style of governance.

Materials and methods. The article uses the methods of Desk research and content analysis.

Results. The value of e-government consists in the fact that it is socially and politically neutral, “insensitively” captures all the weaknesses and internal contradictions of the space of management relations, objectively assesses the situation, all without exception, forces to work at the level of strict standards of modern management, allows you to establish effective monitoring control of management efficiency.

Conclusion. The implementation of the identified challenges of the digital economy will make a control truly transparent and responsible, style – a more flexible and constructive. The key to this is the competent organization of the change management process within the framework of the digital economy and e – government, as well as ensuring the long – term sustainability of the results.

Keywords: public administration, informational society, style of governance, electronic government.

Электронная экономика является деятельностью, основанной на цифровой платформе, предполагает разработку и реализацию программного обеспечения, электронных товаров и сервисов, производимых электронной коммерцией [5]. Внедрение цифровых технологий в экономике влияет на все сферы и виды экономической деятельности, а не только на отдельные ее секторы.

С целью организации системного развития и внедрения цифровых технологий во всех областях жизнедеятельности человека (экономике, предпринимательстве, социальной сфере деятельности, госуправлении, городском хозяйстве) в 2017 году было подписано распоряжение, утверждающее программу «Цифровая экономика Российской Федерации», которая включает несколько принципиально важных блоков. К ним относятся:

- нормативное регулирование;
- образование и кадры;
- формирование исследовательских компетенций;
- ИТ-инфраструктура;
- кибербезопасность.

С формированием современных технологий электронных коммуникаций неразрывно связана задача овладения более совершенным стилем управления в направлении рационализации всех составляющих государственной управленческой деятельности.

В процессе демократизации общественных отношений на смену преимущественно одностороннему взаимодействию государства с гражданами приходит двухстороннее, граждане получают реальную возможность информирования о деятельности властно-управленческих структур. Тем самым входят в новое социальное пространство – информационное общество, новую историческую фазу развития мира, где главным товаром являются не материальные ценности, а информация и знания цифровой экономики.

Отличительными чертами нового вида общества являются повышение роли компьютеризации и знаний в жизни людей; возрастание доли цифровых товаров и услуг в ВВП; выбор глобального информационного поля, обеспечивающего эффективные информационные взаимосвязи между людьми, доступность информационных ресурсов [13].

Современные информационно-коммуникационные технологии (ИКТ), широкополосный Интернет, блогосфера существенно расширяют горизонты управленческой деятельности и во многом повышают ее качество, устраняют дублирование и избыточность управленческих функций, стимулируют людей, вводят их в «захватывающие лабиринты глобального информационно-коммуникационного пространства».

Решение актуальных задач информатизации и освоения цифрового пространства электронно-ком-

муникационных технологий требует реализации целого ряда конкретных прикладных задач, например:

- сформировать новую регуляторную среду, обеспечивающую правовой режим для развития современных технологий цифровой экономики;
- создать систему общегосударственной автоматизированной информационной системы и постоянного онлайн-мониторинга государственных программ социально-экономического развития в сферах жизнедеятельности общества;
- формировать горизонт информационно-технологической индустрии с соответствующей телекоммуникационной и нормативно-правовой инфраструктурой, включая технологии типа «электронного правительства», «электронной экономики», «дистанционного образования»;
- организовать курсы подготовки и переподготовки специалистов по ИКТ в соответствии с компетенциями цифровой экономики.

Нужно учитывать также и то, что процесс внедрения информационных технологий не всегда носит однозначно позитивный характер, требует огромной политической воли и элементарной мотивации людей, развития их желания продвигаться к новому; существенного увеличения финансово-материальных затрат на управление; правовой защиты и пресечения противоправных проявлений в сфере общественных связей в процессе формирования правовых и организационных основ управления электронным пространством.

Необходимо, наконец, разбираться в терминах – «цифровая экономика», «сетевое управление», «онлайн-управление», «электронная демократия», «информационное общество», «электронное правительство», «электронный менеджмент», «среда электронного воздействия», «электронная администрация». Сейчас в управлении происходят не только существенные количественные подвижки, но и кардинальные качественные изменения, которые требуют постоянного совершенствования стиля управленческой деятельности.

Несомненно, основой цифровой экономики должно стать новое качество государственного регулирования. Термин «электронное правительство» в русском языке появился сравнительно недавно, причем в прямом переводе с английского «electronic government». Под электронным правительством понимаются формы организации работы органов власти различных уровней, обеспечивающих широкое использование цифровых технологий на новых ступенях оперативности и результативности получения информации.

Понятие «электронное правительство» (e-government) применимо не только для описания процесса информатизации ключевых процедур и функций управления, но и для обозначения эффекта от воздействия информационно-цифровой технологии и на все составляющие государства,

общества и отдельных граждан. Научным фундаментом такого понимания технологий построения цифровой экономики и «электронного правительства» служит теория информационного общества.

Вот почему в управлении так необходимы не только документы, доклады на конференциях и строгий спрос на совещаниях, но и веб-сайты, рабочие кабинеты, электронные почты, порталы, форумы, внутриведомственные и межведомственные информационные сети. Если массово переносятся документы на цифровые носители, учтем, что в нашей стране для электронных документов принимаются стандарты электронной подписи, то логично будет перенести общение с государственными служащими в электронный вид.

Государство и правительство уже создают и будут расширять долю электронных сервисов широким слоям населения. Внедрение электронных платформ сейчас поставлено в центр реформ государственной администрации. Предпосылки для этого сложились довольно благоприятные: технологии широко внедряются в политику, коммерцию, здравоохранение, образование и науку. Разработаны надежные технические средства защиты внутриведомственного, межведомственного электронного документооборота.

Целью применения цифрового контента будет рост качества предоставляемых государственных услуг, ориентация властей на население; оптимизация срока обслуживания клиентов; отсутствие административного барьера в работе предпринимателей; увеличения спектра предоставляемых государственных услуг в электронном виде; повышение степени вовлеченности граждан и органов власти в развитие информационного общества; рост конкурентоспособности цифровой экономики; открытость и прозрачность деятельности органов власти.

Представляется, что самым непосредственным образом на стиль управления влияют оптимизация функций и операционно-процедурной культуры управления и строгая административная регламентация процесса исполнения государственных функций и предоставления государственных услуг [14]. К 2018 году в соответствии с нормативным сроком, закрепленным Указом Президента Российской Федерации от 7 мая 2012 г. № 601 «Об основных направлениях совершенствования системы государственного управления», электронные услуги должны стать доступными минимум для 70% населения страны.

Оперативные задачи «электронного правительства» тоже масштабные. Главная из них – смещение приоритетов в деятельности органов власти от ведомственных интересов к удовлетворению потребностей общества и каждого отдельного гражданина по системе «быстрее, лучше, дешевле, доступнее».

Опираясь на принципы доступности, непрерывности, достоверности, оперативности и скоор-

динированности усилий современное электронное правительство сосредоточено на решении ряда задач по ориентации улучшения качества и доступности цифровых государственных услуг и сокращение сроков их оказания, за счет внедрения единых стандартов обслуживания физических и юридических лиц.

Понятно, что для достижения намеченного предстояло сделать многое: во-первых, создать разветвленную сеть многофункциональных центров на основе единой инфраструктуры межведомственного информационного взаимодействия органов государственной и муниципальной власти; во-вторых, провести унификацию информационных систем и стандартизацию документооборота [6]; в-третьих, обеспечить должную слаженность и координацию информационного взаимодействия между властными структурами (G2G), между государством и частным сектором, прежде всего с бизнесом в части оказания банковских услуг, размещения государственных заказов и тендерного проведения закупок для государственных нужд (G2B), между государственными структурами и гражданами – лицензии, налоги, платежи (G2C), между государством и государственными служащими (G2E); в-четвертых, обновить нормативно-правовую базу, регламентирующую процедуру сохранности и защиты информации в сетях; в-пятых, наладить контроль расходования государственных информационных ресурсов и материально-финансовых средств.

Важным остается вопрос о подготовке высококвалифицированных специалистов по информационным технологиям в сфере государственной и муниципальной службы. Ценность e-government состоит и в том, что оно социально и политически нейтрально, «бесчувственно» улавливает все слабые стороны и внутренние противоречия пространства управленческих отношений, непредвзято оценивает ситуацию, всех без исключения заставляет работать на уровне строгих стандартов современного менеджмента, позволяет наладить действенный мониторинговый контроль эффективности управления.

Сотрудники, которые не готовы, не способны или не желают трудиться в стиле e-government, чаще всего покидают аппарат управления. Понятно, что e-government не является панацеей от всех бед и само по себе не гарантирует демократичность государственного управления, не способно обеспечить решение многих глубоко укоренившихся негативных проблем управления.

Цифровая экономика и электронное правительство не подменяют людей, не являются альтернативой классической системе государственного управления. Они должны лишь развивать и дополнять классику, чтобы придать ей современную конфигурацию, обеспечить больший динамизм и гибкость. Субъективный фактор в результате ста-

новится более свободным, лучше организованным и ответственным, т. е. более оптимальным.

Длительное время в системе государственного управления в России не было законодательно установленного порядка широкого доступа общества к информации о деятельности органов государственной власти и местного самоуправления. Даже в годы демократических преобразований действовали советские инструкции по секретному делопроизводству, а управленцы с немалым скептицизмом реагировали на многие информационные новации мировой значимости [2], в том числе такие, как Окинавская хартия глобального информационного общества 2000 г., программа ЮНЕСКО «Информация для всех» 2001 г., Женевская декларация руководящих принципов совершенствования информации, создаваемой государственными органами и являющейся общественным достоянием 2004 г., с их целевой установкой на формирование глобального информационного общества «для человека и во имя человека».

Сдерживающую роль сыграл менталитет недоверия и подозрительности. Кардинально ситуация начала меняться лишь с 2000 года, т. е. после принятия Доктрины информационной безопасности Российской Федерации. Не говоря уже о федеральной целевой программе (ФЦП) «Электронная Россия», утвержденной постановлением Правительства Российской Федерации от 28 января 2002 г. № 65, в рамках которой уже более десятка лет в России создается «электронное правительство».

Главная цель данной ФЦП – построение цифровой экономики, ориентированной на потребление и экспорт информационных продуктов и услуг, широкое внедрение Интернета, которое позволит гражданам напрямую обращаться в министерства, ведомства и муниципальные службы, получать услуги в режиме онлайн [1]. Позже были утверждены «Концепция использования информационных технологий в деятельности федеральных органов государственной власти до 2010 г.» от 27 сентября 2004 г. № 1244-р и «Концепция формирования в Российской Федерации электронного правительства до 2010 г.» от 6 мая 2008 года № 632-р.

Свою стимулирующую роль сыграли федеральные законы о государственной тайне, об информации, информационных технологиях, об обеспечении доступа к информации государственных органов и органов местного самоуправления, а также постановления Правительства Российской Федерации от 29 января 2007 г. № 54 «О федеральной целевой программе «Национальная технологическая база» на 2007–2011 годы» и от 26 ноября 2007 г. № 809 «О федеральной целевой программе «Развитие электронной компонентной базы и радиоэлектроники» на 2008–2015 годы».

Указанными и многими другими актами были нормативно закреплены требования к технологическим, программным и лингвистическим средствам

обеспечения правового использования официальных сайтов государственных органов в сети Интернет; утвержден перечень информации, размещаемой в обязательном порядке в федеральных и ведомственных информационных сетях, касающейся деятельности федеральных органов исполнительной власти и подведомственных им учреждений [12].

На сайтах министерств, служб и агентств, судебных органов и палат парламента размещается не только общая информация о государственном органе – статусе, полномочиях, структуре, нормотворческой деятельности, административных регламентах и стандартах, порядке и времени приема граждан. Здесь можно узнать и о заказах на поставки товаров, выполнение работ и оказание услуг для государственных и муниципальных нужд; о программах международного сотрудничества.

Представлены также статистические данные и показатели, характеризующие состояние и динамику развития экономической, социальной и иных сфер жизнедеятельности территории и ведомства, сведения о предоставленных организациям и индивидуальным предпринимателям льготах, сведения о вакантных должностях государственной службы.

И это далеко не полный перечень информации, которая выставляется органами государственной власти для открытого доступа и свободного потребления. При этом надо признать, что реализация программы «Электронная Россия» находится лишь на начальной стадии. Многие из намеченного реализуется пока в минимальном объеме.

Работы по формированию электронного российского общества осуществляются неравномерно. Не теряет своей остроты проблема повышения компьютерной грамотности населения, преодоления чиновничьего сопротивления внедрению сетевых информационных технологий.

Хочется надеяться, что реализация намеченных задач в области цифровой экономики сделает управление по-настоящему транспарентным и ответственным, стиль – более гибким и конструктивным. Залог этого – грамотная организация процесса управления изменениями в рамках концепции формирования цифровой экономики и электронного правительства, а также обеспечение долгосрочной устойчивости результатов.

Литература

1. Ермоловская О. Ю. Современная Россия: к вопросу о возможностях экономического роста // Вестник Академии. 2016. №1. С. 11–16.
2. Калугина С. А., Карпова Е. В., Лебедева Т. П. Коммерческое образование XXII – начала XX вв. как прообраз современного образования в области управления и бизнес-образования // Социально-экономическое развитие предпринимательства и его роль в экономике

- России. Материалы международной научно-практической конференции. Московская академия предпринимательства при Правительстве Москвы. М., 2016. С. 137–140.
3. Концепция формирования в Российской Федерации электронного правительства до 2010 года. Распоряжение Правительства Российской Федерации от 6 мая 2008 г. № 632-р. URL: <http://www.garant.ru/prime/20080522/93274.htm>.
 4. Королева С. И., Малышков В. И., Горелова Т. П. Роль цифровой экономики в современной торговле // Вестник Академии. 2017. № 3. С. 5–11.
 5. Косарева О. А. Инновационная деятельность российских предприятий как основа повышения конкурентоспособности продукции // Вестник Академии. 2016. № 4. С. 146–150.
 6. Охотский Е. В. Государственный режим и стиль управленческой деятельности: трудности демократической трансформации // Управление. 2017. Т. 5. № 31. С. 62–71.
 7. Постановление Правительства Российской Федерации от 14 ноября 2015 года № 1235 «О Федеральной государственной информационной системе координации информатизации».
 8. Постановление Правительства Российской Федерации от 15 апреля 2014 года № 313 «Об утверждении государственной программы Российской Федерации «Информационное общество (2011–2020 годы)».
 9. Прогноз научно-технического развития Российской Федерации на период до 2030.
 10. Стратегия развития отрасли информационных технологий в Российской Федерации на 2014–2020 и на перспективу до 2025 года.
 11. Федеральный закон от 27 июля 2010 года № 210-ФЗ (в редакции Федерального закона от 13.07.2015 № 216-ФЗ) «Об организации предоставления государственных и муниципальных услуг». URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_103023/.
 12. Чеглов В. П., Чернухина Г. Н. О проблемах государственного регулирования торговли в России в условиях интеграции // Вестник Академии. 2015. № 4. С. 93–99.
 13. Чернухина Г. Н. Об эффективности функционирования рыночной модели как основы экономического развития общества // Вестник Академии. 2016. № 1. С. 97–101.
 14. Чернухина Г. Н., Никулина Ю. А. Влияние стиля управления на сохранение торгового бизнеса в условиях стагнации российской экономики // Вестник Академии. 2015. № 1. С. 44–48.
 1. Ermolovskaya O. Yu. (2016) Modern Russia: to the question about the possibilities of economic growth. *Bulletin of the Academy*, no. 1, pp. 11–16.
 2. Kalugin A. S., Karpova E. V., Lebedeva T. P. (2016) Commercial education XXII – early XX centuries as the prototype of the modern education in management and business education. *Economic and Social development of entrepreneurship and its role in the economy of Russia*. Materials of the international scientific and practical conference. Moscow Academy of entrepreneurship under the government of Moscow, pp. 137–140.
 3. The concept of formation of e-government in the Russian Federation until 2010. The decree of the Russian Federation Government of 6 May 2008, No. 632-R. URL: <http://www.garant.ru/prime/20080522/93274.htm>.
 4. Korolev S. I., Malyshev V. I., Gorelova T. P. (2017) Role of digital economy in modern trade. *Bulletin of the Academy*, no. 3, pp. 5–11.
 5. Kosareva O. A. (2016) Innovative activity of the Russian enterprises as a basis of increase of competitiveness of production. *Bulletin of the Academy*, no. 4, pp. 146–150.
 6. Okhotsky E. V. (2017) State regime and management style: the difficulties of democratic transformation. *Control*, vol. 5, no. 31, pp. 62–71.
 7. Resolution of the government of the Russian Federation of November 14, 2015 № 1235 "On the Federal state information system of coordination of information".
 8. The decree of the RF Government dated 15 April 2014 № 313 "On approving the state program of the Russian Federation "Information society (2011–2020)".
 9. Forecast of scientific and technical development of the Russian Federation for the period up to 2030.
 10. Strategy development of the information technology industry in the Russian Federation for 2014–2020 and for the future up to 2025.
 11. Federal law No. 210-FZ of 27 July 2010 (as amended by Federal law no. 216-FZ of 13 July 2015) on the organization of the provision of state and municipal services. URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_103023~.
 12. Cheglov V. P., Chernukhina G. N. (2015) On the problems of state regulation of trade in Russia in terms of integration. *Bulletin of the Academy*, no. 4, pp. 93–99.
 13. Chernukhina G. N. (2016) The efficient functioning of market models as the basis for economic development. *Bulletin of the Academy*, no. 1, pp. 97–101.
 14. Chernukhina G. N., Nikulin Yu. A. (2015) Influence of management style on the preservation of trade business in the conditions of stagnation of Russian economy. *Bulletin of the Academy*, no. 1, pp. 44–48.

References

УДК 339.137.2

С. А. Калугина,

кандидат технических наук, доцент,
Российский экономический университет
имени Г. В. Плеханова,
Москва, Россия

Т. П. Лебедева,

кандидат технических наук, доцент
кафедры коммерции и торгового дела,
Московский финансово-промышленный
университет «Синергия»,
Москва, Россия

Т. И. Урясьева,

кандидат экономических наук, доцент,
Российский экономический университет
имени Г. В. Плеханова,
Москва, Россия

Некоторые показатели конкурентоспособности и ресурсный потенциал предприятия торговли по обслуживанию покупателей

Аннотация

Цель работы – проанализировать сложившиеся направления и методы оценки места расположения торгового предприятия как одного из основополагающих показателей, определяющих его конкурентоспособность, а также показать возможности ресурсного потенциала торговли в плане повышения конкурентоспособности предприятия.

Материалы и методы. В статье использованы методы сравнительного анализа, селекции, оптимизации и логического моделирования.

Результат. В работе обобщена информация по анализу месторасположения торгового предприятия и показана возможность построения маркетинговой карты района, определения потенциальной емкости рынка. Рассмотрены возможности новых инновационных технологий.

Заключение. Большинство методов оценки месторасположения торгового предприятия не обеспечивают комплексного подхода и являются довольно сложными; новые инновационные технологии представляют ресурсный потенциал торговли и могут позволить улучшить качество обслуживания покупателей.

Ключевые слова: маркетинговая карта района, конкурентоспособность, место расположения, ресурсный потенциал торговли, качество обслуживания покупателей.

S. A. Kalugina,

Candidate of Technical Sciences,
Associate Professor, Plekhanov Russian
University of Economics,
Moscow, Russia

T. P. Lebedeva,

Candidate of Technical Sciences,
Associate Professor, The Department
of Commerce and trade business,
Moscow financial-industrial
University «Synergy»,
Moscow, Russia

T. I. Uryasyeva,

Candidate of Economic Sciences,
Associate Professor, Plekhanov Russian
University of Economics,
Moscow, Russia

Some Indicators of Competitiveness and Resource the Potential of Enterprise Service Buyers

Abstract

Purpose of the work. To analyze the directions and methods of evaluating the location of commercial enterprises, as one of the fundamental determinants of its competitiveness. And also to show the possibilities of the resource potential of trade to improve the competitiveness of the enterprise.

Materials and methods. The article used the methods of comparative analysis, selection, optimization, and Boolean modeling.

Results. *The work summarized information on the analysis of location of commercial enterprise and the possibility of constructing marketing maps of the area, determining the potential market size. Considered the possibility of new innovative technologies.*

Conclusion. *Most methods assess the location of commercial enterprise do not provide a comprehensive approach and are quite complex; new innovative technologies are the resource potential of trade and can afford to improve the quality of customer service.*

Keywords: *marketing map of the area, competitiveness, location, resource potential trade, the quality of customer service.*

Конкурентоспособность предприятия торговли напрямую связана с качеством обслуживания покупателей. Одной из составляющих качества обслуживания в розничном торговом предприятии являются издержки потребления, т. е. затраты времени покупателя на совершение покупки, в том числе на дорогу в торговое предприятие и обратно [4]. Последнее связано с месторасположением торгового предприятия. В то же время месторасположение розничного торгового предприятия является одним из решающих факторов его конкурентоспособности, поскольку удобное расположение магазина может обеспечить постоянный поток покупателей.

Факторами, влияющими на издержки потребления, являются:

– градостроительные особенности и уровень развития инфраструктуры, в том числе размеры города, района, численность жителей, плотность проживания, функциональное назначение (зоны жилой застройки, промышленные, транспортные, коммунальные и пр.), расположение различных учреждений, строительных площадок, зон отдыха и т.д.;

– факторы спроса, т. е. объем и структура спроса, которые зависят от плотности проживания населения на рассматриваемой территории, интенсивности движения пешеходов и транспорта вблизи объекта, уровня доходов покупателей и предъявляемых ими требований к предлагаемым товарам, покупательских предпочтений. Следует учитывать и ситуацию потребления (специально запланированный поход в магазин, покупки, совершаемые по пути на работу, учебу, отдых, домой, пешком или с использованием транспорта, общественного или личного);

– факторы предложения, которые включают в себя объем и структуру предложения, причем не только данного предприятия, но и его прямых конкурентов, количество этих конкурентов, их месторасположение. Огромное влияние оказывают политика товародобывания, ценообразования, уровень сервисного обслуживания, формат магазина и в целом маркетинговая деятельность предприятия.

Все вместе взятое влияет на позицию предприятия на рынке и может обеспечить ему существенное конкурентное преимущество. Успешность коммерческой деятельности предприятия торговли зависит от количества привлеченных покупателей. У каждого магазина есть своя тор-

говая зона. Торговая зона влияния магазина – это территория, которая обеспечивает приток покупателей в данное торговое предприятие.

Существуют разные теории и модели оценки месторасположения розничных торговых предприятий. Так, согласно теории центрального места, сформулированы такие понятия, как радиус действия торговой точки и радиус необходимой торговой зоны [5].

Радиус действия торговой точки – это максимальное расстояние, которое покупатель готов преодолеть для посещения данного магазина. Радиус необходимой торговой зоны – это та минимальная территория, которая должна обеспечить магазину необходимый объем спроса.

Согласно данной теории, покупатели идентичны, ведут себя рационально и в целом одинаково оценивают свои издержки по посещению торгового предприятия. В целом теория характеризует некоторые факторы, влияющие на посещение магазина, выявляет различия торговых зон в зависимости от формата торгового предприятия, однако факторов влияния гораздо больше и, как считают специалисты, данная модель сильно упрощена.

Существуют модели, основанные на теории пространственного взаимодействия:

- закон Рейли (1931) – исходит из гравитационных законов физики;
- закон Хаффа (1964) – ориентируется на полезность для покупателя;
- модель Лакшмана-Хансена (1965–1966) – является развитием закона Рейли, включает перечень конкретных типов магазинов;
- модель МСI – является усовершенствованием закона Хаффа, включает факторы конкуренции;
- модели MNL – основаны на предпочтениях и выборе отдельного покупателя.

Торговые зоны могут иметь неправильную форму и даже сложную конфигурацию, зависящие от физической среды, в которой располагается торговое предприятие, а также целого ряда других факторов: формата магазина, расположения торговых предприятий конкурентов, градостроительных особенностей, факторов спроса, факторов предложения, о которых сказано выше.

В то же время закон Рейли определяет зону охвата двух сравниваемых городов (районов) в зависимости от численности населения каждого из них и расстояния между ними.

Как уточняет Г. Н. Чернухина [10], цель данного метода – установить точку безразличия между двумя исследуемыми городами (районами). Точка безразличия – это точка разделения между двумя исследуемыми городами (районами), в которой для покупателя не существенно, в каком городе (районе) делать покупки.

