



**ТРУДЫ
Уральского
государственного
экономического
университета**

Том первый



Екатеринбург
2016

Министерство образования и науки Российской Федерации



Уральский государственный экономический университет

ТРУДЫ
УРАЛЬСКОГО
ГОСУДАРСТВЕННОГО
ЭКОНОМИЧЕСКОГО
УНИВЕРСИТЕТА

Том первый

Екатеринбург
2016

УДК 332.14(470.5)
ББК 65.9(235.55)
Т78

Ответственный за выпуск

доктор экономических наук, профессор, проректор по научной работе
Уральского государственного экономического университета
Е. Б. Дворядкина

Редакционная коллегия:

доктор географических наук, профессор *Е. Г. Анимица*;
доктор экономических наук, профессор *В. Ж. Дубровский*;
доктор экономических наук, профессор *М. С. Марамыгин*;
кандидат экономических наук, доцент *А. Ю. Коковихин*;
кандидат педагогических наук *В. П. Соловьева*

Ответственный секретарь

кандидат экономических наук, доцент *Н. Ю. Фролова*

Т78 **Труды Уральского государственного экономического университета** [Текст] : [сб. науч. ст.] : в 2 т. / [отв. за вып. Е. Б. Дворядкина ; ред. кол. : В. Ж. Дубровский, М. С. Марамыгин, А. Ю. Коковихин, В. П. Соловьева]. – Екатеринбург : Изд-во Урал. гос. экон. ун-та, 2016. Т. 1. – 294 с.

В настоящий сборник научных статей вошли материалы Международной научно-практической конференции «Урал – XXI век: регион опережающего развития (факторы и условия формирования)» (19 апреля 2016 г., Екатеринбург). Конференция проходила в рамках VII Евразийского экономического форума молодежи «Диалог цивилизаций: путь на Восток». Здесь также представлены доклады пленарного заседания форума.

Издание представляет интерес для экспертов и практиков, занимающихся проблемами Уральского региона, а также для преподавателей, аспирантов, магистрантов и студентов бакалавриата вузов.

УДК 332.14(470.5)
ББК 65.9(235.55)

© Авторы, указанные в содержании, 2016
© Уральский государственный
экономический университет, 2016



**VII Евразийский экономический
форум молодежи
«Диалог цивилизаций:
путь на Восток»**

Доклады пленарного заседания

А. Г. Кочофа

Чрезвычайный и Полномочный Посол Бенина в РФ

Приветственное слово участникам VII ЕЭФМ

Добрый день, уважаемый ректор Уральского государственного экономического университета, Яков Петрович Силин, уважаемые представители правительства Свердловской области, дорогие студенты!

Позвольте мне от имени дипломатического корпуса стран Африки поприветствовать участников VII Евразийского экономического форума молодежи! В этом году мы вновь собрались все вместе на гостеприимной площадке Уральского государственного экономического университета. Форум проходит уже в седьмой раз, а это значит, что данная площадка является важной и нужной! Форум помогает нам с вами обсудить актуальные экономические темы, обменяться опытом с учеными из разных стран.

В этом году тема форума звучит как «Взгляд на Восток», т.е. взгляд в направлении рассвета, встающего солнца, как знак чего-то нового.

Я, как Посол Бенина в России, хотел бы сказать, что долгие годы Африку воспринимали как континент чудес и богатой природы. Но в сложившейся геополитической ситуации для нас это большой шанс, чтобы весь мир посмотрел на Африку другими глазами.

Сегодня мы можем наблюдать, что Африка изменилась.

Во-первых, это континент с активно развивающейся экономикой и инфраструктурой. За последние десятилетия наблюдается быстрый и динамичный рост экономики, стремительно развивается частный сектор. Общий рост ВВП за последние 10 лет составил более 5%. В Африке произошло экономическое чудо: резко возросла покупательная способность, большая часть активов выросла за счет увеличения внутреннего производства, и не только сырьевой базы, но и готовой продукции.

Во-вторых, следует отметить, что ближайшие 20 лет рабочая сила Африканского континента будет играть важную роль для мирового рынка труда. По данным международных исследований предложение рабочей силы в Африке превышает данный показатель даже таких экономических лидеров, как Индия и Китай. Все страны Африки обладают разными ресурсами, например, Нигерия и Эфиопия сегодня являются наиболее густо населенными странами. К 2020 г. население этих стран увеличится на 35%. Также рост плотности населения наблюдается и в остальных странах Африки: количество детей и пенсионеров, находящихся на содержании у одного работающего, достигнет уровня, сравнимого с уровнем в США и Европе в 2035 г.

И наконец, на сегодня 40% всего населения Африки имеют среднее или высшее образование, и эта цифра постоянно растет. По данным

2010 г. соотношение дипломированных рабочих, имеющих высшее или среднее специальное образование, увеличилось вдвое по сравнению с прошлыми периодами. Специалисты, получившие качественное высшее образование, вносят огромный вклад в развитие своих стран.

В странах Южной Африки, Марокко, Эфиопии, Египте активно создаются новые рабочие места, уменьшается безработица, усиливается микроэкономика.

Сегодня промышленный сектор выходит на лидирующие позиции в развитии Африки. К сожалению, доля промышленного сектора африканских стран невелика. Если следовать положительным прогнозам, то через 10 лет в промышленном секторе будет создано около 8 млн новых рабочих мест, и эта тенденция будет только расти. Африканские страны должны принять все необходимые меры, чтобы сделать экономику привлекательной для иностранных инвестиций и развития производства продукции с высокой степенью переработки.

Существует факт, что государство Лесото, население которого составляет менее 2 млн человек, экспортирует в США в 100 раз больше готовой продукции (одежды) в расчете на одного жителя страны, чем Южная Африка. Это является хорошим примером привлекательности экономики страны для иностранных инвестиций при минимальных затратах на инфраструктуру.

Подводя итог, можно констатировать, что стереотип о слабом развитии больше не подходит для Африки. Такие страны, как Ангола, Нигерия, Эфиопия, Чад, Мозамбик, Руанда, являются наиболее активно развивающимися странами континента. Ушло в прошлое утверждение о том, что Африка не способна подняться на новый уровень развития.

Я надеюсь, что в ближайшее время весь мир будет рассматривать страны Африки как надежных партнеров.

Хочу отметить основные тенденции развития сотрудничества Африканского континента с другими странами:

развитие партнерских отношений в целях укрепления мировой экономики, а также обеспечения мировой безопасности и предотвращения конфликтов;

обмен опытом и интеграция в гуманитарных и образовательных сферах. Проведение совместных форумов, саммитов по различным социально-экономическим проблемам;

политическое сотрудничество: внедрение и активное развитие демократических механизмов управления, совместное противодействие политической нестабильности.

Хочу сказать, что Африканский континент является континентом будущего, мы открыты для сотрудничества и будем рады поддержать ваши инициативы и предложения.

Завершая свое выступление, хочу пожелать вам успешной работы на форуме, новых открытий и свершений! Вы – будущее этой планеты, и за вами стоит задача сделать это будущее светлым.

Спасибо за внимание!

Л. Б. Вардомский

*доктор экономических наук, профессор,
руководитель Центра постсоветских исследований Института экономики РАН*

От европоцентризма к многовекторному развитию российского пространства

Разворот России на Восток – одна из наиболее дискутируемых идей, реализация которой во многом будет определять будущее страны. На сегодня своим прошлым развитием она экономически, социально и политически крепко привязана к Европе. Говоря о развороте, участники дискуссии имеют в виду, прежде всего, изменения в структуре внешнеэкономических связей России, которые должны следовать за сдвигами в мировой экономике, обусловленные более быстрым развитием азиатских стран. В нашем исследовании мы попробуем оценить возможности этого разворота, который фактически означает преодоление исторически сложившегося двойного европоцентризма: внешнеэкономического и пространственно-экономического.