Закон Рейли гласит: «Частота, с которой жители промежуточного поселения торгуют с двумя городами, прямо пропорциональна населению двух городов, и обратно пропорциональна квадрату расстояния от этих двух городов до данного поселения» [5]. Предел торговой зоны рассчитывается по формуле:

$$D_A = \frac{D_{AB}}{1 + \sqrt{\frac{P_B}{P_A}}},$$

где: D_A – предел торговой зоны города (района) A вдоль дороги в сторону города (района) B ;

D_{AB} – расстояние или время поездки от города A до города B ;

P_A – численность населения города (района) A ;

P_B – численность населения города (района) B .

Необходимые условия для действия закона Рейли:

- обе исследуемые торговые зоны конкурирующих торговых предприятий в равной степени доступны для покупателей;
- оба розничных торговых предприятия работают одинаково эффективно.

Однако в современных условиях высокой конкуренции и высокой мобильности населения покупатели далеко не всегда ведут себя рационально, на их поведение оказывает влияние большое количество факторов, которые закон Рейли не учитывает.

Закон Хаффа в какой-то степени преодолевает ограничения модели Рейли поскольку в его основе лежит полезность для покупателя. При этом учитываются размер площади торгового зала, которая будет влиять на ассортимент предлагаемых товаров, и время, затрачиваемое покупателем от дома до торговой точки.

Математически закон выражается следующей формулой:

$$P_{ij} = \frac{S_j}{T_{ij}^\lambda},$$

$$\sum_{j=1}^M \left(\frac{S_j}{T_{ij}^\lambda} \right)$$

где: P_{ij} – вероятность посещения потребителем торговой точки j из дома i ;

S_j – площадь торгового зала в торговой точке j ;

T_{ij} – время движения от дома потребителя до торговой точки;

λ – параметр, учитывающий тип посещения магазина, т.е. зависимость времени движения от различных типов совершения покупок;

M – количество торговых точек в зоне.

Однако данный закон не учитывает целый ряд факторов, влияющих на вероятность посещения покупателем данной торговой точки, например разную мотивацию людей в зависимости от периода времени, используемых коммуникаций и т.д., и поэтому точной оценки он не дает.

Впоследствии модели Рейли и Хаффа были многократно усовершенствованы и усложнены за счет введения новых переменных, позволяющих увеличить количество факторов влияния, например модели Лакшмана и Хансена (1965–1966), модель МСІ, учитывающая конкурентное взаимодействие, модели MNL, основанные на предпочтениях отдельных покупателей, однако все они мало пригодны для использования на практике.

Из современных методов анализа месторасположения розничного торгового предприятия можно назвать следующие: метод контрольного списка, аналоговый метод, регрессивный метод, метод «часы».

Метод контрольного списка предусматривает сравнительную балльную оценку исследуемых магазинов по фиксированному набору параметров. Для каждого параметра устанавливается свой весовой коэффициент. Набор параметров может варьироваться, их выбор определяет эксперт. Наиболее часто используются месторасположение, доступность объекта, в т. ч. удобство подъезда и парковки, социально-демографические характеристики населения, характеристики розничного торгового предприятия и его прямых конкурентов, полезное соседство, т. е. центры притяжения покупателей, например, торговые центры и т.д. Однако факторов, влияющих на товарооборот торгового предприятия, очень много и для разных магазинов они могут отличаться, что усложняет сравнительную оценку.

Аналоговый метод – на основе данных опроса составляется карта местожительства покупателей магазина и выясняется средняя частота посещений ими в неделю анализируемого магазина. Карта делится на одинаковые сектора, и в каждом отмечается количество проживающих там покупателей, которое умножается на среднюю частоту посещений.

В зависимости от плотности проживания покупателей и частоты посещений ими магазина определяют первичную, вторичную и третичную зоны магазина.

Первичной считается зона, которая обеспечивает 65–75% покупок магазина, вторичной – 20–30% покупок и третичной – 5–10%. Кроме того, нужно проанализировать конкурентное окружение, что позволит скорректировать торговые зоны. Конфигурация торговых зон чаще всего имеет неправильную форму.

Несмотря на ряд преимуществ, данный метод также не позволяет учесть все факторы влияния на товарооборот.

В работе [5] описан метод «чась», который используется в компании «Юнион Стандарт Консалтинг». В данном случае для каждого магазина торговая зона строится с помощью стандартного радиуса его формата, причем выделяются ближняя, средняя и дальняя зоны. Полученные окружности делят на 4 сектора (в ряде случаев их может быть 8 или 12). Если расположение магазина идеальное, т. е. жилые застройки окружают со всех сторон и все они с одинаковой плотностью проживания, то каждый сегмент ближней зоны будет давать 15% покупок, средней и дальней – 5%. Однако идеальное расположение встречается редко.

Сегменты, в которых отсутствуют жилые постройки или находятся другие объекты, не учитываются. И чем больше таких сегментов, тем слабее положение магазина.

Многие из описанных методов на практике применяются в комплексе. Анализируя месторасположение торгового предприятия, необходимо учитывать привлекательность его торговой зоны, причем в двух ракурсах: привлекательность с точки зрения покупателей, и привлекательность с точки зрения предприятия торговли.

Математически привлекательность торговой зоны можно определить с помощью анализа факторов, которые влияют на привлекательность и для покупателей, и для самого розничного торгового предприятия. В данном случае рассчитывается коэффициент привлекательности торговой зоны [10]:

$$KPi = \sum_{j=1}^J a_j (G_j/G_{jopt})^n,$$

где: J – общее количество рассматриваемых факторов; a_j – коэффициент значимости j фактора; G_j – численное значение j фактора; G_{jopt} – оптимальное для покупателя и торгового предприятия значение фактора; $n = 1$, если увеличение значения соответствующего фактора приводит к повышению привлекательности; $n = -1$, если увеличение значения соответствующего фактора приводит к снижению привлекательности.

Оптимальность расположения розничного торгового предприятия определяется соотношением покупательской способности потребителей и возможностями предприятия.

Большинство методов оценки места расположения торгового предприятия не обеспечивают комплексного подхода и не являются достаточными в расчетах. На наш взгляд, практический интерес представляет метод построения маркетинговой карты района и определение потенциала емкости рынка.

Чтобы построить маркетинговую карту района в интернет-ресурсе, можно воспользоваться сервисом «Яндекс. Карты». Строить карту нужно с учетом того, что соотношение площадей зон до-

ступности зависит от специализации магазина. В продуктовый магазин приходят в основном жители близлежащих домов. В торговый центр и специализированный магазин могут приехать покупатели из другого района города.

При построении маркетинговой карты района первоначально определяют зоны шаговой доступности, выявляют препятствия (стройки, дороги, водоемы, заборы и пр.) и места их преодоления. Далее проводится корректировка зон доступности с учетом мест преодоления препятствий. После этого целесообразно оценить потенциал рассматриваемой территории. Для этого необходимо:

- рассчитать количество потенциальных покупателей (домохозяев), проживающих в первой зоне шаговой доступности. На сайте «Реформа ЖКХ» можно найти информацию о количестве квартир и количестве жителей практически в любом многоквартирном доме России;
- оценить средний уровень доходов жителей района. Эту информацию можно найти в открытом доступе;
- оценить структуру расходов, в том числе на продукты питания. Сведения о структуре расходов приведены на сайте Росстата.

Далее следует проанализировать и оценить конкурентное окружение. Выявить конкурентов поможет интернет-ресурс. Например, нас интересуют продовольственные магазины. Введя в поисковой строке «Яндекс. Карта» «магазин продуктов» или «продуктовый магазин» получим информацию о торговых предприятиях, которые осуществляют торговлю продовольственными товарами в нашем районе и могут составить нам конкуренцию.

При первичном анализе конкурентной среды можно оценивать только специализацию торгового предприятия, его месторасположение, формат, установку на целевой сегмент и приблизительный объем продаж.

При более глубоком анализе конкурентов следует учитывать такие показатели конкурентоспособности, как глубина и ширина ассортимента, ценовая политика, качество обслуживания, уровень сервиса, коммуникации и т.д. [3].

Большие возможности по повышению эффективности работы и конкурентоспособности торгового предприятия может дать использование новых технологий [1, 2, 6, 7]. Конечно, внедрение инноваций часто связано с большими затратами, но за ними будущее.

Мы все являемся покупателями. И что же очень часто является причиной нашего недовольства работой торгового предприятия? Это очереди в кассу, неработающие кассовые узлы, непрофессионализм кассиров. Как говорят специалисты, кассовая линия – это форпост магазинов самообслуживания. Быстрое и квалифицированное обслуживание на кассе ценится покупателями

очень высоко. Поэтому работы в этом направлении ведутся постоянно. Так, некоторые предприятия торговли используют технологию queue busting. Согласно этой технологии борьбы с очередями, во время часа пик кассирам помогают работники торгового зала, которые с помощью мобильных терминалов сканируют товары, выбранные покупателями, пока те стоят в очереди. Просканированные товары складываются в пакет, который запечатывают, и наклеивают на него этикетку со штрих-кодом. Кассиру нужно лишь отсканировать такой штрих-код и рассчитаться с покупателем. Данная технология позволяет сэкономить время на формирование чека и повышает пропускную способность. Queue busting уже используется некоторыми российскими торговыми сетями, например, Ашан и О'КЕЙ. Увеличить проходимость можно и без помощи дополнительных сотрудников торгового зала. С этой целью используются биоптические сканеры штрих-кодов, угол сканирования которых равен 360°. Их использование позволило в свое время сети «Седьмой континент» увеличить оборот на 30%.

Кроме того, следует учитывать, что ресурсный потенциал торговли далеко не исчерпан [9]. В связи с этим представляет интерес показать возможности торговли в плане использования цифровых технологий. В этом направлении показательны наработки компании Metro Group по созданию магазина будущего. Его так и назвали – Future Store. Первый магазин был открыт в маленьком немецком городе Райнберг недалеко от Дюссельдорфа. Здесь были реализованы инновационные технологии в области торговли, разработанные более чем с 60 партнерами, среди которых всемирно известные компании IBM, Intel, SAP, T-Systems [8].

Экспериментальный магазин представлял собой сочетание выставочного комплекса и демонстрационного универсама поначалу с небольшим количеством наименований товаров и небольшим штатом сотрудников. Этот магазин стал, по высказываниям специалистов, «платформой развития и тестовой оптимизации возможностей и преимуществ для потребителей, ритейлеров и индустрии товаров широкого потребления в целом».

Одной из основных технологий, которые использовались в Future Store, была RFID (Radio Frequency Identification) – радиочастотная идентификационная технология, которая реализуется в виде полной интегрированной сети в масштабах супермаркета. С помощью RFID системы супермаркета автоматически распознают товары и представляют персоналу магазина основную информацию о них – сведения о поставщиках, предельных сроках продажи, характеристиках товара и дают его описание.

Кроме RFID, в Future Store обрабатывались такие новые технологии, как WLAN (Wireless

Local Area Network – беспроводная локальная сеть), PSA (Personal Shopping Assistant – персональный ассистент для покупок), Information Terminal (информационный терминал), Smart Scales (умные весы) и Self Check-Out (система самообслуживания).

Self Check-Out – технология самообслуживания, которая заключается в том, что в случае покупки небольшого количества и небольших по объему товаров, покупатель самостоятельно их сканирует и оплачивает, не прибегая к услугам кассира. В некоторых российских сетях это уже применяется. Цель использования Self Check-Out – уменьшить очереди в кассу, ускорить процесс продажи, разделить поток покупателей по количеству купленных товаров. Такой кассовый узел в целях удобства покупателей должен быть ярко оформлен, чтобы на него сразу обращали внимание.

Information Terminal (информационный терминал, информационный киоск) – это интеллектуальные терминалы, которые размещают в близости от входа в супермаркет. С их помощью покупатели могут получить исчерпывающую информацию о товаре: цене, составе и месте на полке. И, как итог, покупатель значительно сокращает время на посещение магазина, а продавец лишней раз не отвлекается на предоставление информации о товаре. Кроме сведений о товаре, информационный терминал предоставит покупателю информацию о рекламных акциях и скидках, действующих в магазине.

Smart Scales (умные весы) – это весы, которые предназначены для взвешивания овощей и фруктов. Они имеют специальную камеру и оснащены программным обеспечением, позволяющим распознавать взвешиваемые товары по размеру, цвету и фактуре поверхности. Весы автоматически определяют вид товара, взвешивают его, распечатывают и приклеивают наклейку с соответствующей ценой. Такая технология избавляет продавцов и покупателей от необходимости взвешивать товар самим.

Используемые технологии позволяют увеличить проходимость на кассовом узле, экономят время покупателя и делают работу торгового предприятия эффективнее. Однако в обозримом будущем полностью заменить человека в розничной торговле терминалами самообслуживания не получится. Тем не менее ресурсный потенциал торговли велик, и появление новых ноу-хау возможно в ближайшем будущем.

Таким образом, рассмотренный в статье материал показал, что месторасположение торгового предприятия является основополагающей детерминантой, определяющей удовлетворенность покупателей, а следовательно, и конкурентоспособность предприятия. Сложившиеся направления, по которым осуществляется оценка местораспо-

ложения торгового предприятия, не являются завершенными, поскольку в современном бизнесе существуют и другие потребности в информации по данной проблеме, влияющие на удовлетворенность покупателей.

Большинство методов оценки месторасположения торгового предприятия не обеспечивают комплексного подхода и являются достаточно сложными. Практический интерес представляет метод построения маркетинговой карты района и определение потенциальной емкости рынка.

Новые инновационные технологии представляют ресурсный потенциал торговли, позволяющий улучшить качество обслуживания покупателей.

Литература

1. Бойкова А. В., Тюник О. Р., Никишин А. Ф. Перспективы развития автоматизированной торговли с использованием инструментов мобильной коммерции // Экономика и предпринимательство. 2017. № 7 (84). С. 474–476.
2. Иванов Г. Г., Майорова Е. А. Нематериальные активы в повышении эффективности розничной торговли // Экономика. Бизнес. Банки. 2016. № 3 (16). С. 68–80.
3. Илюха С. Конкуренция 4G. Как добиться успеха в век высоких технологий // Управление магазином. 2015. № 5. С. 17–23.
4. Калугина С. А., Лебедева Т. П., Макаров А. А. Оценка качества работы персонала как фактор формирования клиентоориентированности предприятия // Вестник Академии. 2017. № 1 (51). С. 59–65.
5. Красюк И. Н., Калугина С. А., Шульдешов А. С. Аспекты конкурентоспособности и управления собственными торговыми марками на розничных торговых предприятиях. Монография. М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2015. 172 с.
6. Кутаева Т. Н., Горшкова Д. С., Дубиновский М. З. Теоретические аспекты понятия «инновация» в розничной торговле // Азимут научных исследований: экономика и управление. 2016. Т. 5. № 2 (15). С. 157–160.
7. Макаров А. А., Калугина С. А. Обзор инновационных решений, широкое использование которых целесообразно в сфере торговли // Актуальні проблеми та перспективи розвитку економіки в умовах глобальної нестабільності. Кременчук: КрНУ. 2014. С. 243–245.
8. Малова А., Ларичкин Г. Касса как стратегический объект // Управление магазином. 2013. № 2. С. 9–13.
9. Николаева Т. И., Урясьева Т. И. Разработка подходов к анализу ресурсного потенциала торговой организации с целью выбора конкурентной стратегии // Торгово-экономический журнал. 2017. Т. 4. № 1. С. 35–48.
10. Чернухина Г. Н. Методика определения торговой зоны и размещения сети торговых предприятий в муниципальных образованиях // Вестник Академии. 2017. № 1 (51). С. 32–38.

References

1. Boikova A.V., Tunic O. R., Nikishin A. F. (2017) Prospects of development of automated trade using the tools for mobile Commerce. *Economics and entrepreneurship*, no. 7 (84), pp. 474–476.
2. Ivanov G. G., Majorova E. A. (2016) Intangible assets in increasing the efficiency of retail trade. *Economy. Business. Banks*, no. 3 (16), pp. 68–80.
3. Plyukha S. (2015) 4G Competition. How to succeed in the age of high technology. *The store management*, no. 5, pp. 17–23.
4. Kalugina S. A., Lebedeva T. P., Makarov A. A. (2017) Assessment of the quality of work of the personnel as factor of forming of customer focus of the enterprise. *Bulletin of the Academy*, no. 1 (51), pp. 59–65.
5. Krasiuk I. N., Kalugina S. A., Soldatov A. S. (2015) Aspects of competitiveness and management of their own brands for retail trade enterprises. Monograph. 172 p.
6. Kutaeva T. N., Gorshkov D. S., Dubinovsky M. Z. (2016) Theoretical aspects of the concept "innovation" in retail trade. *Azimuth of scientific research: Economics and management*, vol. 5, no. 2 (15), pp. 157–160.
7. Makarov A. A., Kalugin A. S. (2014) Review of innovative solutions, wide use of which is expedient in trade. *Aktualni the problems, progress and prospects development of economy in umovah globalno nestalnost*. Kremenчук: Krnu, pp. 243–245.
8. Malova A., Larichkin G. (2013) Cash register as a strategic object. *Shop Management*, no. 2, pp. 9–13.
9. Nikolaeva T. I., Urasawa T. I. (2017) Development of approaches to the analysis of resource potential of trade organizations to select competitive strategies. *Trading-the economic journal*, vol. 4, no. 1, pp. 35–48.
10. Chernukhina G.N. (2017) The method of determining trade area and placement of commercial enterprises in the municipalities. *Bulletin of the Academy*, no. 1 (51), pp. 32–38.

УДК 336.025

П. В. Журавлев,
профессор, доктор экономических
наук, Российский экономический
университет им. Г. В. Плеханова,
Москва, Россия;
e-mail: pzhurav@mail.ru

А. Б. Конобеева,
доцент, кандидат
сельскохозяйственных наук,
Одинцовский филиал МГИМО,
Москва, Россия;
e-mail: alla.konobeeva@yandex.ru

Проблемы импортозамещения в современных условиях

Аннотация

Цель работы. В статье освещаются проблемные негативные факторы современного отечественного производства, сущность политики импортозамещения, условия для отечественных производителей с целью обеспечения конкурентоспособности промышленной и сельскохозяйственной продукции.

Материалы и методы. В статье использованы методы причинно-следственного исследования, контент-анализ.

Результат. Частные формы собственности и появление новейших организационно-хозяйственных форм предпринимательской деятельности усилили тенденции к суверенитету территорий, что в свою очередь привело к изменению промышленных и аграрных отношений в стране.

Заключение. Результаты исследования могут быть использованы для решения проблемы импортозамещения в современных условиях.

Ключевые слова: национальная безопасность, промышленная и продовольственная безопасность, отечественные производители, промышленная и аграрная сфера, промышленная и сельскохозяйственная продукция, импортозамещение, промышленное и аграрное предпринимательство, внешний и внутренний рынок, санкционные и контрсанкционные перспективы.

P. V. Zhuravlev,
PhD, Professor of Human Resource
Management Department, Plekhanov
Russian University of Economics,
Moscow, Russia;
e-mail: pzhurav@mail.ru

A. B. Konobeeva,
Associate Professor, Candidate of
Agricultural Sciences, Odintsovo branch
of the Moscow state Institute
of international relations,
Moscow, Russia;
e-mail: alla.konobeeva@yandex.ru

Import Substitution in Modern Conditions

Abstract

Purpose of work. The article highlights the problem constraints of the modern domestic production, import substitution policy essence, conditions for local producers to ensure the competitiveness of industrial and agricultural products.

Materials and methods. The article uses the methods of causation investigation, content analysis.

Results. Private form of ownership and the emergence of the latest organizational-economic forms of entrepreneurial activities have reinforced the trend towards suzerainty territories, which in turn led to a change in the industrial and agrarian relations in the country.

Conclusion. The results of the study can be used to solve the problem of import substitution in modern conditions.

Keywords: national security, industrial and food security, domestic manufacturers, industrial and agrarian sphere, industrial and agricultural products, import substitution, industrial and agricultural enterprise, external and internal market, sanctions and anti-sanctions perspectives.

В российской экономике в настоящее время одновременно проявляются три отрицательные тенденции:

- структурные проблемные изменения в сырьевой экономике;
- падение цен на нефть и сохранение их на весьма низком уровне;
- введение и ужесточение внешнеэкономических санкций.

Эти моменты выявляют необходимость разработки альтернативного развития сырьевой экономике и укрепления безопасности страны. Данные обстоятельства заставляют государство, бизнес и общественность активно проявлять интерес к разработке и реализации политики импортозамещения.

Сущность её заключается в создании благоприятных условий для российских промышленных и сельхозпроизводителей, быстрого увеличения объемов производимой ими продукции как на внутреннем рынке России, так и на многопрофильных рынках международных производителей.

Замещение импорта отечественными товарами может осуществляться с помощью тамо-

женно-тарифного регулирования (пошлины) и нетарифного (квоты, лицензирование ввоза) регулирования. Кроме того, с помощью государственного и частного субсидирования данного производства внутри страны и прямого запрета на импорт определенных товаров из-за рубежа.

Проекты и программы правительства Российской Федерации, направленные на реализацию данной политики, касаются прежде всего приоритетных отраслей: нефтегазовой отрасли, военно-промышленной и аграрной сферы, а также информационных технологий. Важнейшее условие – поддержка не должна быть направлена на устаревшие технологии, неэффективный протекционизм. Она должна повышать качественный уровень экспорта продукции, создавать и развивать новые предприятия, ориентированные на мировой рынок и обеспечивать их жизнеспособность в условиях жесткой международной конкуренции. Приведём комплексную программу импортозамещения, принятую российским президентом и правительством на период до 2020 года.

Как видим, намеченные цели и задачи по их достижению сложные, но вполне реально выполни-

Таблица 1

Политика по сокращению импорта в документах президента и правительства Российской Федерации на период до 2020 года [4]

Отрасль	Документ/мероприятие	Задачи и сроки
Сельское хозяйство	<p>Госпрограмма развития с/х на 2013–2020 (пост. правительства № 717 от 14.07.12, разработка Минсельхоза)</p> <p>Запрет на ввоз сельхозпродукции до 06.08.16 (указы президента № 560 от 06.08.14 и № 320 от 24.06.15)</p> <p>План мероприятий по содействию импортозамещению в с/х на 2014–2015 (распоряжение правительства №1948-р от 02.10.14)</p> <p>Снижение ввозных пошлин по оборудованию для рыбоводства</p>	<p>До 2020 г. увеличить вес российских продтоваров в общих ресурсах:</p> <ul style="list-style-type: none"> • мяса – до 91,5%; • зерна – до 99,7%; • молока – до 90,2 %; • свекловичного сахара – до 93,2%; • картофеля – до 98,7%; • растительного масла – до 87,7%
Промышленность	<p>Госпрограмма Российской Федерации «Развитие промышленности и повышение ее конкурентоспособности» (пост. правительства № 328 от 15.04.14, разработка Минпромторга)</p> <p>Создание фонда развития промышленности (распоряжение правительства №1651-р от 28.08.14)</p> <p>Программа поддержки инвестпроектов, реализуемых на территории России на основе проектного финансирования (пост. правительства №1044 от 11.10.14)</p> <p>Закон «О промышленной политике в Российской Федерации» №488-ФЗ от 31.12.14</p> <p>20 отраслевых планов импортозамещения (приказы Минпромторга от 31.03.15)</p> <p>«О специнвестконтрактах для отдельных отраслей промышленности» (пост. правительства №708 от 16.07.15)</p> <p>Региональные программы содействия импортозамещению (разработки правительств субъектов Российской Федерации)</p>	<p>До 2020 г.:</p> <ul style="list-style-type: none"> • снизить долю импорта, используемого для российского производства и потребления; • повысить конкурентоспособность отечественной продукции; • обеспечить внутренний спрос; • увеличить экспорт российских товаров

мые. Можем сделать вывод, что политика импортозамещения должна формировать внутренний и внешний мировой спрос, стимулирующий развитие малого и среднего бизнеса международного уровня как в промышленной, так и аграрной сферах.

Важной составляющей внутреннего спроса является рост потребительского спроса со стороны населения страны. Ведущая роль в формировании внутреннего спроса населения проводится через действенные механизмы его стимулирования и принадлежит государству, регулирование которого осуществляется через государственные закупки и инвестиции.

На федеральном уровне для стимулирования внутреннего спроса на продукцию отечественных производителей установлены льготы поставщикам российских товаров в размере 15% от начальной цены контракта.