Важной специфической чертой России является ее межконтинентальное и срединное положение в географической Евразии. При этом сухопутная граница со странами Азии равняется 15,3 тыс. км, что в 2,5 раза длиннее, чем граница с Европой.

Глобализация и регионализация повысили роль фактора положения в развитии России, которая непосредственно граничит по суше и морю с 18 государствами, из которых три – США, Китай и Японию – можно отнести к центрам мировой экономики, а Турцию, Иран – к региональным центрам. Кроме того, в непосредственной близости с Россией находится Южная Корея – одна из ведущих по экономическому потенциалу страна АТР.

Иными словами, Россия находится по соседству с мощными экономиками и одновременно громадными рынками, предлагающими максимально широкую гамму товаров и услуг для российского рынка. В силу технологического отставания и трансформационного упрощения промышленности, слабо развитой инфраструктуры на восточном направлении наша страна не в состоянии широко использовать потенциал своего благоприятного положения относительно рынков сбыта. В то же время она испытывает мощное давление на своих производителей со стороны товарного предложения упомянутых государств. Это давление выросло

с вхождением РФ в ВТО. Довольно велико финансовое влияние экономически более сильных соседей на российскую кредитно-финансовую систему [2].

Главные изменения в геоэкономическом положении России, безусловно, связаны со стремительным ростом экономики Китая с 1980-х годов¹. Но при этом следует учитывать, что большинство ее азиатских соседей на юге и востоке в 2000–2015 гг. развивалось более высокими темпами, чем мир в целом. Высокая динамика касается не только соседей, но и большинства стран этого континента. Сегодня в первой десятке стран по ВВП на душу населения находятся шесть азиатских стран. Среди 20 наиболее динамичных экономик мира – 12 стран Азии. В первой двадцатке стран мира по объему ВВП половина – страны Азии, играющие важную роль в формировании полицентричности мировой экономики. Среди них помимо выше перечисленных стран – Египет, Индия, Индонезия, Саудовская Аравия и Тайланд. При этом, если для ЕС Россия все же экономическая периферия, то для многих стран Азии РФ в состоянии выступить в качестве экономического центра.

Экономическая значимость соседства больших стран обусловлена тем, какими своими частями они соприкасаются. Так, Россия и США граничат Чукоткой и Аляской, которые в силу слабой освоенности и удаленности от главных экономических центров стран не могут выполнять функции моста их экономического сотрудничества. С Китаем Россия также граничит своими не самыми обжитыми районами.

К ЕС же Россия обращена наиболее развитой и освоенной частью своего пространства. От европейского экономического ядра (Германия, Франция, страны Бенилюкса) крупнейшие экономические центры России (Москва и Петербург) отделяет сравнительно небольшой по протяженности промежуток восточной экономической периферии ЕС и западной периферии России и Беларуси. Россию и ЕС соединяют многочисленные транспортные коридоры, создана необходимая логистика для перемещения громадной массы товаров взаимной торговли.

ЕС резко доминирует во внешней торговле РФ (табл. 1), а также в привлекаемых в нее иностранных инвестициях (около 90% в 2013 г.) и технологиях.

Вместе страны ЕС и другие страны континента, включая европейские страны СНГ, обеспечивают 60% внешнеторгового оборота РФ. По мнению Н. Ионичева, «регулярные экономические связи Российского государства, установившиеся в XVI–XVII вв., позволяют говорить о России как неотъемлемой части Европы, развивающейся по одному с ней типу» [4]. При этом доходы от торговли с Европой, которая всегда доми-

¹ По оценке МВФ Китай в октябре 2014 г. опередил США по выпуску ВВП по паритету покупательной способности. URL : <http://tass.ru/ekonomika/1494526>.

нировала во внешнеэкономических связях России, поддерживали дрейф ее экономики на восток.

Т а б л и ц а 1

Доли главных партнеров-соседей во внешней торговле России, %

Годы	ЕС (28)		Китай		СНГ	
	Экспорт	Импорт	Экспорт	Импорт	Экспорт	Импорт
2000	53,0	38,9	5,0	2,7	13,4	34,2
2005	55,2	44,2	5,4	7,4	13,5	19,2
2008	56,7	43,7	4,5	13,0	14,9	13,7
2009	53,3	45,1	3,3	13,6	15,5	13,0
2012	52,9	42,4	6,8	16,6	14,8	12,9
2015	48,2	38,5	8,3	19,1	13,0	11,4

Примечание. Источник: годовые сборники и электронные ресурсы Таможенной статистики внешней торговли РФ, ФТС РФ.

Хотя Россия еще в середине XVII в. закрепились на берегах Тихого океана, развитие ее азиатской части шло медленно, по мере формирования транспортной сети, спроса на ресурсы этих регионов, изменений в геополитических условиях развития страны. К настоящему времени восточные регионы страны (Дальний Восток и Забайкалье) в своих внешнеэкономических связях однозначно ориентируются на соседние страны, но в них не удалось создать экономическую базу, способную стать органичной частью динамично растущей экономики соседней Северо-Восточной Азии и тем более АТР.

Экономическая взаимозависимость России и Европы лежала в основе идеи Общего европейского экономического пространства, выдвинутой в 2001 г. Ее реализация позволила бы институализировать сложившуюся высокую взаимозависимость экономик. Но из-за политических разногласий она так и не перешла в плоскость реального воплощения. Асимметрию во взаимных экономических и политических отношениях, противоречия между растущей экономической взаимозависимостью и конфликтом геополитических интересов обнажил украинский кризис. Его разрешения стороны пытаются добиться через взаимные экономические санкции и нанесение друг другу экономического ущерба. Тем самым экономические связи приводятся к уровню текущих политических отношений и показывают подчиненность экономики геополитическим интересам. Санкции ударили прежде всего по тем секторам экономики, которые лежали в основе концепции ОЕЭП и обеспечивали соблюдение одного из главных драйверов сотрудничества: «инвестиции и технологии Европы в обмен на широкий доступ к российскому рынку».

Тем не менее вопрос о ОЕЭП официально с повестки дня не снят. Но теперь речь идет о взаимодействии ЕС и ЕАЭС. Армения, Беларусь, Казахстан, также как Россия, экономически тесно связаны с ЕС. Но ЕС

пока делает ставку на индивидуальное взаимодействие с отдельными странами. В частности, в декабре 2015 г. было подписано Соглашение о расширенном партнерстве и сотрудничестве между ЕС и Казахстаном. В настоящее время такого рода соглашения готовятся между ЕС и Арменией. Возможное заключение в ближайшие годы соглашения между ЕС и США об атлантическом торговом и инвестиционном партнерстве, если не похоронит, то сильно затруднит реализацию идеи ОЕЭП.

Геополитический кризис ослабляет европейский вектор внешнеэкономических связей РФ и в этом смысле совпадает с трендом смещения центра мировой экономики в Азию. Тем не менее в обозримой перспективе европейский вектор будет преобладать при постепенном уменьшении его веса. С учетом высокого уровня связанности экономик России и ЕС их свертывание по политическим причинам уже обернулось для сторон крупными потерями.

На мой взгляд, внешнеэкономический европоцентризм России целесообразно лишь ослабить, поскольку пространственная дифференциация рынков сбыта и поставщиков импортной продукции необходима с точки зрения экономической безопасности и создания более благоприятных условий для сбалансированного развития пространства России. Европа для России неопределенно долго будет иметь большое преимущество перед Азией, учитывая исторически сложившиеся экономические и культурные связи, логистику, близкое понимание бизнеса. Вопрос заключается в изменении экономической основы взаимозависимости. Межотраслевую основу взаимной торговли и политические обусловленности бизнес-решений должны заменить новые подходы к сотрудничеству, вытекающие из логики новой промышленной революции. Но политические барьеры для поиска таких подходов сегодня представляются слишком значительными. США и их союзники проводят линию по ограничению внешних доходов и доступу к мировым финансовым ресурсам России с целью вызвать ее отставание от мира со всеми вытекающими для нее социальными и политическими проблемами.