Стратегические цели развития отечественной экономики диктуют необходимость нормализации политических отношений со странами Запада и отмены санкций, однако могут негативно сказаться на внутреннем рынке.

Структурируя негативные факторы, которые значительно ограничивают реализацию политики импортозамещения, в первую очередь необходимо указать следующие:

- 1) финансовые ограничения и недостаток собственных ресурсов промышленных и сельскохозяйственных предприятий;
- 2) затруднения при привлечении кредитных ресурсов;
- 3) поверхностно разработанная система субсидий и налоговых льгот;
- 4) производственно-технологические факторы, выражающиеся в отсутствии российских аналогов оборудования и многопрофильного сырья требуемого конкурентоспособного качества;
- 5) очевидные, не отвечающие мировым стандартам технико-технологические возможности отдельных предприятий для их полноценного участия в конкурентной борьбе на мировом рынке;
- 6) отсутствие гарантий спроса и предложения на продукцию ввиду неопределенности санкционных и контрсанкционных перспектив [3].

Следовательно, делаем очевидный вывод, что процесс импортозамещения не может быть реализован без эффективной государственной поддержки бизнеса, благоприятных условий для инвесторов, а также предоставления субсидий на научно-исследовательские и опытно-конструкторские работы, доступного кредитования и налоговых льгот [1].

Укрепить и расширить рынки сбыта промышленным и аграрным производителям поможет

только их активное участие в государственном заказе и международных торгах. Монополизация крупным бизнесом значительной доли рынка лишает многих предпринимателей в среднем и малом бизнесе возможности производства и сбыта продукции из-за угрозы поглощения.

В результате выделяем пять основных проблем предпринимательства на промышленном и аграрном отечественных рынках.

Во-первых, к сожалению, действующие законодательные и нормативные акты в области малого и среднего бизнеса в промышленном и сельскохозяйственном производствах не имеют эффективных механизмов практической реализации. Следовательно, нет гарантии в том, что бизнес останется «на плаву». Кроме того, государство не оказывает приоритетную поддержку для развития малых форм хозяйства, что ведет к снижению деловой активности этих субъектов как на селе, так и в городе.

Вторая проблема – это отсутствие реальных, практических, действенных финансово-кредитных механизмов, обеспечивающих заинтересованность предпринимателей брать кредиты и возвращать их.

Третья проблема – это ограниченный, процедурно очень сложный доступ к финансам, неоправданно заформализованный.

Четвертая проблема – нет хорошей и надежной системы кредитов для малых предпринимателей, особенно в сфере агробизнеса.

Пятая проблема – отсутствие полноценного промышленного и аграрного маркетинга и консалтинга.

Данные проблемы приводят к значительному снижению предпринимательской активности городского и сельского населения, что препятствует возникновению стимулов к развитию малого и среднего бизнеса в промышленном и агропромышленном секторах народного хозяйства.

При этом банковским структурам, которые владеют вполне достаточными объемами финансов, невыгодно выдавать кредиты на развитие малого и среднего предпринимательства в этих сферах народного хозяйства.

Выходом из этой ситуации может стать механизм, который в альтернативу банкам сможет выполнить эту функцию. Этим механизмом должен комплексовать специализированных фондов поддержки малого и среднего предпринимательства. Кроме того, необходимо урегулировать систему налогообложения, которая явно не стимулирует предпринимателей производить промышленную и сельскохозяйственную продукцию.

На функционирование малого и среднего бизнеса часто негативно воздействуют органы местного самоуправления, которые пытаются компенсировать изымаемые у них доходы от

перераспределения средств на региональный и федеральный уровни и дополнительно вводят местные налоги и сборы. Это нередко приводит к тому, что не все зарегистрированные предприятия малого и среднего бизнеса легально осуществляют свою производственную и торговую предпринимательскую деятельность.

Существуют и затруднения в осуществлении новых инновационных программ развития бизнеса в промышленности и сельском хозяйстве. Новейшему техническому оснащению предприятий препятствует недостаток финансовых средств, поэтому нет возможности для приобретения новейшего оборудования [2].

Кроме этого, следует заметить, что более 3/4 промышленной и 2/3 сельскохозяйственной продукции в России производится крупными предприятиями, которые, по сути, являются монополистами.

Следовательно, делать ставку на то, что в перспективе российский мелкий промышленник и фермер обеспечит потребителей товарами народного потребления и продуктами животноводства и растениеводства без существенной государственной поддержки, представляется нереальным.

Важным аспектом является и отсутствие согласованности действий регионов с центром по формам и объемам финансирования промышленного и сельскохозяйственного производства. Это тормозит развитие индивидуального предпринимательства в этих сферах народного хозяйства, что, в свою очередь, затрудняет процесс импортозамещения.

Чтобы понять, почему это происходит, рассмотрим механизм импортозамещения, который сегодня реализуется в России (рис. 1).

На наш взгляд, основная проблема в развитии импортозамещения заключается в том, что конкурентоспособность отечественных предприятий напрямую не завязана с внешним мировым рынком промышленного и аграрного производства.

Это обстоятельство говорит о том, что государственная поддержка малого и среднего

предпринимательства в этих отраслях должна основываться не только на обязательствах хозяйствующих субъектов, но и при обязательном участии государства в производственном процессе данных предприятий.

Должно происходить эффективное взаимодействие, которое приведёт к рациональному взаимодействию предпринимательских структур и государства.

Актуальность представленных проблем развития предпринимательства в малом и среднем промышленном и агробизнесе возрастает потому, что вопросы импортозамещения имеют объективную основу и ему не хватает поддержки государственных структур и крупного бизнеса.

Малое и среднее предпринимательство недооценено, происходит принижение его социально-экономических возможностей. Данный момент может быть расценён как стратегический просчет, который может привести к дисбалансу промышленного и сельскохозяйственного производства, усилению кризиса российской экономики в целом.

В настоящее время практика централизованного распределения средств по субъектам Российской Федерации лишь частично обеспечивает поддержку промышленных и фермерских хозяйств вне зависимости от объёма выхода конечного продукта. Однако формирование конкурентоспособного предложения – это условие импортозамещения. Поэтому все меры по стимулированию спроса на отечественную промышленную и сельскохозяйственную продукцию будут поддерживать и укреплять отечественную промышленность и сельское хозяйство.

Требование сегодняшнего дня – это более активная и усиленная поддержка государством именно отечественного производителя, что приведёт к ускоренному развитию и отстаиванию экономических, политических и социальных интересов малого и среднего производственного бизнеса.

Во всех регионах России имеются все возможности не только для удовлетворения возрастающего потребительского спроса, но также и для

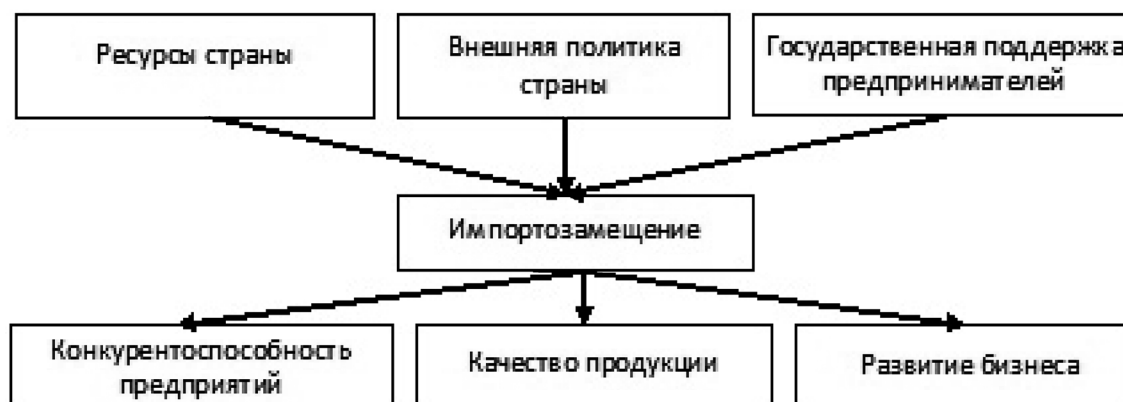


Рис. 1. Механизм импортозамещения, действующий в России [5]

расширения поставок промышленной и сельскохозяйственной продукции на внешний рынок.

Например, сельскохозяйственная продукция всегда востребована, в том числе и в период кризиса. На сегодняшний день выявлены наиболее зависимые от импортной продукции продовольственные сегменты – это рынки овощей, плодов, молока, говядины и свинины, водки и ликероводочной продукции.

Важно отметить, что стратегическим инвестиционным ресурсом общества, определяющим уровень и возможности технологической модернизации производства, является человеческий капитал, в котором учитывается образование, квалификация, здоровье, производственный и жизненный опыт, общая и профессиональная культура, профессиональная подготовка людей, способность к созданию определенного положительного психологического климата в процессе трудовой деятельности.

Следовательно, необходимым условием развития импортозамещения является также системное развитие человеческого капитала на всех уровнях.

Управленческим структурам необходимо оказывать постоянное внимание идеологическому сопровождению политики импортозамещения. Работать на благо своей страны, быть причастным к важным процессам возрождения российской экономики – пример вдохновляющей цели для отечественных предприятий, особенно в контексте повсеместного поиска объединяющей национальной идеи.

Следовательно, в современных условиях турбулентности и нестабильности, связанных с обострением геополитической ситуации, структурных сырьевых проблем российской экономики, введением западных экономических санкций особое значение приобретает повышение внутреннего и экспортного потенциала российских товаров, что сопряжено с реализацией политики импортозамещения и обеспечения национальной промышленной и продовольственной безопасности страны.

Процесс сокращения зависимости России от внешних факторов и нестабильных партнеров должен базироваться на интенсивном развитии частного как промышленного, так и аграрного предпринимательства, поскольку именно бизнес учитывает национальную специфику и способен быстро адаптироваться к изменяющимся условиям в кратчайшие сроки.

В связи с этим контроль над деятельностью государственных органов, повышение доступности инвестиций, введение льготного налогового ре-

жима, рост инвестиций в человеческий капитал обязательно приведут к созданию и развитию отечественных инновационных производственных предприятий.

Следовательно, политика импортозамещения обладает серьезными перспективами. Однако необходимо учитывать и то, что на данном этапе Россия не может полностью обойтись от большой группы импортируемых товаров.

Поэтому мы можем утверждать, что объективно экономическая политика нашей страны в сложившихся условиях должна быть направлена не только на импортозамещение, но и на смену мировых торговых партнеров.

Литература

1. Ефимова Г. А., Булгаков П. Е. Бюджетно-рентные критерии развития аграрных отношений // Научное обеспечение развития АПК в условиях импортозамещения: сб. науч. трудов Санкт-Петербургского аграрного университета. Часть 2. СПб., 2017. С. 18–22.
2. Журавлев П. В., Каргина Л. А., Конобеева А. Б., Лебедева С. Л. Инновационный менеджмент: Учебное пособие. М., 2017.
3. Немеш Е. А. Анализ импортозамещения в России // Молодой ученый. 2016. № 13.1. С. 69–73.
4. Как можно заработать бизнесу на замещении импорта: разбор программы по импортозамещению в России. URL: <http://moneymakerfactory.ru/biznes-idei/biznes-na-zameschenii-importa/>.
5. Политика импортозамещения России. URL: <http://rreconomic.ru/journal/article/806/>.

References

1. Efimova G. A., Bulgakov P. E. (2017) Budgetary-rent criteria for the development of agricultural relations. *Scientific support of agricultural development in terms of import substitution*, pp. 18–22.
2. Zhuravlev P. V., Kargina L. A., Konobeeva A. B., Lebedeva S. L. (2017) Innovation management: textbook.
3. Nemes E. A. (2016) Analysis of import substitution in Russia. *The Young scientist*, no. 13.1, pp. 69–73.
4. How you can earn business for import substitution: the analysis of the programs for import substitution in Russia. URL: <http://moneymakerfactory.ru/biznes-idei/biznes-na-zameschenii-importa/>.
5. The policy of import substitution in Russia. URL: <http://rreconomic.ru/journal/article/806/>.

УДК 338.1

В. И. Хабаров,
доктор экономических наук,
профессор, заведующий кафедрой
организационного менеджмента,
Университет «Синергия»,
Москва, Россия,
vhabarov@synergy.ru

В. Р. Кабалоев,
аспирант, Университет «Синергия»,
Москва, Россия,
kabaloev_russia@bk.ru

Развитие государственного предпринимательства в Российской Федерации и оценка его эффективности

Аннотация

Цель работы. В статье исследуется институт государственного предпринимательства, которое на пути достижения целей развития экономики в стране становится одной из возможностей, обеспечивающих эффективное удовлетворение общественных потребностей.

Материалы и методы. В статье рассмотрены подходы к оценке результативности государственного предпринимательства, заключающейся в выявлении не только прямых, но и косвенных эффектов, а также к определению затрат.

Результат. Автор предлагает перейти от камералистики к формированию и исполнению бюджетов методом планирования достижения целей.

Заключение. Метод планирования достижения целей может использоваться в качестве потенциально-эффективного метода определения расходной части бюджетов регионов и муниципальных образований, под которой понимаются все финансовые потоки, отражающиеся на счетах бюджета. С одновременным внедрением нового принципа бюджетирования – принципа справедливости поколений – формирование расходной части бюджета будет учитывать использование в одном периоде столько ресурсов, сколько в этом же периоде может быть создано на эту сумму.

Ключевые слова: государственное предпринимательство, общественные потребности, государственный заказ, бюджет, расходная часть бюджета, метод планирования достижения целей, камералистика, эффективность расходования бюджетов.

V. I. Khabarov,
doctor of economic Sciences, Professor,
head of Department of organizational
management, University "Synergy",
Moscow, Russia,
vhabarov@synergy.ru

V. R. Kabaloev,
postgraduate, University "Synergy",
Moscow, Russia,
kabaloev_russia@bk.ru

Development of state entrepreneurship in the Russian Federation and evaluation of its efficiency

Abstract

Purpose of work. The article examines the Institute of state entrepreneurship, which on the way to achieving the goals of economic development in the country becomes one of the opportunities that ensure the effective satisfaction of public needs.

Materials and methods. The approaches to assessing the effectiveness of public entrepreneurship, which consists in identifying not only direct but also indirect effects, as well as to determine the cost, are considered.

Result. The author proposes to move from cameralistics to the formation and execution of budgets by planning the achievement of goals.

Conclusion. The goal planning method can be used as a potentially effective method of determining the expenditure part of the budgets of regions and municipalities, which means all the financial flows reflected in the budget accounts. With the simultaneous introduction of a new budgeting principle – the principle of generation equity – the formation of the expenditure part of the budget will take into account the use in one period as many resources as in the same period can be created for this amount.

Keywords: Public entrepreneurship, public demand, public procurement, budget, expenditure part of the budget planning, method of achieving the goals, kameralistik, the effectiveness of spending budgets.

Государственное предпринимательство выражается в участии государства в предпринимательской деятельности разных юридических лиц. В англоязычных странах это явление определяется с помощью понятия «общественный сектор (public sector) – в противоположность частному сектору [9, с. 252]. Государственное предпринимательство является особой формой предпринимательской деятельности, осуществляемой государством и преследующей как экономические, так и социальные цели. Его основное отличие от частного предпринимательства состоит в достижении следующих целей: поддержание занятости, стимулирование научно-технического прогресса, поддержка отраслей с низкой рентабельностью и т.д. Зачастую государственные предприятия создаются в секторах, требующих крупных инвестиций или характеризующихся высокими рисками.

В настоящее время с уверенностью можно утверждать, что государственное предпринимательство является необходимым условием эффективного функционирования экономики.

Цель исследования. В российском государственном предпринимательстве занято около 65 587 хозяйствующих субъектов в различных организационно-правовых формах, основными из которых являются коммерческие и некоммерческие организации, унитарные предприятия и некоммерческие унитарные предприятия. Эти правовые формы отличаются степенью самостоятельности управленческой деятельности, целями деятельности, структурой управления [12].

В формах государственного предпринимательства государство берет на себя исполнение предпринимательских функций, властно-распорядительные и административные полномочия, которыми наделяет уполномоченные органы государственного управления [9, с. 252].

Значительные финансовые средства, выделяемые государством на регулируемые закупки, позволяют сделать вывод, что для развития государственного предпринимательства необходимо не только использовать механизм государственных закупок, но и повышать эффективность выделенных бюджетных ассигнований, обеспечивать оптимизацию экономических выборов при планировании и размещении заказов. Поиску возможных путей для этого посвящена данная статья.

Как справедливо отмечает Ю. Б. Рубин: «Участие современного российского государства в предпринимательской деятельности происходит в соответствии с общемировыми тенденциями распространения государственного предпринимательства. Вместе с тем оно обладает рядом особенностей по сравнению с государственным предпринимательством, например в странах Западной Европы, где оно также распространено и является объектом жесткого финансового и це-

нового регулирования со стороны самого государства.

Во-первых, государственное предпринимательство выступает в некоторых секторах российского рынка как продолжение прежних экономических отношений, присущих дореформенной российской (советской) экономике, базировавшейся почти на повсеместном огосударствлении предприятий.

Во-вторых, в России сильны традиции вмешательства в экономику органов государственной власти и управления, основанные на «государственнических» традициях российских чиновников, полагающих, как правило, что только им присуще правильное понимание закономерностей функционирования и развития всех аспектов национальной экономики и национального рынка.

В-третьих, в России традиционно силен «государственнический» менталитет. Широкие массы населения зачастую испытывают к государственному предпринимательству больше доверия, чем к любой организационно-правовой форме негосударственного предпринимательства» [9, с. 254–255].

Развитие государственного предпринимательства в России в современных условиях происходит в рамках определенных механизмов, среди которых наиболее важными являются:

- рыночная экономика (отдельно можно выделить такой элемент, как налогообложение);
- гражданский контроль;
- диалог.

Рассмотрим эти механизмы подробнее.

Рыночная экономика. Развитие бизнеса является условием роста современной экономики. При этом рыночная экономика является условием развития государственного предпринимательства. Механизм взаимодействия государственных и негосударственных предпринимательских структур в рыночной экономике представляет собой совместную работу власти и бизнеса по:

- созданию инфраструктуры экономической системы, в том числе инфраструктуры поддержки развития предпринимательства;
- обеспечению благоприятных условий для ведения бизнеса, в том числе системы налогообложения, содействующей развитию предпринимательства в стране и привлечению инвестиций;
- размещению государственных / муниципальных заказов;
- формированию законодательных основ предпринимательства и антимонопольного законодательства;
- институционализации лоббистской деятельности и т.д.

Субъектами взаимодействия государственных и негосударственных предпринимательских структур в рыночной экономике будут –

– со стороны государства:

- органы государственной власти всех уровней: ФНС, ФСТИЗ, МЧС, ФАС, СОЮ, арбитражные суды, прокуратура, правительства Российской Федерации и регионов;
- органы местного самоуправления.

– со стороны предпринимательских структур (государственных и иных):

- предприятия и организации;
- профсоюзы;
- торгово-промышленные палаты;
- ассоциации и союзы предпринимателей;
- фонды поддержки предпринимательства;
- организации работодателей и т.д.

Основными сферами развития государственного предпринимательства будут:

- дорожная и железнодорожная отрасли;
- общественный транспорт;
- водоснабжение;
- здравоохранение;
- образование;
- оборонная промышленность;
- энергетическая отрасль;
- социальное обслуживание;
- правопорядок и т.д.

Гражданский контроль – это деятельность, осуществляемая неправительственными организациями или отдельными людьми с целью выявления и пресечения нарушений прав и свобод со стороны органов власти как представителей государства.

Механизм гражданского контроля призван устранить такой недостаток текущего взаимодействия государственных и негосударственных предпринимательских структур, как доминирование интересов государственных предпринимательских структур, нарушающее баланс всей системы рыночной экономики в стране. Кроме того, гражданский контроль эффективен при выявлении подмены государственных интересов и интересов предпринимательства в целом частными или групповыми интересами.

В Российской Федерации в настоящее время важными элементами гражданского контроля являются

- со стороны государства:
 - Общественная палата Российской Федерации и ее региональные представительства;
 - институт Уполномоченного по защите прав предпринимателей.
- со стороны предпринимателей:
 - международные суды, в том числе ЕСПЧ;
 - Верховный комиссар ООН по защите прав человека;
 - некоммерческие организации и фонды;
 - гражданские активисты.

Диалог является признанным механизмом достижения баланса интересов сторон. В основе этого механизма лежит ряд принципов:

- взаимное признание интересов сторон как одинаково важных;
- социальная справедливость при достижении интересов сторон;
- взаимная ответственность сторон за исполнение / неисполнение согласованных решений;
- поиск компромиссов по спорным вопросам до их нахождения.

Формой проявления механизма диалога во взаимоотношениях предпринимательских структур являются соглашения о сотрудничестве, договоры, меморандумы. Теоретическая концепция механизма диалога обуславливает механизм государственно-частного партнерства как частного проявления феномена государственного предпринимательства.

В рамках механизма диалога можно выделить партнерство как определенный этап развития механизма диалога при взаимодействии предпринимательских структур (государственных и нет). Наиболее распространенными формами реализации партнерства являются следующие:

- совместные программы обучения;
- проектная деятельность;
- целевые программы;
- программы развития территорий.

Использование указанных трех механизмов позволяет использовать государственное предпринимательство в качестве одного из основных элементов новой модели экономического роста. В условиях быстро меняющихся технологий государство в экономике должно заниматься не выбором «избранных» отраслей и компаний, не поддержкой их ускоренного роста, а улучшением бизнес-климата, повышением инвестиционной привлекательности страны, развитием конкурентной среды, разработкой и поддержанием «правил игры для рынков» [1].

Тем не менее на сегодня государственное предпринимательство в России имеет низкую рентабельность по сравнению с бизнесом, хотя эффективно реализует социальную цель обеспечения рабочих мест. Проблемы российского государственного предпринимательства – это пробелы в законодательстве, неэффективная структура управления, коррупция и др.

Пути преодоления этих проблем и повышения эффективности государственного предпринимательства сводятся к изменению отдельных аспектов управления, совершенствованию законодательства в этой сфере [3; 4] и созданию гибкой структуры управления государственными предприятиями.

Существует 4 научных метода оценки эффективности деятельности государственных предприятий:

- метод золотого сечения для оценки оптимальных размеров государственного сектора;

- метод оценки целевых показателей функционирования;
- метод оценки экономической эффективности через расчет рентабельности;
- метод оценки социальной эффективности, оценка вовлеченности в работу государственных предприятий трудовых ресурсов.

Эффективность государственного предпринимательства следует рассматривать с двух сторон:

- эффективность с точки зрения финансового результата;
- эффективность с точки зрения реализации целей социально-экономической направленности.

Объединяя эти два подхода, эффективность государственного предпринимательства можно оценить, по нашему мнению, путем выявления и анализа его результативности в различных экономических, социальных, коммерческих и бюджетных областях, поэтому ее можно оценивать по следующей формуле:

$$\Theta = \text{результат} / \text{затраты},$$

где Θ – эффективность государственного предпринимательства.

Результатами государственного предпринимательства являются как прямые коммерческие или финансовые итоги деятельности (доходы от сделок, от управления имуществом, собираемость налогов), так и косвенные ее последствия (повышение уровня и качества жизни населения, рост потребительской корзины, развитие инфраструктуры).

Затраты предлагается оценивать с учетом эффективного расходования бюджетных средств. Оценка затрат должна быть комплексной и учитывать все способы достижения их эффективного использования, в том числе выбор процедуры определения поставщика (подрядчика, исполнителя), не допускающей упущений экономии бюджетных средств.

Кроме того, в исследованиях Ю. Б. Рубина отмечаются, что критериями эффективного функционирования государственных предприятий могут быть признаны:

- 1) использование временно свободных бюджетных ресурсов на началах возвратности;
- 2) возможность установления жесткого контроля над отдельными фирмами со стороны уполномоченных государственных исполнительных органов;
- 3) государственное субсидирование убыточных компаний ради противодействия монополизации рынка другими фирмами;
- 4) государственное субсидирование убыточных отраслей национальной экономики [9, с. 253–254].

В нашей стране государство является крупнейшим потребителем товаров, работ и услуг [10]. В 2016 году объем госзакупок органов власти различных уровней составил 6,4 трлн рублей [2]. При этом закупки, проводимые у единственного поставщика, составляют порядка 20,4% их общего объема, соответственно указывая на использование конкурентных процедур, составляющих не более 79,6% от объема всех госзакупок [10].