Говоря о развороте российской экономики на Восток, следует иметь в виду, что в стратегических документах он предполагает в основном активизацию внешнеэкономических связей со странами АТР и ускоренное развитие дальневосточных регионов. Это одно из главных направлений государственной политики, в котором проявляется реакция России на рост экономического полицентризма мировой экономики, сдвига ее центра тяжести в Азию и геополитический конфликт с Западом. Но при этом вопросы внешнеэкономических связей и пространственного развития традиционно рассматриваются обособленно друг от друга.

География внешнеэкономических связей России достаточно устойчива и изменяется, следуя за сдвигами в мировой экономике и политике.

В частности, по данным ФТС РФ, за 15 лет доля стран Северо-Восточной Азии (Китай вместе с Гонконгом и Тайванем, Республика Корея, КНДР, Монголия и Япония) во внешней торговле России увеличилась с 8,8% до 19,6%. Территориальная структура российской экономики значительно более инерционна. Она менялась в СССР и России при одновременном протекании процессов структурной и технологической модернизации экономики на обжитых территориях и освоения новых пространств в основном для добычи природных ресурсов и решения оборонных задач. При этом освоение сдерживалось его растущими издержками, но было необходимо для обеспечения действующего обрабатывающего производства топливом и сырьем и финансовыми ресурсами от их экспорта для модернизации экономики староосвоенных территорий.

Восстановительный рост в России после спада 1990-х годов сопровождался увеличением в общем ВРП доли европейской части. Одновременно росла доля стран ЕС во внешней торговле России. В этот период была создана БТС, быстро развивались морские порты и сборочные производства в Ленинградской и Калининградской областях и Санкт-Петербурге. После кризиса 2008–2009 гг. немного выросли темпы роста дальневосточных регионов, с некоторым опозданием реагируя на растущий вес во внешней торговле России соседних азиатских стран. Рост, хотя и небольшой, доли ДФО в общем ВРП (табл. 2) был связан с освоением нефтегазовых месторождений на шельфе Охотского моря, строительством нефтепровода ВСТО и газопровода Сахалин – Владивосток, ряда крупных инфраструктурных объектов в связи с саммитом АТЭС во Владивостоке в 2012 г.

Таблица 2

**Изменение долей федеральных округов в общем ВРП России
за 1998–2014 гг.**

Округа	1998	2003	2008	2014
Европейские ФО	66,2	68,1	71,1	70,5
Уральский ФО	14,0	15,4	14,2	13,6
Сибирский ФО	13,4	11,3	10,2	10,4
Дальневосточный ФО	6,4	5,2	4,5	5,5

Примечание. Источник: данные Федеральной службы государственной статистики. URL : http://www.gks.ru/wps/wcm/connect/rosstat_main/rosstat/ru/statistics/accounts/#.

Для постепенного сдвига экономики России на Восток необходимы устойчиво более высокие темпы ее роста в азиатских регионах по сравнению со среднероссийскими. Для преодоления же внешнеэкономического европоцентризма нужно ускоренное развитие экономических связей с третьими странами, прежде всего азиатскими. Соединение данных

усилий позволило бы достичь более гармоничных пропорций между экономикой европейской и азиатской России и использовать в полной мере выгоды геоэкономического положения не только Дальнего Востока, но и Сибири, которая занимает центральное положение в Евразии, понимаемой и как пространство бывшего СССР, и как географический материк. Пока же данные регионы сравнительно слабо включены в международные торговые связи. По данным региональных таможенных управлений, на ДФО приходится около 5% внешнеторгового оборота России, а на СФО – 6,4% (2015 г.).

Рост доли стран Азии во внешнеэкономических связях России будет определяться наращиванием поставок российских углеводородов и другого сырья, а также высокотехнологичных товаров, способностью стран этого региона потеснить европейские товары на российском рынке. Немаловажную роль в наращивании торговых связей с азиатскими странами сыграют создание современной транспортно-логистической системы для их обслуживания (пока она не соответствует задачам разворота на Восток), налаживание перетока «знаний» между Россией и ее азиатскими партнерами и взаимный поток инвестиций. В этом контексте в рамках азиатского вектора, на мой взгляд, следует наращивать внешнеэкономические связи по всем направлениям: центрально-азиатскому, восточно-азиатскому, южно-азиатскому и ближневосточному. Синхронизация процессов усиления азиатского вектора во внешнеэкономическом и пространственном измерениях позволит ускорить экономический оборот и повысить производительность российской экономики.

В нынешней федеральной политике потенциал геоэкономического положения Сибири для сокращения двойного европоцентризма остается недооцененным. Упор только на Дальний Восток, на мой взгляд, вряд ли позволит преодолеть инерцию европейского вектора. Сибирь является естественным плацдармом развития Дальнего Востока и Забайкалья, имеет развитую обрабатывающую промышленность, играет важную роль во внешнеэкономических связях России со многими странами Азии, имеет мощный инновационный потенциал. В этом контексте, а также с учетом роли СФО в евразийской интеграции и довольно быстрого роста экономики стран Центральной Азии Сибирь может сыграть главную роль в сдвиге российской экономики на Восток.

Этот процесс пока сдерживается тем, что созданные и создаваемые в рамках ЕАЭС интеграционные институты, обеспечивающие свободу взаимных экономических связей и гармонизацию национального законодательства, не сопровождаются конкретными проектами сотрудничества. По данным ЕЭК, после взрывного роста взаимной торговли стран ЕАЭС в 2010–2012 гг. с 47 млрд дол. до 68 млрд дол. в последующие годы произошло ее существенное снижение: 64 млрд дол. в 2013 г., 57 млрд дол.

в 2014 г. и 45 млрд дол. в 2015 г. Снижение связано не только с падением темпов экономического роста стран-членов, колебаниями курсов национальных валют и цен на главные товары взаимного экспорта, но и возникшими структурными ограничениями экономик стран-участниц. Пока не происходит их адаптация к либеральным условиям взаимного сотрудничества, которую отражал бы рост потоков взаимных инвестиций. Развитие экономики Беларуси, Казахстана, России, а с 2015 г. Армении и Киргизии определяется в основном внутренними задачами. Применительно к России следует согласиться с мнением, что проекты ЕАЭС и сдвига российской экономики на Восток не должны конкурировать за ресурсы государства, а дополнять друг друга [5].

В противоположность современной практике взаимного сотрудничества стран ЕАЭС их взаимодействие с Китаем опирается на многочисленные крупные проекты в энергетической и транспортной сферах. Сотрудничество с Китаем стало важным фактором развития стран ЕАЭС и в этом смысле содействует евразийской интеграции. В данном контексте многообещающим выглядит подписание Россией и Китаем совместного заявления «О сотрудничестве по сопряжению строительства Евразийского экономического союза и Экономического пояса Шелкового пути» от 8 мая 2015 г. В заявлении намечаются шаги по наращиванию сотрудничества между ЕАЭС и Китаем, используется для этого и формат ШОС. Имеющаяся информация позволяет заключить, что стержнем концепции ЭППП являются инфраструктурные проекты, обеспечивающие торгово-экономические связи между Азией и Европой. В этом же заинтересованы Россия и другие страны ЕАЭС, развитие экономики которых и взаимное сотрудничество сдерживает слабая инфраструктура.