В свою очередь, объем регулируемых закупок у естественных монополий и компаний с государственным участием, унитарных предприятий, бюджетных и автономных учреждений составил 25,7 трлн рублей [2]. Это позволяет сделать вывод, что в целом более 30% ВВП России перераспределяется на рынке государственных закупок. Поэтому для решения стратегической задачи – развития государственного предпринимательства как одного из факторов возобновления роста российской экономики [11] – необходимо в полной мере использовать потенциальный рынок для закупки товаров, работ и услуг для государственных и муниципальных нужд.

На наш взгляд, эффективность использования бюджетных ассигнований, выделяемых государственному заказчику, обеспечивается оптимизацией экономического выбора при планировании и размещении заказов. При этом существующие и применяемые пути оптимизации процедур планирования и размещения оказывают комплексное влияние, содержащее одновременно как положительный, так и отрицательный эффект. В частности, совместные торги указывают на повышенную экономическую эффективность, выраженную в увеличенных размерах тендерного снижения. Однако оценка, проводимая только лишь на основании данных, указывающих на размер тендерного снижения, не отражает в полной мере степени эффективности закупок и может применяться только для оперативного анализа.

В настоящее время происходит постепенное изменение ведения деятельности в органах власти и местного самоуправления с целью повышения эффективности исполнения полномочий. Достижение этой цели закладывается преимущественно путем регулирования бюджетов регионов и муниципальных образований.

Под финансами регионов и муниципальных образований понимаются все финансовые потоки, отражаемые на счетах бюджета, который ведется по методу камералистики – подсчета необходимых трат в будущем году и планированию их в статьях расходов бюджета. Таким образом, понятие «финансы регионов и муниципальных образований» включает в себя доходы, расходы, дефицит и профицит, а также имущество и долги.

Мы предлагаем отойти от такой конструкции формирования и исполнения бюджетов в сторону метода планирования достижения целей.

Метод планирования достижения целей – это метод систематического прогнозного расчета, объединенного с функцией планирования. Бюджет при методе планирования достижения целей состоит из бюджета результатов и финансового бюджета; оба бюджета разделены на части по статьям расходов. Кроме того, такой бюджет имеет план занятых рабочих мест и дополнительно к нему – концепцию бюджетной обеспеченности. Добровольно регионы и муниципальные образования могут составлять также плановый бюджет.

Бюджет, составленный по методу планирования достижения целей, может быть распределен либо по группам продукции / услуг, либо согласно организационной структуре. В случае ориентации на производимую продукцию части бюджета содержат подразделы по отраслям, в которых присутствует государственное предпринимательство, причем раздел бюджета должен соответствовать производственной отрасли (частично некоторые отрасли могут быть сгруппированы). При ориентации на организационную структуру разделение бюджета на части происходит согласно местной организационной структуре. При этом возможна смешанная форма между производственно-ориентированным построением бюджета и организационно-ориентированным. Составляется такой бюджет на один бюджетный год; если он составляется на два года, то можно говорить о так называемом сдвоенном бюджете. Но даже в этом случае бюджеты должны быть разделены по годам.

Бюджетное регулирование при методе планирования достижения целей может быть внутренним (например, через разделение финансовых средств) и/или внешним, ориентированным на результаты (например, через цели или плановые величины). Идеальным можно считать подход, ориентированный на результат.

Отдельные цели (во взаимосвязи с плановыми величинами для измерения степени достижения цели) могут формулироваться как для общего бюджета, так и для его частей (в разрезе отраслей, групп продукции, иных целей). Цели нижних уровней должны при этом содействовать достижению целей верхних уровней, что означает необходимость выстраивать логичную систему в рамках пирамиды целей. Цели нижних уровней должны быть реализуемы из целей верхних уровней, и наоборот, цели верхних уровней должны обладать возможностью выведения из них целей нижних уровней.

В случае применения метода бюджетного планирования по достижению целей федеральное и муниципальное имущество служит подготовке к

выполнению региональных и муниципальных задач, а также к реализации публичных задач. При этом использование имущества должно быть таково, чтобы обеспечивать его рентабельную стоимость, действительный эффект от деятельности коммунальных служб, достигать публичных целей и быть подконтрольным со стороны внешнего контроля. Имущество регионов и муниципальных образований (МО) включает в себя земли разного назначения, в том числе предназначенные для озеленения, леса, общественные здания, улицы, объекты транспортной инфраструктуры, имущество объектов жизнеобеспечения и больниц, школ и детских садов, спортивных учреждений, правительственных строений, имущество пожарных служб. В отношении общественных зданий, улиц, транспортных путей и прочих строительных объектов МО должны систематически и планомерно повышать (или поддерживать) их стоимость согласно принципам строительного менеджмента.

К муниципальному имуществу относятся также муниципальные учреждения (коммунальные хозяйства, публичные предприятия).

Эффективность исполнения полномочий регионов и муниципальных образований достигается преимущественно путем регулирования бюджетов регионов и муниципальных образований, введением новых правил регулирования финансового права для регионов и муниципальных образований, отходом от камералистики к методу планирования достижения целей, стоящих перед регионами и муниципальными образованиями, на которые выделяются средства из бюджета.

В рамках составления и контроля исполнения бюджета, составленного методом планирования достижения целей следует обращать внимание на множество принципов бюджетной системы. Одним из таких принципов, имеющим особое значение, является принцип сбалансированности бюджетов. Важным моментом в этом контексте является выравнивание бюджета результатов по прибыли и издержкам.

Особую роль выравнивание бюджета результатов выполняет при внедрении нового принципа – принципа справедливости поколений. Этот принцип предполагает, что в одном периоде можно использовать столько ресурсов, сколько в этом же периоде может быть создано на эту сумму. Бюджет результатов включает в себя обе величины: использование ресурсов и результативность их использования; в нем они обозначаются через издержки и прибыль. Если же бюджет не выровнен, то текущее поколение живет за счет будущего.

Резюмируя вышесказанное, следует отметить, что предлагаемые нами меры в ходе их реализации могут способствовать справедливой конкуренции поставщиков, что обеспечит в итоге

создание условий для эффективного развития государственного предпринимательства.

Литература

1. Стратегия–2020: Новая модель роста – новая социальная политика. Итоговый доклад о результатах экспертной работы по актуальным проблемам социально-экономической стратегии России на период до 2020 года. Книга 1; под научн. ред. В. А. Мау, Я. И. Кузьминова. М.: Издательский дом «Дело» РАНХиГС, 2013. 430 с.
2. Общая информация о государственных закупках в Российской Федерации за 2016 год. URL: <http://www.zakupki.gov.ru/epz/main/public/home.html>.
3. О контрактной системе в сфере закупок товаров, работ, услуг для обеспечения государственных и муниципальных нужд: Федеральный закон от 05.04.2013 № 44–ФЗ (в ред. от 28.03.2017) // Собрание законодательства Российской Федерации. 2013. № 14. Ст. 1652.
4. Об установлении дополнительных требований к участникам закупки отдельных видов товаров, работ, услуг: Постановление Правительства Российской Федерации от 04.02.2015 № 99 // Собрание законодательства Российской Федерации. 2015. № 6. С. 976.
5. Васильев А. И. Конкуренция и конкурентоспособность: проблема взаимосвязи. Современная конкуренция. 2017. № 5(65). С. 130–139.
6. Королева С. И. Новые реалии экономики формируют инновационную модель развития и поддержки импортозамещения // Вестник Академии. 2015. № 2. С. 157–159.
7. Королева С. И., Малышков В. И., Горелова Т. П. Роль цифровой экономики в современной торговле // Вестник Академии. 2017. № 3. С. 5–11.
8. Малышков В. И. Государственная поддержка малого бизнеса: задачи, проблемы, принципы, структура // Вестник Академии. 2013. № 4. С. 5–7.
9. Рубин Ю. Б. Управление собственным бизнесом. 14-е изд., перераб. и доп. М.: Университет «Синергия», 2016. 976 с. (Университетская серия).
10. Хабаров В. И., Грустливый А. А. Повышение экономической эффективности проводимых закупочных процедур // Научное обозрение. 2017. № 1. С. 86–89.
11. Хабаров В. И., Кабалоев В. Р. Стратегические задачи и особенности государственного предпринимательства в России // Вестник Академии. 2017. № 2. С. 53–59.
12. Чермерисов М. В. Контрактная система // Официальный сайт Минэкономразвития России. URL: economy.gov.ru.
13. Vladimir Khabarov, Vladimir Kabaloev. Strategic tasks of government enterprises // The VII International of Academic Congress «Fun-

damental and Applied Studies in EU and CIS Countries» (UK, Cambridge, England, 25–28 February, 2017).

References

1. (2013) Strategy 2020: a new growth model – a new social policy. Final report on the results of expert work on topical issues of the social and economic strategy of Russia for the period up to 2020. Book 1; under edited by V. A. Mau, Ya. I. Kuzminov. Moscow. – 430 p.
2. General information on public procurement in the Russian Federation for 2016. URL: <http://www.zakupki.gov.ru/epz/main/public/home.html>.
3. About contract system in the field of purchases of goods, works, services for providing the state and municipal needs: the Federal law of 05.04.2013 No. 44–FZ (in edition of 28.03.2017). *Collection of legislation of the Russian Federation*. 2013. No. 14. St. 1652.
4. About establishment of additional requirements to participants of purchase of separate types of goods, works, services: the order of the Government of the Russian Federation of 04.02.2015 No. 99. *Collection of legislation of the Russian Federation*. 2015. No. 6. С. 976.
5. Vasilyev A. I. (2017) Competition and competitiveness: the problem of the relationship. *Modern competition*. No. 5 (65). С. 130–139.
6. Koroleva S. I. (2015) New realities of the economy form an innovative model of development and support of import substitution. *Bulletin of the Academy*. No. 2. С. 157–159.
7. Koroleva S. I., Malyshev V. I., Gorelova T. P. (2017) The Role of digital economy in modern trade. *Bulletin of the Academy*. No. 3. Pp. 5–11.
8. Malyshev V. I. (2013) State support for small business: objectives, problems, principles, structure. *Bulletin of the Academy*. No. 4. С. 5–7.
9. Rubin Yu. B. (2016) Managing my own business. Moscow, University “Synergy”, 976 p. (University series).
10. Khabarov V. I., Grustliviy A. A. (2017) Increase of economic effectiveness of procurement procedures. *Scientific review*. No. 1. С. 86–89.
11. Khabarov V. I., Kabaloev V. R. (2017) Strategic objectives and especially the state of entrepreneurship in Russia. *Bulletin of the Academy*. No. 2. С. 53–59.
12. Chemerisov M. V. Contract system. *Official website of The Ministry of economic development of the Russian Federation*. URL: economy.gov.ru.
13. Vladimir Khabarov, Vladimir Kabaloev. (2017) Strategic tasks of government enterprises. *The VII International of Academic Congress «Fundamental and Applied Studies in EU and CIS Countries»* (UK, Cambridge, England, 25–28 February, 2017).

В

опросы теории и практики управления

УДК 331

О. В. Грибкова,

кандидат психологических наук,
доцент, доцент кафедры управления
человеческими ресурсами, Российский
экономический университет
имени Г. В. Плеханова,
Москва, Россия;
e-mail: gribkova1975@mail.ru

З. А. Троска,

кандидат педагогических наук,
доцент, доцент кафедры управления
человеческими ресурсами, Российский
экономический университет
имени Г. В. Плеханова,
Москва, Россия

Институциональные механизмы развития организации посредством корпоративного волонтерства

Аннотация

Цель работы. Институты помогают решить проблемы в различных ситуациях при ежедневном взаимодействии индивидов внутри организации или в обществе. При этом должны не только решаться проблемы, но и минимизироваться издержки, которые будут связаны с этим решением.

Материалы и методы. В данной работе рассматриваются сущность и функции институциональных механизмов, а также исследуются направления корпоративного волонтерства, посредством которых могут осуществляться институциональные механизмы развития организаций.

Результат. Корпоративное волонтерство предполагает добровольное участие сотрудников компании в различных социальных программах при поддержке своей компании.

Заключение. Корпоративное волонтерство содействует не только развитию гражданского общества, но и оптимизирует систему социального партнерства бизнеса, власти, корпоративной социальной ответственности, поэтому актуальность этой темы в России и в мире не вызывает сомнений.

Ключевые слова: институциональные механизмы, развитие организации, корпоративное волонтерство, корпоративная социальная ответственность, волонтерство.

Questions of the Theory and Practice of Management

O. V. Gribkova,

Candidate of Psychological Sciences,
Associate Professor, Department of
human resource management, Plekhanov
Russian economic University,
Moscow, Russia;
e-mail: gribkova1975@mail.ru

Z. A. Troska,

Candidate of Pedagogical Sciences,
Associate Professor, Department of
human resource management, Plekhanov
Russian economic University,
Moscow, Russia

Institutional Mechanisms for the Development of the Organization Through Corporate Volunteering

Abstract

Purpose of work. *Institutions help to solve problems in various situations in daily interactions of individuals within the organization or in society. This should not only solve problems, but also minimize the costs that will relate to that decision.*

Materials and methods. *This article discusses the nature and function of institutional arrangements, and examines the areas of corporate volunteerism, which help to build institutional mechanisms for the development of the organizations.*

Results. *Corporate volunteering involves the voluntary participation of our employees in various social programs with the support of the company.*

Conclusion. *Corporate volunteering contributes not only to the development of civil society, but also optimizes the system of social partnership of business, government, corporate social responsibility, so the relevance of this topic in Russia and in the world is of no doubt.*

Keywords: *institutional mechanisms, organizational development, corporate volunteering, corporate social responsibility, volunteering.*

В литературе, в том числе и в экономической, понятие «институт» встречается в нескольких интерпретациях:

- 1) организационные структуры, например образовательные институты – школы, колледжи, университеты;
- 2) культурные нормы, менталитет, вера;
- 3) нормы и правила, структурирующие поведение индивидов и организаций в экономике;
- 4) применительно к личности или к определённому посту, например институт президента;
- 5) теоретический подход рассматривает понятие «институт» как равновесие в какой-либо ситуации.

Из различных определений понятия «институт» можно выявить новое направление в развитии организации, а именно институциональный механизм. При этом данное направление может быть выделено два подхода для анализа институционального механизма: институциональный подход и структурный подход. В первом случае институциональный механизм рассматривается как взаимодействие организаций на основе институтов, а во втором институциональный механизм – это часть хозяйственного механизма экономики в целом.

Для применения институциональных механизмов организации развиваться следующим образом, совместить два вышеперечисленных подхода и выделить следующую цель – обеспечить эффективное функционирование организации в соответствии с требованиями, предъявляемыми базовыми институтами.

Сущность институционального механизма выражается в его функциях [2]:

- 1) интеграция субъектов одного института для эффективной совместной деятельности;
- 2) различить подходы к управлению субъектами института, которые разделяют общие нормы и правила и которые игнорируют их;
- 3) сделать взаимодействие субъектов внутри института регламентированным для того,

чтобы взаимодействие соответствовало установленным требованиям;

- 4) введение инноваций в работу института;
- 5) обеспечить постоянное возобновление инновационной деятельности;
- 6) координировать взаимодействие между субъектами разных институтов;
- 7) информировать субъектов о введённых инновациях, а также о возможностях и перспективах;
- 8) контролировать выполнение установленных норм и правил.

Эффективность работы институтов во многом зависит от нескольких факторов, а именно [7]:

- 1) размер социальной группы. Чем меньше группа, тем легче осуществлять контроль субъектов и соблюдение норм и правил;
- 2) величина издержек. В богатом обществе с развитой системой социального страхования, зависимость от расположения определённого сообщества ниже;
- 3) статичность общества. Чем более статично общество, тем сложнее введение инноваций.

Для достижения цели применения институционального механизма в современном мире существует множество экономических и социальных методик развития организаций и одной из них является корпоративное волонтерство. Корпоративное волонтерство предполагает поддержку своей компании путём добровольного участия сотрудников компании в различных социальных программах. Когда речь идет о корпоративном волонтерстве, то важнейшим инструментом становления репутации организации, поддержания её социальной активности, а также формирования устойчивых взаимоотношений с государством и иными организациями [6]. Корпоративное волонтерство помогает реализовать все вышеперечисленные функции институционального механизма. Однако для эффективности внедрения политики корпоративного волонтерства необходимо выяснить, какие компетенции сотрудников нужно развивать в первую очередь. В большинстве случаев каждый работник тщательно изучает, а затем выбирает ра-

ботодателя и своё предпочтение отдают социально ответственным организациям. Корпоративное волонтерство разрешает сотрудникам участвовать в решении публичных проблем, какие их волнуют, обретать глубокое нравственное управление и

чувствовать гордость за выполненное дело. Кроме того, корпоративное волонтерство – это приобретение навыков, что положительно воздействует на производительность труда и содействует развитию инициативы на рабочем месте (табл. 1) [5].

Таблица 1

Профессиональные навыки сотрудников и корпоративное волонтерство

Навыки	Корпоративное волонтерство
Личная эффективность сотрудников	
Коммуникабельность	Выступление с презентацией, написание отчёта, статьи в образовательных целях
Умение работать в команде	Выполнение работы в команде в поставленный срок; проекты с участием представителей разных социальных слоёв для преодоления барьеров и типичных стереотипов
Адаптивность	Проекты с определёнными группами населения для развития уверенности в себе при реализации сложных задач, выходящих за рамки комфортной зоны
Сила воздействия и убеждения	Участие в фандрайзинговых кампаниях, работе лоббирующих организаций, советах по решению конфликтов
Инновационность и творческий подход	Руководство группой поиска решений, вовлечение других
Управленческие навыки	
Лидерство	Руководство группой в рамках проектов корпоративного волонтерства
Решительность	Координация проекта и принятие окончательного решения по определённому направлению
Управление проектами	Проведение мониторинга текущего проекта, планирование мероприятий с участием коллег
Повышение эффективности	Выполнение роли наставника социальной группы, подготовка плана повышения квалификации сотрудников
Развитие бизнеса	
Ориентация на клиента	Разработка стратегий клиентской базы, оценка возможностей
Знание бизнеса	Составление бизнес-планов, разработка стратегии развития бизнеса
Стремление к совершенствованию	Разработка годового отчёта организации. Программы учёта качества.
Специальные знания	Применение и развитие практических навыков, таких как маркетинг, компьютеризация, финансовое планирование

Признанным фактором успешного развития организации является моральное удовлетворение сотрудников, которое достигается при помощи наработки вышеперечисленных навыков в области корпоративного волонтерства.

Корпоративное волонтерство вносит значительный вклад в процесс внедрения инноваций и повышения эффективности деятельности компании за счёт предоставления новых возможностей, нестандартных подходов и новых взглядов. Оно способствует укреплению связей между разными отделами внутри организации, между отдельными компаниями, между организацией и государством, а также между организацией и социальными институтами.

Существует два основных подхода к развитию корпоративного волонтерства, которые можно совместить для достижения максимального

эффекта от социальной политики. Во-первых, привлечение сотрудников к уже существующим социальным проектам компании. Во-вторых, разработка программ корпоративного волонтерства в соответствии с корпоративными ценностями и перспективами развития данной организации. По данным исследования, проведённым НИУ ВШЭ в 2012 году, волонтерство становится обязательным атрибутом успешной компании, при чём процент респондентов, которые получили опыт общественных работ по месту трудоустройства почти уравниваются тех, у кого не было опыта волонтерства. Кроме того, большое значение для улучшения положения корпоративного волонтерства в нашей стране имеет тот факт, что новое поколение (рождённое с 1981 года) всё больше внимания уделяет социальным проблемам общества. Так, 83 % респондентов признаются, что бу-

дуг искать работодателя, чьи социальные принципы соответствуют их принципам. Основные результаты данного исследования представлены на рисунке 1 [4].

СТРУКТУРА ПОЛУЧЕНИЯ ОПЫТА ОБЩЕСТВЕННОЙ РАБОТЫ, %

Источник: НИУ ВШЭ

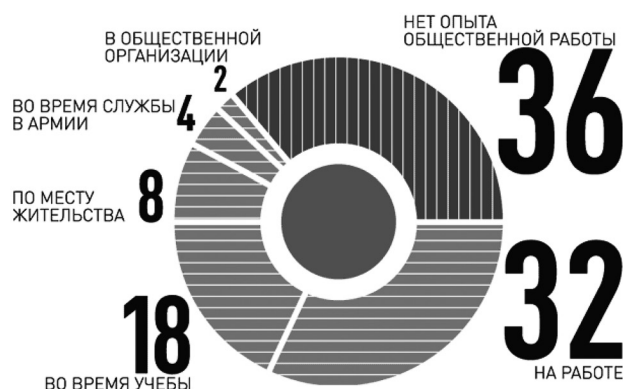


Рис. 1. Результаты исследования НИУ ВШЭ

Как сообщил начальник управления социального развития префектуры ЦАО Москвы Людмила Наркунене, по результатам исследования НИУ ВШЭ, «корпоративное волонтерство возвращает нас к давним традициям добровольчества в России. Волонтерство становится фактором преодоления экономических и социальных проблем. Добровольчество возвращает человека к его моральным истокам, открывает светлые стороны личности». На сегодняшний день социальная ответственность является атрибутом устойчивого развития компании. Такой вопрос, как нужна ли социальная ответственность компании, уже не актуален, сейчас для компании важнее выбор стратегии и ключевых направлений. Сейчас в компаниях проблематичен переход от различных хороших дел к системе, когда выбирается одно главное направление. Нужно отметить, когда школьники идут на субботник и убирают территорию школы, то оценивается лишь их совесть, фирмы же, когда делают что-либо схожее, обязаны отчитываться перед управлением, как были истрачены средства. Нередко корпоративное волонтерство просит расширения штата фирмы или роста занятости неких служащих. Но тем не менее, несмотря на неминуемые издержки, волонтерство – это нужный атрибут удачной фирмы. «Корпоративное волонтерство – это ясный и экономически просчитанный аппарат, который нужен бизнесу и социуму, – считает вице-президент Ассоциации менеджеров России Алексей Каспржак. – Еще один принципиальный момент содержится в том, что корпоративное волонтерство – это разработка, которая способствует hr-департаменту решить вопрос так именуемого «внутреннего счастья». Речь идет о разработке

удобного психологического климата в коллективе фирмы». В почти всех развитых странах в добровольчество вовлечена значимая дробь народонаселения. Например, в США – возле 27%, в Великобритании – возле 38%, в Австралии – 34%, в Канаде – до 45%. Кроме такого, во почти во всех странах сделаны национальные и местные центры по помощи и координации деятельности добровольцев. Так, к примеру, в США работают примерно 300 местных центров помощи добровольчества. В других западных странах критика функциональной роли в добровольческой деятельности служит основой «социальной характеристики» юных людей. «Социальная черта» является актом, который дает дополнительные советы при приеме на работу и при поступлении в учебное заведение. В США функциональным считается доброволец, работающий 150 часов в год, в Великобритании – 100 часов, в Германии, Франции и Австрии – примерно 50–60 часов в год. Высокий процент вовлечения людей в волонтерство вероятен лишь благодаря тому, что этот процесс охватывает различные общественные группы. «У нас добровольческая служба сосредоточена на учащейся молодежи, – произносит Вадим Ковалев. – Это в связи с тем, что с таковой группой людей действовать легче. Казалось бы, на предприятиях также немало функциональной молодежи, но, чтоб втягивать ее в схожую работу, нужно проводить обучение молодежи на специальных занятиях, а этим не занимаются. Что-то схожее имеется только на отдельных предприятиях. Системы в этом направлении нет». Но Российская Федерация пытается не отставать от мирового общества. Можно назвать некоторые примеры положительного взаимодействия публичных организаций и бизнеса: донорские движения, экологические акции и т. д. Эксперты рекомендуют тем компаниям, которые лишь начинают совершенствовать свою стратегию коллективного волонтерства, не искать наилучших практик просто потому, что их нет, т. к. все фирмы различные, с различными бюджетами и целями, а применять такое мнение, как «вдохновляющий опыт».

По результатам исследования «Лидеры корпоративной благотворительности 2016» [3, 8] выяснилось, что в России и за рубежом используются разные документы, которые регулируют социальную деятельность. Исследователи обращают наше внимание на то, что «представители международного бизнеса в большинстве случаев формализуют благотворительную стратегию в форме политики устойчивого развития. Этот вариант ответа отметили 75% иностранных компаний, в то время как отечественный бизнес упоминает о нём лишь в 13% случаев. Кроме того, среди зарубежных коллег более популярна политика по

благотворительности, план реализации благотворительной деятельности, регламент оказания благотворительной поддержки, документы благотворительного фонда и внутренние документы компании. В свою очередь, отечественный бизнес чаще ссылается на положения о благотворитель-

ной деятельности и благотворительной программе». Данные исследования можно увидеть на графике (рис. 2).

Распределение корпоративного волонтерства по направлениям в 2014–2015 годах показано на рисунке 3.



Рис. 2. Сравнение форм документирования благотворительной стратегии у российских и международных компаний

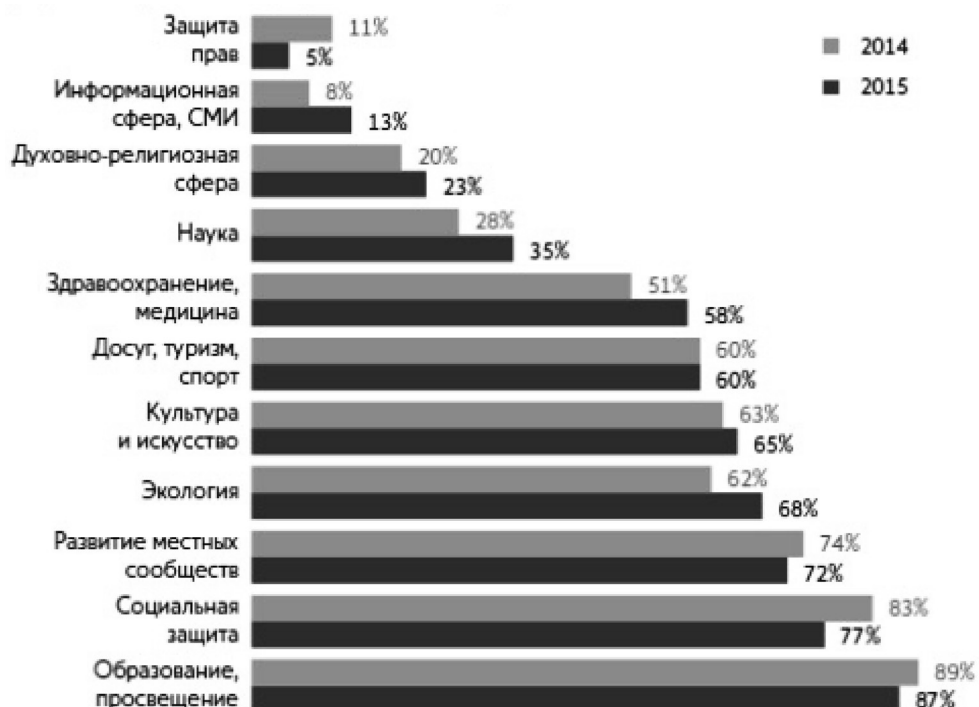


Рис. 3. Направления корпоративного волонтерства

Большую часть средств компании тратят на категорию «Образование и просвещение», «Социальная защита» и «Развитие местных сообществ». За год наблюдалась тенденция снижения финансирования по всем категориям, кроме «Здравоохранение и медицина», «Культура и искусство» и «Наука». Соответственно, можно проследить изменения в предпочтениях видов волонтерства. Ориентация на помощь определённым слоям населения, таким как обучающиеся и нуждающиеся в социальной защите, сменилась на помощь более широко представленным секторам: научному, медицинскому и экологическому.

Таким образом, несмотря на положительную динамику в целом, в России до сих пор существуют определённые барьеры, мешающие развитию корпоративного волонтерства. Применение институциональных механизмов помогает существенно усовершенствовать направления развития организации, так как основой этого механизма является чёткое определение целей и функций как в форме аксиомы, так и для каждой организации в отдельности.

Работа выполнена при финансовой поддержке ФБГОУ ВО «РЭУ им. Г.В. Плеханова».

Литература

1. Грибкова О. В. Управление человеческими ресурсами в антикризисный период // Вестник Академии. 2016. № 4. С. 101–106.
2. Иншаков О. В., Лебедева Н. Н. Типология и классификация институциональных механизмов // Экономика развития региона: проблемы, поиски, перспективы : ежегодник. Вып. 1. Волгоград: Изд-во ВолГУ, 2002. С. 434.
3. Исследование «Лидеры корпоративной благотворительности 2016». URL: www.donorsforum.ru.
4. Исследование в области корпоративного волонтерства НИУ ВШЭ, 2012 г. // Российская газета. URL: www.rg.ru.
5. Краснопольская И. Корпоративное волонтерство в России: основные характеристики. М.: ГУ-ВШЭ, 2013.
6. Кудринская Л. А. Добровольческий труд: опыт теоретической реконструкции. Часть 2. Теоретическая реконструкция становления феномена добровольческого труда. М.: 2006. С. 78.
7. Одинцова М. И. Институциональная экономика: учеб. пособие. 3-е изд. М.: ГУ-ВШЭ, 2009.
8. Результаты исследований о волонтерстве в России. URL: www.gallup-international.com.

References

1. Gribkova O. V. (2016) Human resource Management in crisis period. *Bulletin of the Academy*, no. 4, pp. 101–106.
2. Inshakov O. V., Lebedeva N. N. (2002) Typology and classification of institutional mechanisms. *Region development Economy: problems, search, prospects: Yearbook*. Vol. 1. Volgograd: publishing house of Volga, p. 434.
3. Study «Leaders in corporate charity in 2016». URL: www.donorsforum.ru.
4. Research in the field of corporate volunteering, HSE, 2012. *The Russian newspaper*. URL: www.rg.ru.
5. Krasnopolskaya I. (2013) Corporate volunteering in Russia: basic characteristics.
6. Kudrinskaya L. A. (2006) Volunteer work: the experience of theoretical reconstruction. Part 2. Theoretical reconstruction of the formation of the phenomenon of voluntary work, p. 78.
7. Odintsova M. I. (2009) Institutional Economics: textbook. 3rd ed.
8. The results of the research about volunteering in Russia. URL: www.gallup-international.com.

УДК 330.16

З. Г. Ханова,
доктор психологических наук,
профессор Московского финансово-
промышленного университета
«Синергия»,
Москва, Россия

Акмеолого-психологические факторы, влияющие на развитие профессионализма предпринимателя

Аннотация

Цель работы. В статье рассматриваются научные проблемы предпринимательской деятельности.

Материалы и методы. В статье использованы методы причинно-следственного исследования, контент-анализ.

Результат. Представлены личностные качества успешных предпринимателей. Содержится анализ процесса самореализации и самоутверждения личности предпринимателя. Выделены факторы, влияющие на развитие профессионализма личности предпринимателей.

Заключение. Результаты исследования могут быть использованы для развития профессионализма личности предпринимателя.

Ключевые слова: предприниматель, деятельность, личность, развитие, поведение, характер, активность, психологическая готовность, самореализация.

Z. G. Khanova,
Doctor of Psychological Sciences,
Professor of the Moscow financial-
industrial University «Synergy»,
Moscow, Russia

Acmeology-Psychological Factors, Influencing the Development of the Professionalism of the Entrepreneur

Abstract

Purpose of the work. The article discusses the scientific problems of entrepreneurial activity.

Materials and methods. The article uses the methods of causation investigation, content analysis.

Results. The personal qualities of successful entrepreneurs are presented. The article analyzes the process of self-realization and self-affirmation of the entrepreneur's personality. Factors influencing the development of professionalism of the individual entrepreneurs are highlighted.

Conclusion. The results of the research can be used to develop the professionalism of the entrepreneur.

Keywords: entrepreneur, activity, personality, development, behavior, character, activity, psychological readiness, self-realization.

Лауреат Нобелевской премии Ф. Хайек предлагает, что предпринимательство – это, скорее, характеристика поведения человека, а не особая форма социально-экономической деятельности. Поведение, которое неразрывно связано со свободой человека, исключает его подчинение воле других людей и должно быть соотнесено с законами гражданского общества. Цель предпринимательства – поиск и изучение новых экономических возможностей, то есть предприниматель выполняет функцию «толкателя» общественно-экономического прогресса [5].

Исследования психологической сущности предпринимательства показывают, что одной из основных психологических трудностей, которую приходится преодолевать предпринимателю на пути к успеху, является невозможность подчинить деятельность предпринимателя стандартизации и алгоритмизации, поэтому успех в результате деятельности конкретного предпринимателя сложно скопировать другому предпринимателю. Каждому человеку, занятому в сфере предпринимательства, нужно самому заново изобретать как добиться успеха при собственных

субъективных возможностях и объективно заданных социально-экономических условиях. Отсюда делается закономерный вывод – предпринимательская деятельность есть деятельность инновационная, в высшей степени творческая, с чем трудно не согласиться.

Успешная экономическая самореализация личности в современных условиях с психологической точки зрения означает, что человек адаптировался к рыночной экономике, внутренне принял ее реалии и используя их, активно и продуктивно строит свою хозяйственную деятельность. Для понимания этого своеобразия субъекта жизнедеятельности особый интерес представляют идеи Эриха Фромма и Абрахама Маслоу об отличительных психологических особенностях среднестатистического человека и человека самоактуализированного.

Опираясь на эти соображения А. Маслоу, есть основания предполагать, что «среднестатистический человек» довольствуется главным образом двумя модусами частной собственности – владением и использованием, в то время как самоактуализированный человек нуждается в широкой свободе для распоряжения своей собственностью не столько для удовлетворения базовых потребностей, сколько для саморазвития, самоопределения, самоактуализации. Данная мотивация вызывает у самоактуализированного человека стремление совершать преобразования окружающей среды «ради интереса», с целью самоактуализации. Фактически это проявление склонности к экономической самореализации как к личностному творчеству. В таком случае личность перестает быть исключительно пользователем и владельцем своей частной собственности, но оказывается в позиции ее творца, обращенного на ее совершенствование и умножение. А это обозначает, что личность по своему внутреннему психологическому потенциалу является предпринимателем по призванию (а не по нужде). Это есть подлинное чувство хозяина не только имущества, но и самой жизни и условий ее процветания [10; 7].

Личностно ориентированное предпринимательство доступно только самоактуализированной личности, которая свободна от экономической зависимости, преодолела уже порог борьбы за материальное благосостояние и осознает свою деятельность как «игру интеллектуальных и физических сил», как экономическое творчество с целью самореализации на базе инновационных и, возможно, рискованных операций с частной собственностью, мотивированной не столько уровнем доходов, но удовлетворением, которое приходит от самого творческого процесса.

Предпринимательская деятельность представляет собой не только профессию, но и определенный образ жизни [1, 8].

Существуют разные точки зрения относительно психологических качеств, обеспечивающих успешность предпринимательской деятельности. Согласно исследованиям, проведенным отечественными и зарубежными экспертами, к наиболее важным качествам преуспевающего бизнесмена следует отнести готовность к риску, инициативность, независимость, целеустремленность, ориентированность на качество и эффективность, способность ставить цели и убеждать, стремление к знаниям, регулярное планирование своих действий и наблюдательность [10].

В совокупность личных качеств, образующих в синтезе предприимчивость, отечественные авторы [4] включают следующие «черты»: компетентность, целеустремленность, инициативность, лидерство, позитивное отношение к людям, готовность к риску, умение преодолеть сопротивление среды, упорство в достижении определенной цели, чувство ответственности, силу воли, творчество, трудолюбие и высокую работоспособность, умение привлекать к себе партнеров.

Важной психологической детерминантой успешной предпринимательской деятельности является готовность к риску. Нет ни одного современного предпринимателя/состоятельного человека, который разбогател, вовсе не рискуя. Опытные предприниматели, идя на риск, сначала просчитывают цену всех возможных потерь и исключают из рассмотрения те варианты риска, которые могут разорить их, принести ущерб и пр. Введение режима экономии для снижения потерь от риска помогает не всегда: вынужденные ограничения средств на рекламу или инвестиции создают трудности для последующей деятельности. Неэффективной мерой является и снижение издержек на длительное время (например, сокращение штатов), это потом обходится дороже выигрыша, полученного одновременно [2].

В повседневной жизни нужно помнить, что способность к риску – это не то же самое, что смелость. Точно также нежелание рисковать нельзя путать с трусостью. По внешнему проявлению эти качества личности сходны, но по внутреннему содержанию, по мотивам поступка они различны. Разумный человек рискует в том случае, когда проведенный им анализ ситуации убеждает его, что вероятность выигрыша велика. Смелость имеет другой смысл: человеку возможный выигрыш кажется многократно превосходящим то, что он может потерять, а возможная потеря для него не имеет сколько-нибудь весомой цены по сравнению с ожидаемым выигрышем.

В исследовании, проведенном нами на Форуме предпринимателей 2017 г. в Москве, приняли участие 140 предпринимателей из разных субъектов Российской Федерации. Им была предложена анкета участника, тест-опросник, и при

регистрации всем задавался один вопрос «Каким образом они преодолевают кризисные ситуации?»

Способность к риску исследовалась нами посредством теста Шуберта «Готовность к риску».

Анкетные данные дали нам возможность дифференцировать их по следующим группам: возрастным, половым, стажу предпринимательской деятельности.

Таблица 1

**Результаты ответов по тесту
«Готовность к риску»**

№ п/п	Показатель (готовность к риску)	Данные констатирующего эксперимента (% от общего кол-ва)		
		юноши	девушки	всего
1	Низкий	–	2,4	2,4
2	Средний	8,0	9,2	17,2
3	Высокий	39,7	36,7	76,4

Результаты ответов показывают высокой уровень готовности к риску – 76,4%.

Высокой готовности к риску сопутствуют низкая мотивация и избегание неудач (защита). Исследования также показали, что у большинства успешных и опытных предпринимателей со стажем готовность к риску снижается; у начинающих предпринимателей готовность к риску выше, чем у опытных; у женщин готовность к риску ниже, чем у мужчин; с ростом отверженности личности в ситуации внутреннего конфликта растет готовность к риску; в условиях группы готовность к риску проявляется сильнее, чем при действиях в одиночку и зависит от групповых ожиданий.

Предпринимательская деятельность, характеризующаяся когнитивной сложностью и эмоциональной насыщенностью, быстрым темпом, высокой скоростью как на уровне действий, так и на уровне принятия решений, является источником многочисленных личностно-профессиональных кризисов [10].

В ходе интервью предприниматели описывали, каким образом они преодолевают кризисные ситуации. В результате качественного анализа ответов респондентов были выделены стратегии преодолевающего поведения предпринимателей. Выделены следующие стратегии:

- 1) составить верный прогноз;
- 2) принять профилактические меры;
- 3) пересмотреть общую концепцию;
- 4) найти другой вариант решения проблемы;
- 5) проанализировать свои ошибки;
- 6) проанализировать ситуацию и срочно принять меры;
- 7) осуществлять научный подход к своей деятельности и одновременно доверять интуиции;

- 8) найти виновных
- 9) найти причины и устранить их;
- 10) нейтрализовать эмоции и активизировать интеллект.

Перечисленные стратегии были классифицированы нами по следующим признакам:

- преобразование ситуации;
- предупреждение ситуации;
- интеллектуальный поиск;
- пассивная позиция (отпустить ситуацию);
- обвинение окружающих;
- обращение за помощью.

Исходя из полученных нами результатов можно сделать вывод о том, что к позитивным приемам преодоления кризисных ситуаций относятся метастратегические техники, предполагающие способность предвидеть и предотвращать трудные жизненные ситуации; к особо значимым качествам предпринимателей относятся готовность к риску, прагматичность, инициативность, целеустремленность, самостоятельность, направленность на получение знаний, наблюдательность.

Деятельность отечественного предпринимателя, в нынешних российских реалиях, осуществляется в социально-экономическом пространстве, характеризующемся неопределенностью и нестабильностью. Например, предприниматели, которые привели предприятие к стабильности, получили очередной удар в ноябре 2014 года – резкое ослабление российского рубля по отношению к иностранным валютам, а также введением экономических санкций в отношении России в связи с событиями на Украине. Особенностью поведения предпринимателя является функционирование в условиях ситуационных лимитов, ограничивающих его жизненное пространство.

С другой стороны, предпринимательская деятельность, осуществляемая в пространстве, представляющем человеку широкие возможности саморепрезентации, персонализации и самоактуализации, относится к профессиям, существенно расширяющим возможности субъектного положения себя в мир. Субъект предпринимательской деятельности ставится перед необходимостью развития комплексов профессионально значимых характеристик. Среди них:

- стремление к личностному росту и персонализации;
- способность к самостоятельному выбору, высокий уровень доверия к себе;
- инициативность и инновационность;
- активность и целеустремленность;
- стремление к лидерству, успеху;
- креативность, способность к прогнозированию;
- высокий субъективный контроль и устойчивость к стрессу [6].

В современной отечественной науке используется психологический инструментарий, позволяющий приблизиться к данной проблеме. Это, акмеограмма специалиста, разработанная кафедрой акмеологии и психологии развития Российской академии народного хозяйства и государственной службы.

Достижение успеха в предпринимательской деятельности – это сложный процесс самореализации и самоутверждения личности. Существуют разные формы успеха. Прежде всего, это общее понимание успеха как признания, популярности человека в том или ином профессиональном сообществе. Такая форма ориентации на успех – популярность характерна для конкурентной личности, востребованной в условиях развивающегося рыночного общества. Выделяют также иную форму успеха – успех как признание авторитетными «значимыми другими». В данном случае речь идет об избирательности личности, о важности успеха и признания только для нее самой. Осознание значимости успеха в таком случае выступает реальной силой, которая побуждает к деятельности [9].

Наряду с двумя вышеназванными различают третью форму успеха – успех-преодоление и самопреодоление. Такая форма успеха является значимым условием развития личности. Это предполагает самопреодоление, самостановление, творчество личности. Опыт преодоления сложных проблем становится ценным личностным приобретением, дающим личности возможность осознавать, оценивать и осваивать собственные силы.

Необходимой предпосылкой карьерной успешности предпринимателя является его стремление к самоизменению и саморазвитию, так как они являются необходимыми условиями для развития творческого потенциала и выражения его творческой индивидуальности [9].

Изучение детерминант, оказывающих существенное влияние на карьерное продвижение предпринимателя, так и развития профессионализма личности предпринимателей становится актуальной задачей в достижении вершин профессионализма. В количественном и качественном отношении были выделены четыре группы детерминант:

- физические (обусловлена состоянием организма человека);
- социальные (экономическая политика правительства; возникновение класса предпринимателей; положение фирмы; ситуационные обстоятельства; степень доверия к предпринимательским структурам);
- идеальные (включает предпринимательскую идеологию; культуру предпринимательства; моральные; этику);

- психологические (свойства темперамента; уровень эмоциональной стабильности; мотивация к карьере).

При этом многие качества, необходимые для формирования профессионализма личности предпринимателей, можно развивать в процессе практической деятельности, обучения, освоения опыта других и за счет саморазвития [3].

Таким образом, основными факторами, влияющими на развитие профессионализма предпринимателей, становятся: сила личности, деловая активность и психическая устойчивость. Центральным понятием профессиональной деятельности является система действий специалиста, которая определяется его личностными характеристиками, его личностно-профессиональной направленностью и профессиональной компетентностью, несмотря на социально-экономическую нестабильность в котором осуществляется деятельность современного предпринимателя.

Литература

1. *Дикая Л. Г., Махнач А. В.* Отношение человека к неблагоприятным жизненным событиям и факторы его формирования // Психология социальных ситуаций / Сост. Н. В. Гришина. СПб., 2001.
2. *Жан-Луи Серван-Шрейбер, Перла Серван-Шрейбер.* Ремесло предпринимателя. Десять портретов предпринимателей. М., «Международные отношения», 1993.
3. *Жерелина Л. Н.* Условия и факторы развития когнитивных способностей предпринимателей // Акмеология. 2011. № 3.
4. *Журавлев А. А., Поздняков В. П.* Российские предприниматели в современной социальной структуре // Социологические исследования. 1994. № 5.
5. *Козырев В. И., Новиков В. В. и др.* К истории изучения предпринимательства // Психология и экономика. Труды 1-й Всероссийской конференции по экономической психологии. М. – Калуга: КФ МГЭУ, КПУ, 2000.
6. *Купер К.* Индивидуальные различия. М., 2000.
7. *Серебровская Т. Б., Васильева А.* Проблемы и перспективы малого предпринимательства в современной России (с 2014 года) // Материалы международной научно-практической конференции VIII Найденовские чтения «Социально-экономическое развитие предпринимательства и его роль в экономике России». Издательский дом «Научная библиотека», 2016
8. *Серебровская Т. Б.* Необходимость тьюторского сопровождения при подготовке предпринимателей в вузе // Материалы международной

научно-практической конференции VIII Найденовские чтения «Социально-экономическое развитие предпринимательства и его роль в экономике России». Издательский дом «Научная библиотека», 2016.

9. Ханова З. Г. Психологические особенности личностного и профессионального самоопределения предпринимателей // Вестник университета. 2014. № 17.
 10. Ханова З. Г. Акмеологические характеристики успешного предпринимателя // Вестник Донского государственного технического университета. 2011. № 7.
- ### References
1. Dikaya L. G., Makhnach A.V. (2001) Attitude of a person to adverse life events and factors of its formation. *Psychology social situations*.
 2. Jean-Louis Servan-Schreiber, Perla Servan-Schreiber. (1993) The craft of the entrepreneur. Ten portraits of entrepreneurs.
 3. Zherelina L. N. (2011) Conditions and factors of development of cognitive abilities of entrepreneurs. *Akmeologiya*, no. 3.
 4. Zhuravlev A. A., Pozdnyakov V. P. (1994) Russian entrepreneurs in the modern social structure. *Sociological researches*, no. 5.
 5. Kozyrev V. I., Novikov V. V. et al. (2000) To the history of the study of entrepreneurship. *Psychology and Economics*. Proceedings of the 1st all-Russian conference on economic psychology. Moscow–Kaluga.
 6. Cooper K. (2000) Individual differences.
 7. Serebrovskaya T. B., Vasilyeva A. (2016) The problems and prospects of small business in modern Russia (since 2014). In: Proceedings of the international scientific and practical conference VIII Naidenov readings “Socio-economic development of entrepreneurship and its role in the Russian economy”. “Scientific library” Publishing house.
 8. Serebrovskaya T. B. The necessity of tutor’s support in the training of entrepreneurs in higher education. In: Proceedings of the international scientific and practical conference VIII Naidenov readings “Socio-economic development of entrepreneurship and its role in the Russian economy”. “Scientific library” Publishing house.
 9. Khanova Z. G. (2014) Psychological features of personal and professional self-determination of entrepreneurs. *Vestnik of University*. The University of the Russian Academy of education. No. 17.
 10. Khanova Z. G. (2011) Acmeological characteristics of a successful entrepreneur. *Bulletin of the Don State Technical University*, no. 7.

УДК 378

Л. Р. Назарова,
кандидат педагогических наук, доцент,
заведующий кафедрой дизайна и
креатива, Московский финансово-
промышленный университет
«Синергия»,
Москва, Россия;
e-mail: lnazarova@synergy.ru

Формирование профессиональной компетентности как стабильное направление развития личности дизайнера

Аннотация

Цель работы. В статье рассматриваются условия успешной реализации подготовки, пути и способы формирования профессиональной компетентности будущего дизайнера с учетом развития его личности. Цель работы – формирование научного знания и образовательных стратегий для усиления роли получения профессиональных компетенций в процессе профессионального становления студентов в связи с запросом на качественные образовательные услуги.

Материалы и методы. В статье использованы методы кабинетного исследования и контент-анализ.

Результат. Интеграция учебных дисциплин профессионального и общепрофессионального циклов способствует применению студентом в процессе дизайнерской деятельности знаний, усвоенных на занятиях, а также дальнейшее обогащение и углубление познаний и навыков в ходе непосредственной работы над дизайн-проектом, что усиливает достижение конкретных компетентностных образовательных результатов.

Заключение. Развитие личности дизайнера в процессе обучения невозможно без опоры на взаимопроникающее влияние учебных дисциплин, формирования культуры личности, предоставления условий для самореализации и саморазвития.

Ключевые слова: предпринимательство, творчество, дизайн, развитие личности, интеграция, компетентность, качество образования.

L. R. Nazarova,
Candidate of Pedagogical Sciences,
Associate Professor, Head of the
Department of design and creativity,
Moscow financial and industrial
University «Synergy»,
Moscow, Russia

Formation of Professional Competence as a Stable Direction of Development of the Designer's Personality

Abstract

Purpose of the work. The article discusses the conditions for successful implementation of training, ways and means of formation of professional competence of the future designer, considering the development of his personality. Purpose of the work is formation of scientific knowledge and educational strategies to strengthen the role of professional competencies in the process of professional development of students in connection with the request for high-quality educational services.

Materials and methods. The article uses the methods of Desk research and content analysis.

Results. Integration of academic disciplines of professional and General professional cycles contributes to the use of the student in the design process of knowledge acquired in the classroom, as well as further enrichment and deepening of knowledge and skills during direct work on the design project, which enhances the achievement of specific competence-based educational results.

Conclusion. The development of the designer's personality in the learning process is impossible without reliance on the interpenetrating influence of educational disciplines, the formation of a culture of personality, providing conditions for self-realization and self-development.

Keywords: entrepreneurship, creativity, design, personal development, integration, competence, quality of education.

Предпринимательство, предприимчивость, успешность, открытость, оптимизм, обновление, усердность, самосовершенствование являются, по сути, по-новому выстроенными приоритетами в современном мире. Студенты поколения нулевых, миллениалы, имеют клиповое мышление, мыслят образами и умеют организовать свой поток сознания с компетенциями и трудовыми функциями. Они умеют организоваться для творческой деятельности, что очень важно, так как именно сегодняшние студенты скоро будут обеспечивать быстро стареющее население планеты новыми предпринимательскими открытиями.

Новые профессии, новая деятельность, творчество, новизна, частая смена обстановки или, наоборот, работа, не выходя из дома – все разнообразие возможностей, предоставляемых сегодняшней социально-экономической формацией, понятно и востребовано современным молодым поколением. Поэтому крайне важно вовремя направить предприимчивых, склонных к творческой деятельности молодых людей в правильное направление, ведь предпринимательству можно и нужно учить со школьной скамьи.

В условиях частой смены сферы деятельности вырабатывается стрессоустойчивость, которая стабилизирует эмоциональную неустойчивость. Но излишнюю эмоциональность миллениалов прекрасно дополняет творческая активность, незапоренность мышления, предприимчивость. Творческие профессии – это один из самых верных путей для профессиональной самореализации, так как осваивая ту или иную творческую профессию, молодой человек имеет возможность реализовать свою творческую предприимчивость, творческую активность. Крайне важным представляется здесь обеспечение качества образовательных услуг [3, 8].

Современная образовательная парадигма зиждется на образовательной стратегии «Обучение всю жизнь», которая оправдана в реалиях стремительно развивающегося общества [1, 5]. В геометрической прогрессии возрастает объём информации, технологии постоянно совершенствуются, на наших глазах возникают новые профессии.

Компетентностно-ориентированный подход в настоящее время является сложившейся системой идеологии, которая диктует новые ценности и направления образования. С XX века по сегодняшний день происходит переход к прагматически ориентированному существованию. Социальный заказ активно влияет на процессы профессионального становления студентов, формирует запрос на качественные образовательные услуги. Формирование научного знания, диалектика исследования и образовательных стратегий предполагает усиление роли получения профессиональных компетенций.

Московский финансово-промышленный университет «Синергия» (далее Университет «Синергия») является одним из ведущих учебных заведений России, в котором сложилась собственная система профессиональной подготовки дизайнера, начиная от уровня СПО (54.02.01 Дизайн, гуманитарный профиль) через графический дизайн (54.03.01 Дизайн, уровень бакалавриата) до высот коммуникативного дизайнера (54.04.01, уровень магистратуры).

ФГОС ВО третьего поколения плюс довольно конкретен в описании общекультурных компетенций и профессиональных компетенций в образовательной области «Дизайн».

В компетентностно-ориентированной основной образовательной программе (далее ООП) Университета «Синергия» формулировки конкретных компетентностных образовательных результатов из числа профессиональных дополнены (в целях более точного отражения профессиональной или предметной специфики, обеспечения доступности и прозрачности формулировок для основных целевых групп – заказчиков образовательной услуги) профессиональными специальными компетенциями ПСК с сохранением классификации и кодирования в соответствии с образовательным стандартом [6, с. 7–9].

При создании ООП Университета «Синергия» (по направлению подготовки 54.03.01 «Дизайн», степень «бакалавр», профиль «графический дизайн») автор использует в том числе принципы системного подхода, подразумевающие единство интеграции и дифференциации, целого и частного, что способствует повышению эффективности учебного процесса и совершенствованию уровня и качества профессионального образования.

Автором в ряде публикаций [2, 5] сделана попытка описать планируемые уровни сформированности профессиональных компетенций у студентов-выпускников вуза в структуре формирования профессиональных компетенций с задачей выявления междисциплинарных связей базовой и вариативной частей ООП (включая учебные дисциплины гуманитарной, социальной и экономической специфики).

Потребность описания уровней сформированности профессиональных компетенций у студентов-выпускников вуза возникла при подготовке материалов для систематизации педагогической школы МФПУ «Синергия».

Описание планируемых уровней сформированности профессиональных компетенций у студентов-выпускников вуза (на примере МФПУ «Синергия»):

Пороговый уровень. Обязательный для всех студентов-выпускников вуза по завершении освоения ООП ВО.

Продвинутый уровень. Превышение минимальных характеристик сформированности компетенции для выпускника вуза.

Высокий уровень. Максимально возможная выраженность компетенции, уровень важен как качественный ориентир для самосовершенствования.

Базовая часть ФГОС ВО достаточно подробно описывает требования, которым выпускник вуза должен отвечать при успешном окончании вуза [2, с. 51–55].

Формирование профессиональных компетенций будущего дизайнера невозможно без опоры на взаимопроникающее влияние учебных дисциплин базовой части учебного плана: «История», «Философия», «Русский язык и культура речи», «Иностранный язык», «Безопасность жизнедеятельности».

Но уточним, что в понятийный аппарат компетенций входят не только узкоспециализированные профессиональные, формирующие визуальную культуру личности общепрофессиональные, но и социально-коммуникативная компетенция, а также компетенция самоуправления [7, с. 454].

В перечень дисциплин базовой части УП Университета «Синергия» (уровень бакалавриата) входят такие учебные дисциплины, как «История искусств», «Академический рисунок», «Академическая живопись», «Академическая скульптура и пластическое моделирование», «Технический рисунок».

Вышеперечисленные дисциплины помогают в формировании визуальной культуры личности. Визуальная культура личности оперирует категориями общекультурных компетенций, таких как:

- развитие эмоционально-образной сферы личности, общей и художественной культуры, обогащение художественными образами и представлениями художественного наследия человечества, знакомство с великими образцами искусства и культуры;
- высокий уровень ассоциативности и пространственности (умения погружаться в пространственную структуру произведения трёхмерного пространства),
- свобода зарождения замысла и переноса художественного образа, события, явления из языковых характеристик одного искусства в другое без потери уровня эмоционально-образного звучания;
- умение мыслить пространственно-временными категориями;
- развитие художественного воображения и художественной фантазии как духовной структуры личности;
- развитие художественных умений и навыков владения разными художественными

материалами, равно как и возможностями новых информационных технологий (НИТ) помогает в воплощении замысла в конкретном материале и получении полноценного художественного продукта.

- развитие художественного вкуса как основы развития соотношений категорий энергии и информации [5, с. 259].

Педагогическая система кафедры дизайна и креатива МФПУ «Синергия» основана на интеграции учебных дисциплин профессионального и общепрофессионального циклов и подразумевает применение студентом в процессе дизайнерской деятельности знаний, усвоенных на занятиях, а также дальнейшее обогащение и углубление познаний и навыков в ходе непосредственной работы над дизайн-проектом.

Как яркий пример описания междисциплинарных связей приведём взаимосвязь учебных дисциплин с системообразующей учебной дисциплиной «Проектирование» (54.03.01 Дизайн уровень бакалавриата, ООП бакалавриата):

- углубление изучения композиционных законов и правил осуществляется на занятиях по «Пропедевтике» и «Цветоведению и колористике»;
- овладение приёмами проектной графики на занятиях по «Академическому рисунку» и «Академической живописи» дополняется выполнением заданий по формообразованию на занятиях по «Академической скульптуре и пластическому моделированию»;
- изучение основ предпечатной подготовки на занятиях по «Основам производственного мастерства» основано на изучении основ шрифтовой культуры (дисциплины «Шрифт» и «Типографика»), «Истории стилей» и «Истории дизайна, науки и техники».

В каждой ООП дизайна Университета «Синергия» основу художественного восприятия и творчества составляет язык композиционных отношений как совокупность и соотношение художественных элементов построения. Художественный элемент построения как композиционная единица соединяет в себе качества художественного впечатления и художественного понятия. Способность оперировать соотношением качества впечатления в элементе художественного понятия определяет художественность изобразительного языка художественного образа. Это в равной степени относится как к профессиональному художественному творчеству, так и к процессу моделирования изображений в разных видах изобразительной продукции – рисунках, пространственном моделировании и проч., составляющих суть и содержание композиционного принципа создания художественной формы (как

выражения содержания и соотношений состава элементов).

Проектная культура личности дополняет визуальную культуру личности профессиональными компетенциями и предполагает умение мыслить системно, т. е. реализовывать комплексные решения для различных видов графической продукции, средств визуальной коммуникации и других продуктов графического дизайна, в том числе и в IT-сфере. Но «...именно с позиции культуры возможно развитие творческой активности, интеграция и взаимный контекст <...> дисциплин естественно-научного и гуманитарно-художественного циклов, обеспечение ассоциативных связей между всеми <...> дисциплинами, усвоение и практическое применение полученных знаний в художественном творчестве, развитие творческой активности <...>, предоставление условий для их самореализации и саморазвития» [4, с. 73].

Глубокое освоение учебных дисциплин за время обучения позволяет студентам обеспечить свою дальнейшую успешную реализацию в полученном направлении подготовки. Бакалавры по окончании обучения на кафедре дизайна и креатива МФПУ «Синергия» успешно совмещают обучение в магистратуре по программе «Коммуникативный дизайн» с работой в ведущих дизайн-студиях, рекламных агентствах и других творческих проектных организациях.

В магистратуре Университета «Синергия» аккумулируется и углубляется педагогически правильное осуществление связи теории и практики в процессе учебной деятельности. Обучение студентов коммуникативному дизайну происходит в симбиозе графики, звуков, интерфейсов и анимации. В базовой и вариативной частях (в том числе дисциплинах профиля и по выбору студента) прослеживаются тесные взаимосвязи IT-дисциплин с учебными дисциплинами гуманитарной, социальной и экономической специфики [7].

Недавние студенты, уже выпускники, уверенно владеющие английским языком, продолжают обучение по программам магистерской подготовки в Турции (Сорокина Алина – «Brand Communication»), Великобритании, Испании и других стран Европы.

Как итог и вектор дальнейшей деятельности в образовательном пространстве обращаем внимание на интересное решение по иллюстрации современных тенденций. В сети Интернет опубликован ресурс, непосредственно касающийся каждого гражданина мира. В интерактивном виде представлена карта будущего глобального образования [1]. Ресурс аккумулирует в виде динамической инфографики субъективную оценку пользователей и представляет тренды в современном образовании.

Литература

1. Будущее глобального образования 2015–2035. URL: <http://map.edu2035.org/futuremap?force>.
2. Данильченко О. В., Назарова Л. Р. Структура уровней формирования профессиональных компетенций выпускника по направлению подготовки 072500 «Дизайн» степень «Бакалавр» (профиль 1 «Графический дизайн») // Педагогика искусства. 2015. № 2. С. 51–55.
3. Королёва С. И. Результаты доступности и качества образования // Вестник Академии. 2011. № 4. С. 117–119.
4. Назарова Л. Р. Развитие творческой активности учащихся основной школы в изобразительной деятельности с использованием информационных технологий: дис. ... канд. пед. наук (13.00.01). М., 2002. 162 с.
5. Назарова Л. Р. Формирование основ визуальной культуры студента в современном дизайнерском образовании: компетентностный подход // Современные проблемы науки и образования. 2016. № 3. С. 259.
6. Приказ Минобрнауки России от 11 августа 2016 г. № 1004 «Об утверждении федерального государственного стандарта высшего образования по направлению подготовки 54.03.01 Дизайн (уровень бакалавриата) (Зарегистрирован в Минюсте России 25.08.2016 г. № 43405).
7. Приказ Минобрнауки России от 21 марта 2016 г. № 255 «Об утверждении федерального государственного стандарта высшего образования по направлению подготовки 54.03.01 Дизайн (уровень магистратуры) (Зарегистрирован в Минюсте России 20.04.2016 г. № 41870).
8. Серебровская Т. Б., Рудь Е. В. Интеграция тьюторства и практико-ориентированных технологий обучения как условие эффективной работы образовательного учреждения высшей школы // Вестник Академии. 2017. № 2. С. 15–18.
9. Энциклопедия профессионального образования: В 3-х т. / Под ред. С. Я. Батышева. М.: АПО, 1998. 568 с., ил.

References

1. The future of global education 2015–2035. URL: <http://map.edu2035.org/futuremap?force>.
2. Danilchenko O. V., Nazarova L. R. (2015) Structure of levels of formation of professional competences of a graduate in the direction of preparation 072500 "Design "Bachelor's degree (profile 1 "Graphic design"). *Pedagogics of art*, no. 2, pp. 51–55.
3. Koroleva S. I. (2011) Results of the accessibility and quality of education. *Bulletin of the Academy*, no. 4, pp. 117–119.

4. Nazarova L. R. (2002) Development of creative activity of students of the basic school in visual activity using information technologies, 162 p.
5. Nazarova L. R. (2016) Formation of the foundations of visual culture of students in modern design education: competence approach. *Modern problems of science and education*, no. 3, p. 259.
6. Order of the Ministry of education of Russia from August 11, 2016, no 1004 "On approval of the Federal state standard of higher education in the direction of training 54.03.01 Design (undergraduate level) (Registered in Ministry of justice of Russia 25.08.2016, No. 43405).
7. Order of the Ministry of education of Russia from 21 March 2016, no. 255 "On approval of the Federal state standard of higher education in the direction of training 54.03.01 Design (graduate level) (Registered in Ministry of justice of Russia 20.04.2016, No. 41870).
8. Serebrovskaya T. B., Rud E. V. (2017) Integration of tutoring and practice-to-oriented technologies of training as a condition of effective work of educational institutions of the higher school. *Bulletin of the Academy*, no. 2, pp. 15–18.
9. Encyclopedia of professional education: In 3 volumes / ed. by S. Ya. Batyshev. Moscow, APO, 1998. 568 p.

УДК 336.71

Е. Л. ЕКИМОВ,
аспирант, Московский финансово-
промышленный университет
«Синергия»,
Москва, Россия;
e-mail: j9168742945@yandex.ru

Межбанковская комиссия во взаиморасчетах между банком-эмитентом и банком- эквайером

Аннотация

Цель работы. В статье рассматривается проблема равномерного распределения издержек между банком-эквайером и банком-эмитентом с использованием межбанковской комиссии.

Материалы и методы. Исследуются факторы, влияющие на определение объема межбанковской комиссии, выплачиваемой банком-эквайером в пользу банка-эмитента.

Результат. Описаны инструменты влияния банка-эквайера на объем выплачиваемой межбанковской комиссии в пользу банка-эмитента: определение политики привлечения партнеров, согласование с платежной системой уникальных условий для клиента или индустрии, определение политики регистрации партнеров и увеличение собственных банковских карт банка-эквайера в торгово-сервисной точке (далее – ТСТ). Кроме того, описаны инструменты влияния банка-эмитента на объем получаемой межбанковской комиссии от банка-эквайера: определение эмиссионной политики и ограничения доступа к ликвидности держателей банковских карт путем сокращения банкоматной сети банка-эмитента.

Заключение. Сформулирована проблема выстраивания сбалансированной системы равномерного распределения издержек между банком-эквайером и банком-эмитентом в условиях некорректного присвоения кода торговой отрасли для ТСТ, а также с массовой выдачей банковских карт премиального класса непрофильным клиентам.

Ключевые слова: Платежная система, электронное средство платежа, банк-эмитент, банк-эквайер, эквайринг, межбанковская комиссия, interchange fee, MCC, Visa, MasterCard, UnionPay.

Е. А. Екимов,
Postgraduate student, Moscow Financial
and Industrial University «Synergy»,
Moscow, Russia;
e-mail: j9168742945@yandex.ru

Interchange Fee in Clearing Between the Issuing Bank and the Acquiring Bank

Abstract

Purpose of the work. The article considers the problem of equal cost allocation between acquirer-bank and issuing-bank with usage of interchange fee.

Materials and methods. Factors investigated that have effect on determination of volume of interchange fee that are paid by the acquirer-bank for the issuing-bank favor.

Results. The instruments of influence of acquirer-bank on the volume of interchange fee for issuing-bank favor described: definition of the policy of attracting partners, coordination with the payment system of unique conditions for the client or industry and increase in own bank cards of acquirer-bank in point-of-sales (POS). Also, instruments of influence of issuing-bank on the volume of the received interchange fee from acquirer-bank are described: definition of emission policy and restriction of access to liquidity of holders of bank cards by reducing the ATM network of acquirer-bank.

Conclusion. The problem of building a balanced system of uniform distribution of costs between acquirer-bank and issuing-bank in conditions of incorrect assignment of the merchant category code for POS, as well with the mass issuance of bank cards of premium class to non-core customers is formulated.

Keywords: Payment system, electronic subject of payment, issuing-bank, acquiring-bank, acquiring, interchange fee, MCC, Visa, MasterCard, UnionPay.

Введение

Обеспечение возможности проведения безналичной оплаты в розничной торговле для ТСТ реализуется путем интеграции *эквайринга* в процесс оплаты программно-технического комплекса, обеспечивающего возможность принимать инструменты безналичной оплаты: платежные карты и эмуляции платежных карт [10, с. 132]. С момента появления на банковском рынке услуг эмиссии банковских карт и приема их к оплате в торговых точках перед *банками-эмитентами* и *банками-эквайерами* возникает проблема равномерного распределения издержек, поскольку при обслуживании банковских карт *банки-эквайеры* и *банки-эмитенты* несут непаритетные издержки. Именно эту проблему призвана решить *межбанковская комиссия* (далее – *interchange fee*), которая разработана и поддерживается *платежной системой*. *Interchange fee* – это комиссия за обмен данными о транзакциях, выплачиваемая *банком-эквайером* в адрес *банка-эмитента* по совершенным розничным транзакциям [2, с. 157]. *Межбанковская комиссия* призвана решить задачу равномерного распределения издержек всех участников банковской системы, участвующих в процессе проведения оплаты держателем карты в торговой точке.

Целью данного исследования является выявление и формулирование проблем, препятствующих равномерному распределению издержек с использованием *interchange fee* между *банком-эквайером* и *банком-эмитентом*.

Задача, обусловленная целью, заключается в комплексном исследовании механизма межбанковской комиссии, обуславливающего проблемы, приводящие к дисбалансу издержек между *банком-эквайером* и *банком-эмитентом*. В решении этой задачи участвуют:

- *платежная система*;
- *банк-эквайер*;
- *банк-эмитент*.

Влияние каждого из участников на процессы взаимодействия неодинаково и характеризуется рядом факторов.

Проанализируем характер и форму влияния на баланс издержек между банками со стороны каждого участника процесса проведения оплаты держателем карты в торговой точке.

Влияние платежной системы на равномерное распределение издержек

Платежная система устанавливает правила работы для *банков-эмитентов* и *банков-эквайеров* с собственными продуктами – банковскими картами. В правила работы с банковскими картами входит широкий перечень вопросов, включая правила эмиссии, приема в торговых точках и банкоматах, работы с обращениями,

предотвращения мошенничества, а также правила о взаиморасчетах между *банком-эквайером* и *банком-эмитентом*. В пул правил по взаиморасчетам включены обязательства *банка-эквайера* возмещать часть *комиссионного вознаграждения* в пользу *банка-эмитента*. Объем *комиссионного вознаграждения* определяется *платежной системой* для каждой отдельной транзакции. Например, международная платежная система *MasterCard* регламентирует факт взимания *Interchange fee* в правилах платёжной системы «MasterCard» в России, пункт 7 «Порядок осуществления перевода денежных средств в рамках платёжной системы, включая моменты наступления его безотзывности, безусловности и окончательности», подпункт 7.1. «Общие положения»: *В типичной Операции купли-продажи Держатель Карты приобретает товары или услуги у Торговой точки с использованием Карты или иного платёжного средства. После того как Операция авторизована Эмитентом, Эмитент платит Эквайеру в соответствии с процедурой расчёта сумму, равную стоимости Операции, за вычетом межбанковской комиссии и осуществляет Операцию по Карте или иным образом списывает сумму Операции из средств, предоставленных Держателем Карты, определяемым им способом. Эквайер платит сумму покупки Торговой точке за вычетом сбора за обслуживание торговых точек* [7]. В каждой *платежной системе* реализуется *межбанковская комиссия*, и она отражена в публичных правилах *платежной системы*.

Существует ряд факторов, влияющих на определение объема *межбанковской комиссии*:

1) *категория банковской карты*. В зависимости от категории карты, *банк-эмитент* обязан предоставлять различные сервисы держателю карты, а задача *платежной системы* регулировать градацию ставки *interchange fee* для банковских карт с различными пакетами сервисов, для обеспечения равномерного разделения издержек между *банком-эквайером* и *банком-эмитентом*;

2) *торговая отрасль ТСТ или МСС* (от англ. Merchant Category Code). *Платежная система* обязует *банка-эквайера* присваивать каждой торговой точке код торговой отрасли для классификации торговых точек по роду деятельности. В зависимости от этого *платежная система* диверсифицирует *межбанковскую комиссию* для ТСТ в зависимости от торговой отрасли. Следует отметить, что для ряда крупных торговых сетей *платежная система* выделяет отдельные МСС, это необходимо для предоставления индивидуальных условий торговой сети. Как правило, платежная система готова предоставлять такие условия исключительно индустрия-образующим предприятиям, т. к. данные предприя-

тия формируют стандарт предоставления товара или услуги, что в свою очередь влияет на популяризацию банковских карт в данной торговой отрасли. Например, такими торговыми сетями являются интернациональный авиаперевозчик «Аэрофлот» (МСС 3011) и международная сеть отелей «Hilton» (МСС 3504). Ставки *interchange fee* и перечень МСС регулярно дорабатываются и обновляются *платежной системой*, в связи с постоянным развитием рынка товаров и услуг, а также регулярными изменениями в сфере розничной торговли;

3) *географическая и государственная принадлежность банковской карты*. В правилах *платежной системы* также предписаны особые правила взимания *interchange fee* для транзакций по банковским картам, проводимых за пределами «домашнего» государства, в рамках одного региона, а также в государствах, располагающихся в различных регионах. Каждая *платежная система* самостоятельно формирует систему разделения мирового транзакционного рынка на регионы: так, например, *MasterCard* разделяет мировой транзакционный рынок на 6 регионов [5], а *платежная система UnionPay International* разделяет мировой транзакционный рынок на 5 регионов [6]. Такая форма *комиссии* актуальна только для *международных платежных систем*. Локальные *платежные системы* также имеют возможность совершать транзакции за пределами «домашнего» государства путем реализации кобейджингового продукта с *международной платежной системой*. Кобейджинговая банковская карта – это банковская карта с поддержкой двух *платежных систем*, что позволяет использовать инфраструктуру данных *платежных систем*. Данная форма взаимодействия популярна среди локальных *платежных систем* для популяризации своих продуктов. Однако данная форма взаимодействия и механика формирования *interchange fee* выходит за рамки данного исследования.

Таким образом, главным инструментом перераспределения *комиссии* является *interchange fee*, регулируемая с помощью категоризации банковской карты, категоризации торговой отрасли ТСТ и диверсификации по географическому и государственному признаку.

Влияние банка-эквайера на равномерное распределение издержек

Банк-эквайер оказывает опосредованное влияние на распределение *interchange fee* *посредством*:

- определения политики привлечения клиентов;
- согласования с *платежной системой* дисконтных условий обслуживания для развиваемой индустрии;

- определения политики регистрации;
- превентивного увеличения доли собственных банковских карт в обороте POS-терминального оборудования в ТСТ.

Рассмотрим все инструменты влияния на *interchange fee* со стороны *банка-эквайера* подробнее.

1. *Определение политики привлечения партнеров*. Менеджмент *банка-эквайера*, понимая, что *платежная система* регламентирует дифференцированную *межбанковскую комиссию* для разных торговых отраслей, определяет фокусную отрасль, которая позволяет нести наименьшие переменные издержки. Например, *interchange fee* для торговых отраслей «Продукты» (МСС 5499) и «Супермаркет» (МСС 5411) значительно ниже, чем для торговых отраслей «Драгоценности» (МСС 5094) и «Меховые изделия» (МСС 5681). Правильное определение политики привлечения партнеров с рынка позволяет *банку-эквайеру* значительно оптимизировать издержки на *interchange fee*. Оптимизация реализуется за счет определения *банком-эквайером* фокусной торговой отрасли с минимальной ставкой *interchange fee*, что в свою очередь сокращает переменные издержки *банка-эквайера* на уплату *межбанковской комиссии*.

2. *Согласование с платежной системой дисконтных условий обслуживания для развиваемой индустрии*. При выходе *банка-эквайера* на рынок, на котором ранее исторически отсутствовала возможность приема карт к оплате, *банк-эквайер* имеет возможность инициировать переговоры, с *платежной системой* о *понижении стартового порога*. В зависимости от перспективности предложенного *банком-эквайером* рынка *платежная система* определяет возможность понижения порога и стартовых условий: ограничения по времени предоставления лояльности, количеству транзакций или общей сумме переведенных денежных средств в определенном временном интервале. В случае, если представители *платежной системы* видят перспективу в понижении ставки *interchange fee*, то может обсуждаться снижение ставки на постоянной основе.

3. *Определение политики регистрации*. Присвоение МСС для ТСТ производится самостоятельно сотрудником банка в соответствии с выданной инструкцией или внутренним регламентом *банка-эквайера*. Процесс присвоения МСС, как правило, не подлежит регулярному контролю внешних институтов, за исключением процедур внутренних и внешних аудитов, регламентированных законодательством. Ввиду отсутствия регулярного контроля, сотрудник *банка-эквайера* имеет возможность непреднамеренно или умышленно присвоить торговой точке некорректный МСС, что обязательно повлечет за собой

некорректный расчет *interchange fee* по данной ТСТ. Данная проблема будет рассмотрена более подробно далее.

4. *Превентивное увеличение оборота по собственным банковским картам в ТСТ* может быть реализовано только в случае, если *банк-эквайер* также занимается эмиссией банковских карт. При использовании данного подхода *interchange fee* не выплачивается стороннему банку, а остается в финансовом контуре банка, предоставляющего услугу *эквайринга* и эмиссии банковских карт. Внутри банка *interchange fee* будет отражен на доходных счетах подразделения, ответственного за эмиссию, однако за счет того, что денежные средства не покидают финансовый контур банка, они формируют чистый комиссионный доход банка. Данный кейс реализован на практике в Российской Федерации в ряде вузов, где зарплатный проект, карты студента и услуга *эквайринга* в близлежащих ТСТ реализованы одним банком. Кроме того, данный кейс может быть реализован в моногородах при реализации зарплатного проекта на градообразующем предприятии и активного распространения услуги *эквайринга* в изохронах ТСТ с высокой долей карт зарплатного проекта.

Так, влияние *банка-эквайера* на равномерное распределение издержек заключается в определении политики привлечения партнеров, согласовании с *платежной системой* уникальных условий для торговой отрасли или определенного партнера, определении регистрационной политики, а также в увеличении оборота по собственным банковским картам в случае, если *банк-эквайер* также развивает эмиссионное направление.

Влияние банка-эмитента на равномерное распределение издержек

Банк-эмитент имеет возможность влиять на объем получаемого *interchange fee* путем:

- определения собственной эмиссионной политики;
- сокращения банкоматной сети *банка-эмитента*.

Рассмотрим подробнее эти инструменты.

1. *Определение собственной эмиссионной политики*. На сегодняшний день *международные платежные системы* предлагают широкую палитру карточных продуктов для *банков-эмитентов*. Разберем на примере *международной платежной системы VISA International*. В *платежной системе VISA International* карточные продукты разделены на сегменты и в рамках сегмента представлены различные карточные решения, в зависимости от состоятельности клиента:

- o Вне сегмента: *VISA Electron, VISA Virtual*,
- o Массовые (Mass): карта *VISA Classic*,

- o Массовые высокодоходные (Mass Affluent): *VISA Gold, VISA Rewards*,
- o Высокодоходные (Core Affluent): *VISA Platinum, VISA Signature*,
- o Состоятельные (High-net-worth individual): *VISA Infinite*.

В данном списке карточные продукты представлены по возрастанию пакета сервисов, предоставляемых держателю карты от *банка-эквайера*. Рекомендованный пакет сервисов регламентирует *платежная система*. В зависимости от сегмента стоимость обслуживания банковской карты для *банка-эмитента* разнится. В связи с этим *платежная система* устанавливает разный *interchange fee* для карточных продуктов. Для каждого карточного продукта определен свой собственный *interchange fee*. Таким образом, *банки-эмитенты* могут выбирать свою целевую аудиторию для привлечения в качестве держателей банковских карт, тем самым формируя портфель карт, которые при соответствующем обслуживании ежедневно формируют финансовый поток *interchange fee*.

2. *Сокращение банкоматной сети банка-эмитента*. *Банку-эмитенту*, как правило, необходимо иметь собственную банкоматную сеть для обеспечения держателей карт наличными деньгами. Однако *банк-эмитент* имеет возможность как наращивать банкоматную сеть, так и сокращать ее, в случае если все товары и сервисы в географии присутствия банковских карт данного *банка-эмитента* можно получить путем оплаты банковской картой. Таким образом, *банк-эмитент* может влиять на объем операций по своим банковским картам путем сокращения собственной банкоматной сети. Этот способ увеличения *interchange fee* является высокорисковым инструментом, так как несет в себе имиджевый риск и требует высокого уровня развития POS-терминальной инфраструктуры в изохронах сокращаемых банкоматов.

Таким образом, банк-эмитент имеет возможность повлиять на объем получаемого *interchange fee* как через определение эмиссионной политики, так и через механизм регулирования инфраструктуры банкоматной сети. Однако на стадии перехода от наличных денег к безналичным и формировании в обществе культуры безналичных платежей сокращение количества банкоматов обуславливает высокий риск отказа клиентов от банковских карт и возвращение к аналоговым, наличным деньгам. В связи с тем, что на текущий момент Россия переживает фазу активного перехода от наличных денег к безналичным, сокращение банкоматной сети *банка-эмитента* для транзакционного рынка в России является неактуальным и в данной статье не рассматривается.

Проблема межбанковской комиссии в равномерном распределении издержек

Формирование сбалансированной системы равномерного распределения издержек имеет практическую значимость для всех участников банковского рынка, эмитирующих банковские карты и обеспечивающих прием банковских карт к оплате в ТСТ. На практике сбалансированный *interchange fee* позволяет текущим участникам рынка *эквайринга* и эмиссии равномерно распределять доход и создает мотивацию для выхода на рынок эмиссии и *эквайринга* новых банков, что, в свою очередь, обеспечивает здоровую конкуренцию на рынке и необходимость технологического совершенствования продуктов. Однако в действующем виде равномерное распределение издержек осложнено рядом особенностей, которые не позволяют сформировать баланс между *банком-эмитентом* и *банком-эквайером*. Можно выделить два ключевых фактора, затрудняющих сбалансированное распределение издержек.

- *Некорректное или вольное присвоение МСС.*

В случае выявления фактов нарушения регистрационных правил, установленных *платежной системой*, в соответствии с договором между *банком-эквайером* и *платежной системой*, оговариваются санкционные меры, которые включают в себя предупреждения, денежные взыскания и отключения от системы. Однако на сегодняшний день в нашей стране транзакционный рынок находится на стадии развития, в связи с чем филиалы *международных платежных систем* относятся лояльно к данным кейсам, о чем свидетельствуют многочисленные освещенные в сети Интернет кейсы некорректно присвоенных МСС, в результате чего держатели банковских карт не могут получить дополнительные кэш-беки и бонусы, предоставляемые *банком-эмитентом* в привязке к МСС. Например, среди них можно выделить кейсы, освещенные на банковском портале banki.ru: торговую сеть Декатлон [4] (на момент публикации *банками-эквайерами* являются АО «Банк Русский Стандарт» и ПАО «Банк ВТБ») и строительных магазинов [1] (на момент публикации *банком-эквайером* является ПАО «Сбербанк»). Следует учесть, что данные кейсы не освещались и не комментировались со стороны *платежных систем VISA* и *MasterCard*. Этот факт дает возможность полагать, что платежная система не фокусирует внимание на подобных кейсах в связи с тем, что Россия на текущий момент находится на этапе активного перехода в формат безналичных платежей. В переходный период транзакционный рынок не рекомендуется подвергать стрессовым ситуациям и активно применять санкционную политику к *банкам-эквайерам*. Следствием подобной политики является

нарушение баланса издержек между *банками-эквайерами* и *банками-эмитентами*. При недостаточном внимании к данному обстоятельству это может привести к серьезному нарушению баланса издержек на транзакционном рынке и сформирует финансовый барьер для небольших банков на этом рынке, что в будущем может привести к монополизации транзакционного рынка, а для конечного потребителя это может привести к снижению качества предоставляемых услуг и завышению стоимости продукта.

- Кроме того, на некорректное распределение *interchange fee* может повлиять *злоупотребление банком-эмитентом эмиссионной политикой*.

Как и с *эквайрингом*, правила эмиссии банковских карт регламентированы *платежными системами*, а их нарушение приводит к применению санкционных мер. На транзакционном рынке хорошо известны кейсы подобных нарушений, реализуемые Тинькофф Банком и банком Русский Стандарт [3], в рамках которых проводились «ковровые» почтовые рассылки банковских карт высокодоходного класса. Феномен «ковровой» почтовой рассылки банковских карт впоследствии был устранен на законодательном уровне федеральным законом от 21.12.2013 № 353-ФЗ (ред. от 03.07.2016) «О потребительском кредите (займе)» [8], в рамках статьи 8 «Передача *электронного средства платежа* при выдаче потребительского кредита с использованием *электронного средства платежа*». Данная статья свидетельствует, что при выдаче потребительского кредита с использованием *электронного средства платежа* оно должно быть передано заемщику кредитором по месту нахождения кредитора (его структурного подразделения), а при наличии отдельного соглашения в письменной форме заемщика – по адресу, указанному заемщиком при заключении договора потребительского кредита, способом, позволяющим однозначно установить, что *электронное средство платежа* было получено заемщиком лично либо его представителем, имеющим на это право. Передача и использование *электронного средства платежа* заемщиком допускаются только после проведения кредитором идентификации клиента в соответствии с требованиями, предусмотренными законодательством Российской Федерации.

В свою очередь федеральный закон от 27.06.2011 № 161-ФЗ (ред. от 18.07.2017) «О национальной платежной системе» [9] раскрывает понятие «*Электронное средство платежа*» в статье 3 «Основные понятия, используемые в настоящем Федеральном законе».

Электронное средство платежа – средство и (или) способ, позволяющие клиенту оператора по

переводу денежных средств составлять, удостоверить и передавать распоряжения в целях осуществления перевода денежных средств в рамках применяемых форм безналичных расчетов с использованием информационно-коммуникационных технологий, электронных носителей информации, в том числе платежных карт, а также иных технических устройств.

Следует отметить, что данный закон остановил лишь проблему отправки банковских карт по почте, но не повлиял на нарушения банками правил, установленных *платежными системами* в части эмиссионной политики по предоставлению карточных продуктов высокодоходного класса массовому сегменту. Таким образом, и сегодня в ряде банков, в том числе и Тинькофф Банке, можно оформить банковскую карту высокодоходного класса с бесплатным или минимальным годовым обслуживанием без подтверждения причастности к высокодоходному классу клиентов.

Следовательно, механизм *межбанковской комиссии* как инструмент распределения издержек между *банком-эмитентом* и *банком-эквайером* содержит ряд проблем как со стороны *банка-эквайера*, так и со стороны *банка-эмитента*.

Так, со стороны *банка-эквайера* появляется проблема, связанная с низким уровнем контроля со стороны *платежной системы* над процессом присвоения МСС торговой точке, а со стороны *банка-эмитента* проблема проявляется в бесконтрольной возможности эмитировать банковские карты высокодоходного сегмента непрофильным клиентам вопреки правилам и рекомендациям *платежной системы*.

Заключение

Резюмируя вышеизложенное, можно отметить, что образование дисбаланса издержек в процессе реализации межбанковской комиссии обусловлено рядом факторов, а именно:

- *некорректным или вольным присвоением МСС.*
- *злоупотреблением банков-эмитентов проводимой эмиссионной политикой.*

Кроме того, в процессе исследования выявлены и другие проблемы, обусловленные механизмом реализации межбанковской комиссии в качестве инструмента распределения издержек между *банком-эквайером* и *банком-эмитентом*:

- со стороны *банка-эквайера* – проблема, связанная с низким уровнем контроля со стороны *платежной системы* над процессом присвоения МСС торговой точке;
- со стороны *банка-эмитента* – проблема, которая проявляется в бесконтрольной возможности эмитировать банковские карты высокодоходного сегмента непрофильным

клиентам вопреки правилам и рекомендациям *платежной системы*.

В перспективе решение выявленных проблем имеет практическую значимость, так как позволит создать условия для конкуренции на транзакционном рынке и появится возможность для выхода на этот рынок другим банкам, что позволит сформировать выгодные для потребителя цены (как для ТСТ на услугу *эквайринга*, так и для держателя карты и ее обслуживание на обслуживание), а также повлияет на развитие продуктовой линейки *эквайринга* и эмиссии банковских карт.

Литература

1. Банк отправляет некорректные МСС коды // Независимый финансово-информационный портал banki.ru. URL: <http://www.banki.ru/services/responses/bank/response/10093117>.
2. *Гризов А. И.* Англо-русский толковый словарь ПЛАС (5-е издание). М.: Рекон Интернешнл, 2013.
3. *Локишина Ю.* Бонусы для пластиковых должников // Независимый финансово-информационный портал banki.ru. URL: <http://www.banki.ru/news/daytheme/?id=429682>.
4. МСС-код в Decathlon // Независимый финансово-информационный портал banki.ru. URL: <http://www.banki.ru/services/responses/bank/response/4420350>.
5. Официальный сайт международной платежной системы MasterCard International. URL: <https://www.mastercard.us/en-us/about-mastercard/who-we-are/global-locations.html>.
6. Официальный сайт международной платежной системы UnionPay International. URL: <http://www.unionpayintl.com/en/aboutUs/companyProfile/introductiontoUPI>.
7. Правила платёжной системы «МастерКард» в России. Редакция № 3 от 21.06.2016 г. // Официальный сайт международной платежной системы MasterCard International. URL: https://www.mastercard.ru/content/dam/mccom/ru-ru/documents/MC_rules_public.pdf.
8. Федеральный закон от 21.12.2013 № 353-ФЗ (ред. от 03.07.2016) «О потребительском кредите (займе)».
9. Федеральный закон от 27.06.2011 № 161-ФЗ (ред. от 18.07.2017) «О национальной платежной системе».
10. *Хабаров В. И., Екимов Е. Л.* Исследование рынка эквайринга в розничной торговле Российской Федерации // Научное обозрение. 2017. № 3. С. 131–137.

References

1. The Bank sends incorrect MSS codes. *Independent financial information portal banki.ru*. URL:

- <http://www.banki.ru/services/responses/bank/response/10093117>.
2. Gresov A. I. (2013) English-Russian explanatory dictionary PLUS (5th edition). Moscow: Recon International.
 3. Lokshina Yu. Bonuses for plastic debtors. *Independent financial information portal banki.ru*. URL: <http://www.banki.ru/news/daytheme?id=429682>.
 4. MSS-code in Decathlon. *Independent financial information portal banki.ru*. URL: <http://www.banki.ru/services/responses/bank/response/4420350>.
 5. The official website of the international payment system MasterCard international. URL: <https://www.mastercard.us/en-us/about-mastercard/who-we-are/global-locations.html>.
 6. The official website of the international payment system UnionPay international. URL: <http://www.unionpayintl.com/en/aboutUs/companyProfile/introductiontoUPI>.
 7. Rules of the payment system "MasterCard" in Russia. Edition № 3 of 21.06.2016. *Official website of the international payment system MasterCard international*. URL: https://www.mastercard.ru/content/dam/mccom/ru-ru/documents/MC_rules_public.pdf.
 8. Federal law of 21.12.2013 № 353-FZ (ed. from 03.07.2016) "On consumer credit (loan)".
 9. Federal law No. 161-FZ of 27.06.2011 (ed. of 18.07.2017) "On the national payment system".
 10. Khabarov V. I., Ekimov E. L. (2017) Study of acquiring market in the retail trade of the Russian Federation. *Scientific review*, no. 3, pp. 131–137.

УДК 331

Е. З. Карпенко,

кандидат экономических наук,
доцент, доцент кафедры управления
человеческими ресурсами,
РЭУ им. Г. В. Плеханова,
Москва, Россия;
e-mail: Elena-2167@mail.ru

Е. В. Красавина,

доктор социологических наук, доцент,
профессор кафедры управления
человеческими ресурсами,
РЭУ им. Г. В. Плеханова
Москва, Россия;
e-mail: Krasavina_2905@mail.ru

В. А. Сологуб,

доктор социологических наук,
профессор, профессор кафедры
государственного и муниципального
управления Южно-Российского
института управления Российской
академии народного хозяйства
и государственной службы при
Президенте Российской Федерации
Ростов-на-Дону, Россия;
e-mail: sva@aaanet.ru

Возможности наставничества в развитии человеческого капитала организации

Аннотация

Цель работы. Качество человеческого капитала определяет устойчивость и возможности прогрессивной трансформации организации в условиях меняющейся экономики. Поиск методов, способствующих эффективному развитию человеческого капитала, все более актуализируется как научная задача.

Материалы и методы. Исследован терминологический аппарат предметной области. Проанализированы подходы к организации наставничества в современной теории и практике управления. Оценена широта применения наставничества современными организациями в целях развития работников.

Результат. Выявлены наиболее существенные особенности наставничества как метода обучения. Отмечено, что на практике наставничество может быть явным (формальное наставничество) и скрытым (неформальное наставничество).

Заключение. Определены условия, соблюдение которых позволит полнее использовать возможности наставничества в формировании человеческого капитала организации.

Ключевые слова: человеческий капитал, организация, развитие персонала, методы обучения, наставничество.

E. Z. Karpenko,

Candidate of Economic Sciences,
Associate Professor of Human Resource
Management department, Plekhanov
Russian University of Economics,
Moscow, Russia;
e-mail: Elena-2167@mail.ru

E. V. Krasavina,

Doctor of Social Sciences, Professor
of Human Resource Management
department, Plekhanov Russian
University of Economics,
Moscow, Russia;
e-mail: Krasavina_2905@mail.ru

Mentoring Opportunities in the Development of Human Capital Organization

V. A. Sologub,

Doctor of Social Sciences, Professor
of State and Municipal Management
Department, South Russian Institute of
Management The Russian Presidential
Academy of National economy
and Public administration,
Rostov-on-Don, Russia;
e-mail: sva@aaanet.ru

Abstract

Purpose of work. *The quality of human capital determines the sustainability and opportunities for progressive transformation of an organization in a changing economy. The search for methods that contribute to the effective development of human capital is increasingly being actualized as a scientific task.*

Materials and methods. *The terminological apparatus of the domain is studied. Approaches to the organization of mentoring in modern management theory and practice are analyzed. Estimated the breadth of the use of mentoring by modern organizations for the development of workers.*

Results. *The most significant features of mentoring as a method of learning are revealed. It is noted that in practice, mentoring can be explicit (formal mentoring) and hidden (informal mentoring).*

Conclusion. *The conditions are determined which will allow fuller use of the opportunities for mentoring in the formation of the human capital of the organization.*

Keywords: *human capital, organization, personnel development, teaching methods, mentoring.*

Развитие человеческого капитала рассматривается современными организациями как средство обеспечения конкурентоспособности в условиях экономических, технологических, политических и социальных изменений. Качественное изменение человеческого капитала возможно, в первую очередь, в результате обучения работников, которое все большее количество организаций определяет как приоритетное направление деятельности.

Успех процесса обучения во многом зависит от разумно подобранных методов, наиболее оптимальным образом подходящих для решения поставленных задач в конкретных условиях организации.

Широкое применение в мировой и российской практике имеет наставничество как понятный, проверенный и результативный метод развития работников. Исследование, проведенное Королевским институтом персонала и развития – Chartered Institute of Personnel and Development (CIPD), показало, что:

- наставничество для обучения и развития работников используют 78% компаний;
- более 90% компаний считают наставничество основным механизмом, позволяющим перейти в обучении работников с использования внешних программ к обучению на рабочем месте;
- наставничество в 70% случаев обеспечивает компаниям повышение эффективности деятельности;
- почти 95% линейных менеджеров в той или иной степени выступают в роли наставников [8, с. 5].

Важно отметить большое разнообразие существующих сегодня терминов, перекликающихся

с наставничеством: шедоунг (Job Shadowing); баддинг (Buddying); коучинг (Coaching); менторинг (Mentoring). Все они в той или иной степени воспроизводят требования наставничества, но имеют свои особенности. Так, например, шедоунг предполагает, что обучаемый «следует тенью» за обучающим. При этом тот, кто учится, внимательно наблюдает, не вмешиваясь в производственный процесс и не задавая никаких вопросов, даже в случае острой необходимости что-либо уточнить. Отличительной особенностью коучинга является поиск совместного решения обучаемым и обучающим. Выделить же особенности менторинга в сравнении с наставничеством, на наш взгляд, практически невозможно. Хотя некоторые специалисты пытаются обозначить разграничение наличием в менторинге психологической составляющей, нам же это кажется не убедительным, потому что и наставничество без психологического контакта обучаемого и обучающего невозможно.

Понимание сущности наставничества является важным условием успешности его практического применения. Различия в объяснении наставничества современной теорией управления основаны на неоднозначности подходов к наставничеству в разных школах. Североамериканский подход основан на представлении о наставнике как об опытном и обязательно влиятельном в своей области деятельности работнике. Европейский подход предполагает, что наставник, обладая особыми знаниями и опытом, должен уметь вести себя на равных в общении с обучаемым. Соглашаясь с мнением Д. Меггинсона и его коллег, определяющих наставничество как «независимую помощь, оказываемую одним человеком другому в развитии, знаниях, работе и мышлении»

[10, с. 123], подчеркнем наиболее существенные, на наш взгляд, особенности этого метода, сводимые к индивидуализации обучения, межличностному контакту обучаемого и обучающего.

Важно учитывать, что наставничество в зависимости от степени развитости системы внутрифирменного обучения персонала может иметь как явную (формальное наставничество), так и скрытую (неформальное наставничество) форму [2, с. 103–110]. Под скрытым наставничеством будем понимать «передачу умений, навыков, приемов работы, несложных знаний, демонстрацию отношения к корпоративной культуре коллегами обучаемого, формально наставниками не являющимся» [2, с. 107]. Такое обучение практически

не поддается контролю и может иметь дисфункциональные последствия для организации, проявляющиеся, например, в усвоении обучаемым сотрудником норм и правил, противоречащих корпоративной культуре.

Наибольшее распространение в практике формального наставничества получили подходы, включающие четыре и семь ступеней последовательных действий [7, с. 271], в основе которых традиционные этапы практически любого процесса обучения: подготовка, демонстрация, опыт, контроль. Так, четырехступенчатый подход предполагает подготовку обучаемого работника; показ приемов новой работы; опыт; контроль (рис. 1).

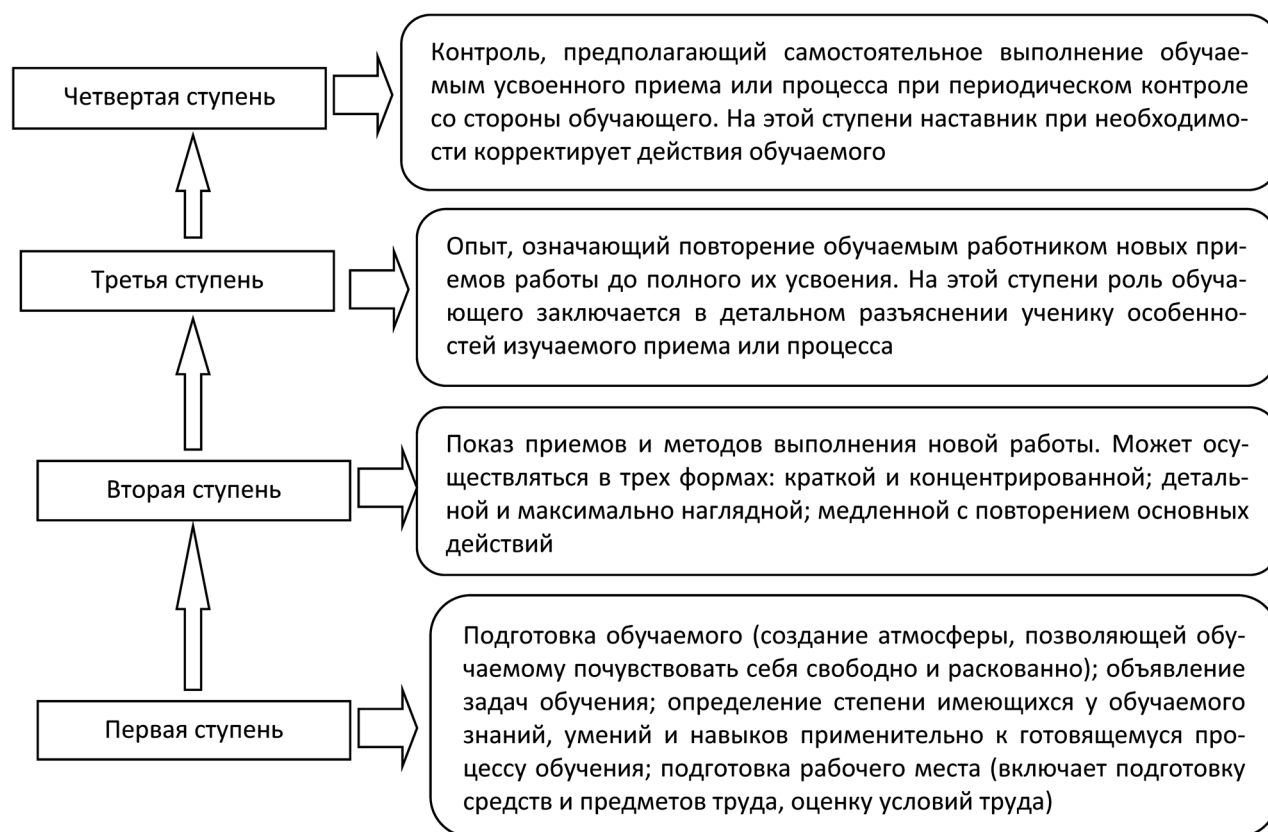


Рис. 1. Четырехступенчатая модель наставничества

Семиступенчатый подход имеет большую детализацию рассматриваемого процесса, предполагающую следующие этапы: общее ознакомление с рабочим местом и коллегами; детальное ознакомление с рабочим местом; демонстрация изучаемого процесса; пробное выполнение новой работы; корректировка; тренировка; дополнительные объяснения (рис. 2).

Большое значение при использовании наставничества в целях формирования у обучаемого работника человеческого капитала нового качества имеет стиль обучения (рис. 3), свойственный как наставнику, так и обучаемому работнику.

По мнению П. Хани [9, с. 17] понимание того, какого стиля придерживается каждый из участников процесса обучения, может существенно повысить эффективность как обучаемого работника, так и наставника. Успешный наставник должен одинаково хорошо владеть всеми названными выше стилями, даже если предпочтение он отдает какому-либо отдельному стилю.

Организация, определяя наставничество как средство развития человеческого капитала, должна предварительно оценить возможные позитивные и негативные последствия его применения (табл. 1).



Рис. 2. Семиступенчатая модель наставничества

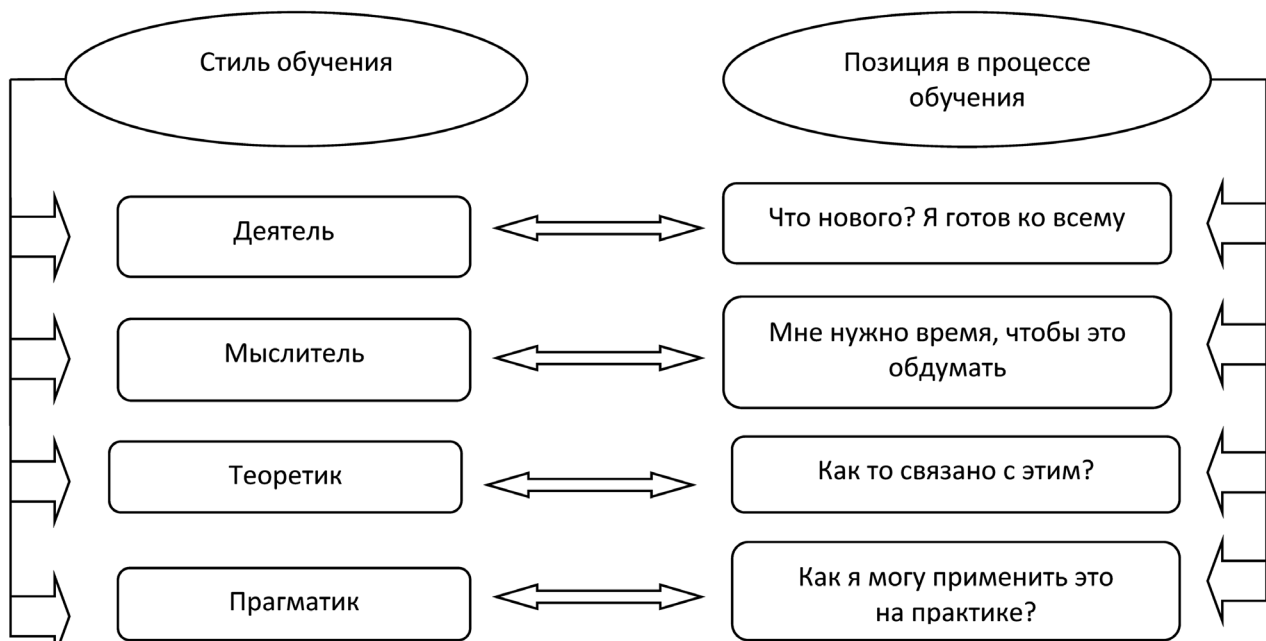


Рис. 3. Стили обучения

Источник: составлено на основе [9].

Таблица 1

Преимущества и недостатки наставничества

Преимущества	Недостатки
Тесная привязка процесса обучения к реальному трудовому процессу	Снижение производительности труда наставника
Постоянное взаимодействие обучаемого работника с наставником	Снижение удовлетворенности наставника процессом труда из-за ограничения возможностей роста личных трудовых показателей
Персонализация обучения (при индивидуальном наставничестве)	Восприятие наставничества как обузы (зависит от корпоративной культуры и личности наставника)
Повышение уважения к наставнику со стороны коллег (зависит от корпоративной культуры)	
Удовлетворение наставника от особого признания его знаний и навыков	
Низкие затраты для организации	
Раскрытие потенциала как наставника, так и обучаемого	
Обучая, наставник сам развивается	
Систематизация наставником собственного опыта	

Источник: собственная разработка автора.

Получение выгод, которые может обеспечить наставничество в развитии человеческого капитала организации, возможно при соблюдении ряда условий. Первое – активная поддержка руководством организации, без которой самые удачные схемы наставничества не будут работать эффективно.

Второе – правильный выбор наставника. Это должен быть опытный и умелый работник, разделяющий и поддерживающий ценности корпоративной культуры. Не менее значимой характеристикой наставника, на которую не всегда обращают должное внимание, является умение объяснить другим, «как это делается». Кроме того, важно, чтобы наставник, передавая знания, мог руководить, направлять и обеспечивать поддержку ученикам. Наставнику необходимо понимать потребности обучаемого и осознавать влияние, которое он как личность оказывает на процесс обучения и формирование человеческого капитала ученика.

Успешность решения задач, связанных с принятием наставничества в качестве важного средства развития работников, может обеспечить организации надежность в условиях трансформирующейся экономики.

Литература

1. Журавлев П. В. Методология управления персоналом предпринимательских организаций. Автореф. дис. док. экон. наук / Российский экономический университет им. Г. В. Плеханова. М., 1998. 33 с.
2. Карпенко Е. З. Формирование отечественного человеческого капитала в условиях перехода к инновационной экономике: монография. М.: Русайнс, 2015. 174 с.
3. Красавина Е. В. Использование новых подходов при формировании и управлении персоналом предприятия // Научные исследования и разработки. Экономика фирмы. 2015. Т. 4. № 1. С. 31–41.
4. Серебровская Т. Б., Морозова Г. К. Педагогические доминанты профессионально-педагогической культуры будущего преподавателя // Вестник Академии. 2016. № 3. С. 98–101.
5. Сологуб В. А. Имитация – адаптация обучения молодежи // Государственное и муниципальное управление. Ученые записки СКАГС. 2013. № 3. С. 19–30.
6. Степанова С. М., Журавлев П. В. Управление человеческими ресурсами: потоковый подход // Известия высших учебных заведений. Серия: экономика, финансы и управление производством. 2012. № 2. С. 102–107.
7. Хентце Й., Менцнер Й. Теория управления кадрами в рыночной экономике: пер. с нем. Г. А. Рахманина. М.: Международные отношения, 1997.
8. Chartered Institute of Personnel and Development. Reflections // New Trends in Training and Development. London, 2004.

9. Honey P. *Styles of Learning*. Handbook of Management Development. Fourth edition. Gower, 1994.
10. Megginson D. et al. *Mentoring in Action: a practical guide for managers*. London: Kogan Page, 2006. 267 p.

References

1. Zhuravlev P. V. (1998) Methodology of personnel management of business organizations, 33 p.
2. Karpenko E. Z. (2015) Formation of domestic human capital in the conditions of transition to innovative economy. Moscow, 174 p.
3. Krasavina E. V. (2015) Use of new approaches in the formation and management of the company's personnel. *Research and development. Economics of the firm*, vol. 4, no. 1, pp. 31–41.
4. Serebrovskaya T. B., Morozova G. K. (2016) Pedagogical dominants of professional pedagogical culture of future teacher. *Bulletin of the Academy*, no. 3, pp. 98–101.
5. Sologub V. A. (2013) Imitation-adaptation of youth education. State and municipal administration. *Scientific notes of the North Caucasus Academy of public service*, Rostov-on-don, no. 3, pp. 19–30.
6. Stepanova S. M., Zhuravlev P. V. (2012) Human resources Management: stream approach. *Proceedings of higher educational institutions. Series: Economics, Finance and production management*, no. 2, pp. 102–107.
7. Hentze J., Menzner J. (1997) The theory of personnel management in a market economy. Moscow, International relations.
8. Chartered Institute of Personnel and Development. (2004) Reflections. *New Trends in Training and Development*. London.
9. Honey P. (1994) *Styles of Learning*. Handbook of Management Development. Fourth edition. Gower.
10. Megginson D. et al. (2006) *Mentoring in Action: a practical guide for managers*. London: Kogan Page, 267 p.

Информация об авторах

- **Грибкова Ольга Владимировна** — кандидат психологических наук, доцент кафедры управления человеческими ресурсами Российского экономического университета имени Г. В. Плеханова. *Научные интересы:* исследование корпоративного волонтерства в России.
- **Гулько Д. А.** — исполнительный директор ООО «Скай Финсервис». *Научные интересы:* исследование становления и развития торговли товарами класса «люкс».
- **Журавлев Павел Викторович** — доктор экономических наук, профессор Российского экономического университета имени Г. В. Плеханова. Научные интересы: исследование проблем развития и реформирования национальных экономик, государственного регулирования экономики, проблем импортозамещения, управления человеческими ресурсами.
- **Закомолкин Даниил Сергеевич** — генеральный директор ООО «ViTVaza». *Научные интересы:* изучение развития майнинга как драйвера цифровой трансформации социально-экономической системы в России.
- **Екимов Евгений Леонидович** — аспирант Московского финансово-промышленного университета «Синергия». *Научные интересы:* исследование проблемы равномерного распределения издержек между банком-эквайером и банком-эмитентом с использованием межбанковской комиссии.
- **Кабалоев В. Р.** — аспирант Университета «Синергия», *Научные интересы:* политика и бизнес (государство и предпринимательство) в условиях рынка: отношения независимости, зависимости и взаимозависимости.
- **Калугина Светлана Афанасьевна** — кандидат технических наук, доцент Российского экономического университета имени Г. В. Плеханова. *Научные интересы:* исследование факторов формирования клиентоориентированности предприятия.
- **Карпенко Елена Зугумовна** — кандидат экономических наук, доцент кафедры управления человеческими ресурсами Российского экономического университета имени Г. В. Плеханова. *Научные интересы:* изучение возможностей наставничества в развитии человеческого капитала организации.
- **Конобеева Алла Борисовна** — кандидат сельскохозяйственных наук, доцент Одинцовского филиала МГИМО. *Научные интересы:* исследование проблем импортозамещения в современных условиях.
- **Королева Светлана Ивановна** — заслуженный экономист Российской Федерации, доктор экономических наук, профессор, советник президента Московской академии предпринимательства при Правительстве Москвы. *Научные интересы:* исследование становления и развития торговли в XX веке.
- **Красавина Екатерина Валерьевна** — доктор социологических наук, профессор кафедры управления человеческими ресурсами Российского экономического университета имени Г. В. Плеханова. *Научные интересы:* изучение возможностей наставничества в развитии человеческого капитала организации.
- **Лебедева Тамара Павловна** — кандидат технических наук, доцент кафедры коммерции и торгового дела Московского финансово-промышленного университета «Синергия». *Научные интересы:* анализ современных подходов к определению качества обслуживания покупателей.
- **Назарова Лилия Рашидовна** — кандидат педагогических наук, доцент, заведующий кафедрой «Дизайна и креатива» Московского финансово-промышленного университета

«Синергия». **Научные интересы:** исследование проблем формирования профессиональных компетенций дизайнера.

- **Сологуб Владимир Антонович** — доктор социологических наук, профессор кафедры государственного и муниципального управления Южно-Российского института управления Российской академии народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации. **Научные интересы:** изучение возможностей наставничества в развитии человеческого капитала организации.
- **Сулова Надежда Юрьевна** — кандидат экономических наук, директор Института управления и социально-экономического проектирования Российского экономического университета имени Г. В. Плеханова, член Экспертного совета по цифровой экономике и блокчейн технологии. **Научные интересы:** изучение развития майнинга как драйвера цифровой трансформации социально-экономической системы в России.
- **Троска Зульфия Алимжановна** — кандидат педагогических наук, доцент кафедры управления человеческими ресурсами Российского экономического университета имени Г. В. Плеханова. **Научные интересы:** исследование корпоративного волонтерства в России.
- **Урясьева Татьяна Ивановна** — кандидат экономических наук, доцент Российского экономического университета имени Г. В. Плеханова. **Научные интересы:** исследование конкурентоспособности и ресурсного потенциала предприятий торговли по обслуживанию покупателей.
- **Хабаров Владимир Иванович** — доктор экономических наук, профессор, заведующий кафедрой организационного менеджмента, эксперт по управлению проектами, Университет «Синергия». **Научные интересы:** методология научного исследования проблем управления и маркетинга; государство и предпринимательство, формы их взаимодействия, методы оценки эффективности.
- **Ханова Зоя Гаджиалиевна** — доктор психологических наук, профессор Московского финансово-промышленного университета «Синергия». **Научные интересы:** изучение акмеолого-психологических факторов, влияющих на развитие профессионализма предпринимателя.
- **Цыбовский Виктор Леонидович** — кандидат педагогических наук, доцент, ректор учреждения образования «Институт предпринимательской деятельности» (Минск, Беларусь). **Научные интересы:** изучение развития инвестиционной среды с использованием механизмов IPO в новых экономических условиях.
- **Чернухина Галина Николаевна** — кандидат экономических наук, доцент, заведующая кафедрой коммерции и торгового дела, Московский финансово-промышленный университет «Синергия». **Научные интересы:** регулирование торгового предпринимательства, потребительский рынок, инновационные процессы в экономике.

Перечень статей, опубликованных в журнале «Вестник академии» в 2017 году

№ 1 (51) – 2017

ВОПРОСЫ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА И ЭКОНОМИКИ

Лев М. Ю. Социально-экономические и финансовые показатели России в сфере музыкально-культурного развития общества

Болонин А. И., Федорова О. Ю. Финансовый рынок Российской Федерации: некоторые проблемы регулирования в условиях нестабильности

Новашина Т. С. Генезис функций обязательных резервов как финансового инструмента

Каманина Р. В. Человеческий ресурс как фактор инновационного развития и экономического роста предприятия

Гончаров Ю. А. О методологии расчета величины национального человеческого капитала

Бренделева Е. А. Теоретические основы поведенческой модели в российской экономике: институциональный аспект

Сафрончук М. В. Поведенческая экономика в макроэкономическом анализе

Махмудов Р. А. Азиатский банк инфраструктурных инвестиций и его роль в современной системе мирохозяйственных связей

ВОПРОСЫ ТЕОРИИ И ПРАКТИКИ УПРАВЛЕНИЯ

Хабаров В. И., Тищенко К. В. Особенности выбора методов управления проектом

Калугина С. А., Лебедева Т. П., Макаров А. А. Оценка качества работы персонала как фактор формирования клиентоориентированности предприятия

Безвесельная З. В. Формирование организационной культуры в трудовых коллективах: от эффективного менеджмента к гуманистическому

ПРОБЛЕМЫ ОБРАЗОВАНИЯ

Капанова Л. Д. Финансирование высшего образования: основные тенденции

Ермоловская О. Ю. Актуальные проблемы развития высшего образования в России – инновационный подход

Мохова О. Л. Проблема аутентичности при отборе текстов для профессионально ориентированного обучения чтению студентов вуза экономического профиля

СОЦИАЛЬНО-ГУМАНИТАРНЫЕ ВОПРОСЫ

Науменко Т. В. Институциональное поле современного Китая

Райнхардт Р. О. Роль и место национальных научных фондов в обеспечении кадрового потенциала науки (на примере США, Германии и России)

ИНФОРМАЦИЯ ОБ АВТОРАХ

№ 2 (52) – 2017

ВОПРОСЫ ТЕОРИИ И ПРАКТИКИ УПРАВЛЕНИЯ

Малышков В. И., Васильев А. И. Мобильность высшего образования города Москвы в контексте экономических реформ и развития малого и среднего бизнеса

Королева С. И. Влияние взаимодействия государственных структур и системы образования на уровень профессионализма в сфере торговли и услуг

Серебровская Т. Б., Рудь Е. В. Интеграция тьюторства и практико-ориентированных технологий обучения как условие эффективной работы образовательного учреждения высшей школы

Алавердов А. Р. Проектный подход в обеспечении высокого уровня лояльности персонала

Сурова Н. Ю., Зверева Н. И. Проектирование управления интеграционными процессами в образовании для создания класса социальных предпринимателей как стратегические ориентиры развития экономики России

Карпунин В. И. Феноменология глобального системного противоречия

Гавель О. Ю. Аналитические механизмы оценки эффективности бизнес-моделей

Карпова С. В. Роль маркетинговых инноваций в предпринимательской деятельности

ВОПРОСЫ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА И ЭКОНОМИКИ

Хабаров В. И., Кабалоев В. Р. Стратегические задачи и особенности государственного предпринимательства в России

Дворецкая А. Е. Зеленое финансирование как современный тренд глобальной экономики

Щеголева Н. Г. Влияние фактора валютного риска на стоимость капитала нефинансовых компаний: ретроспективный анализ

Гореликов К. А. Методология изучения теории финансовых кризисов

Чернухина Г. Н. Интеллектуализация трудовых ресурсов как фактор повышения профессионализма в сфере обращения товаров и услуг

Лев М. Ю. Влияние музыкально-культурного развития общества на социально-экономическую безопасность России: формирование цен на услуги

Господарик Ю. П. Проблема классификации видов теневой экономики в отечественной и зарубежной науке

Романова М. М., Кульгачёв И. П. Инновационные технологии в туризме и гостеприимстве

Сенотрусова С. В. Формирование рынка молочной продукции в Российской Федерации

Асяева Э. А. Перспективы развития альтернативных финансов в отечественной экономике в условиях экономического кризиса

Терентьева О. И. Монетарное золото в структуре международных резервов центральных банков

ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВО И ПРАВО

Бут Н. Д. Прокурорский надзор за исполнением законов о защите прав предпринимателей

Судец И. В. Развитие законодательного обеспечения деятельности социальных предпринимателей как критерий роста отрасли

ИНФОРМАЦИЯ ОБ АВТОРАХ

№ 3 (53) – 2017

СОВРЕМЕННЫЕ НАПРАВЛЕНИЯ НЕОИНДУСТРИАЛЬНОЙ ЭКОНОМИКИ

Королева С. И., Малышков В.И., Горелова Т. П. Роль цифровой экономики в современной торговле

Хоминич И. П. Страхование законодательство развитых стран и институциональная организация страхового надзора: результаты сравнительного анализа

Щеголева Н. Г., Терентьева О. И. Валютная интеграция в ЕАЭС: тестирование на соответствие критериям оптимальной валютной зоны

Агузарова Л. А., Моргоева А. Х. Государственное регулирование предпринимательской деятельности: проблемы и пути решения

Каманина Р. В. Основные факторы инновационного развития России на современном этапе

ВОПРОСЫ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА И ЭКОНОМИКИ

Чеглов В. П. О месте малого бизнеса в условиях формирования и развития интегрированных торговых систем в России

Лев М. Ю. Влияние музыкально-культурного развития общества на социально-экономическую безопасность России: прогнозные показатели, пороговые значения

Кульгачёв И. П., Харитонов Д. А., Романова М. М., Кошелева А. И. Основные проблемы и перспективы развития туризма в республике Дагестан

Хоршикян С. В. Внедрение и реализация проекта управления качеством инновационно-инвестиционного процесса

Ермоловская О. Ю. Роль сделок слияний и поглощений в российском торговом предпринимательстве

ВОПРОСЫ ТЕОРИИ И ПРАКТИКИ УПРАВЛЕНИЯ

Хабаров В. И., Гугаев К. В. Обеспечение качества программных продуктов в agile-разработке

Карпунин В. И., Новашина Т. С. Механизм финансирования социально значимых экологических проектов и программ

Сенотрусова С. В. Проблемы уплаты таможенных платежей при импорте мяса и мясопродукции

Грибкова О. В., Красавина Е. В. Корпоративное волонтерство в России и за рубежом

Назарова Л. Р. Комплексное изучение коммуникативной среды музея в экономическом вузе при проектировании мультимедийного продукта

ИНФОРМАЦИЯ ОБ АВТОРАХ

№ 4 (54) – 2017

СОВРЕМЕННЫЕ НАПРАВЛЕНИЯ НЕОИНДУСТРИАЛЬНОЙ ЭКОНОМИКИ

Цыбовский В. Л. IPO – проблема выбора в условиях «новой» экономики

Закомолкин Д. С., Сурова Н. Ю. Развитие майнинга как драйвера цифровой трансформации социально-экономической системы в России

Королева С. И., Гулько Д. А. Новые знания о тенденциях торговли товарами класса «люкс» в России

ВОПРОСЫ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА И ЭКОНОМИКИ

Чернухина Г. Н. Современные технологии управления в цифровой экономике

Калугина С. А., Лебедева Т. П., Урясьева Т. И. Некоторые показатели конкурентоспособности и ресурсный потенциал предприятия торговли по обслуживанию покупателей

Журавлев П. В., Конобеева А. Б. Проблемы импортозамещения в современных условиях

ВОПРОСЫ ТЕОРИИ И ПРАКТИКИ УПРАВЛЕНИЯ

Грибкова О. В., Троска З. А. Институциональные механизмы развития организации посредством корпоративного волонтерства

Ханова З. Г. Акмеолого-психологические факторы, влияющие на развитие профессионализма предпринимателя

Назарова Л. Р. Формирование профессиональной компетентности как стабильное направление развития личности дизайнера

Екимов Е. Л. Межбанковская комиссия во взаиморасчетах между банком-эмитентом и банком-эквайером

Карпенко Е. З., Красавина Е. В., Сологуб В. А. Возможности наставничества в развитии человеческого капитала организации

ИНФОРМАЦИЯ ОБ АВТОРАХ

ПЕРЕЧЕНЬ СТАТЕЙ, ОПУБЛИКОВАННЫХ
В ЖУРНАЛЕ «ВЕСТНИК АКАДЕМИИ» В 2017 ГОДУ