В связи с этим весьма важны инфраструктурные усилия Казахстана, Китая и России, которые концентрируются на широтных транспортных коридорах. Россия наметила модернизировать Транссиб и БАМ. Китай создает коридор от своего побережья через Синьцзян-Уйгурский автономный район, Казахстан, Центральную Азию, Россию в Европу и страны Ближнего Востока. В этом контексте проект ЭППП может рассматриваться как конкурент проекта Транс-евразийского пояса развития (вдоль Транссиба), который продвигает ОАО «РЖД» [3]. С моей же точки зрения, эти два мощных евроазиатских коридора дополняют друг друга, поскольку к ним в зависимости от взаимоположения отправителей и получателей грузов тяготеют разные части пространства ЕС, России, стран СНГ, Китая и Японии. Их наиболее эффективное использование может быть при создании между ними современных в технологическом отношении меридиональных соединений, таких как Новосибирск – Китай (на базе существующих или новых транспортных магистралей), Омск – Тюмень – Астана – Алматы – Ташкент – Афганистан – Пакистан – Индия,

Красноярск – Кызыл – Монголия – Китай, Саратов – Атырау – Узень – Туркменистан – Иран и т.п.

Два сходящихся в районе Урала и Поволжья мощных транспортных коридора позволят укрепить позиции российской экономики на евразийском материке, позиции ЕАЭС в системе региональных интеграционных группировок мира, заметно улучшить транспортно-логистические условия экономических связей кавказских, поволжских, уральских и сибирских регионов России со странами Азии. В этом контексте для улучшения выхода сибирских регионов на азиатские рынки большое значение имеет широкое транспортное строительство Казахстана, ориентированное на евразийский транзит [1].

Для создания упомянутых транспортных коридоров можно будет использовать ресурсы Азиатского банка инфраструктурных инвестиций, участницей которого в 2015 г. стала Россия.

Таким образом, в России формируется тренд плавных изменений в географии внешнеэкономических связей в пользу азиатских стран. Эти изменения по мере преодоления демографических, инфраструктурных и инвестиционных ограничений будут сопровождаться сдвигом экономики в азиатскую часть страны. Он будет происходить постепенно, по мере модернизации действующего потенциала и создания новой промышленности в условиях наращивания сотрудничества с азиатскими странами. Международную институциональную основу устойчивого дрейфа российской экономики на Восток может создать выдвинутая Президентом РФ В. В. Путиным в послании Федеральному собранию идея мегарегионального экономического партнерства с участием ЕАЭС, ШОС и АСЕАН.

Однако для этого нужны соответствующие институты развития пространства страны. В настоящее время в РФ сложилась политика поддержки избранных регионов на основе геополитических приоритетов с созданием соответствующих региональных министерств, корпораций и фондов развития, введением особых региональных преференций. Поскольку Министерство регионального развития упразднено, не ясно, кто же в стране несет ответственность за развитие российского пространства в целом. Для последовательного движения в направлении сбалансированного европейско-азиатского построения российской экономики нужна долгосрочная стратегия развития российского пространства. Ведь приоритетное развитие одной части пространства неизбежно сказывается на развитии других российских регионов. Сейчас такого рода стратегия разрабатывается Министерством экономического развития.

В моем представлении разрабатываемая стратегия должна определить менее затратные пути дрейфа российской экономики в Азию, сочетая их с опережающим ростом продукции высокой степени обработки

в экспорте. В ней должны быть показаны возможные источники восстановления численности населения Сибири и Дальнего Востока до уровня последних лет существования СССР и одновременно повышения производительности труда в этих регионах, в том числе за счет международного экономического сотрудничества. Стратегия должна базироваться на возможности использования разных моделей развития для разных по структуре, производительности экономики и положению территорий. Стратегия должна строиться на принципе соблюдения баланса между ресурсами, идущими на модернизацию экономики и на освоение новых территорий, чтобы решение одних пространственных проблем не порождало новых в виде социально-экономического запустения староосвоенных территорий. И, конечно же, она должна опираться на принципы федерализма – подзабытого в нашей стране равноправия двух уровней власти.

Библиографический список

1. *Вардомский Л. Б.* Транзитный потенциал Казахстана в контексте евразийской интеграции // ЭКО. 2015. № 8. С. 59–78.

2. *Влияние* экономической динамики стран-соседей России на российскую экономику : доклад ИЭ РАН / ред. М. Ю. Головин. М., 2014.

3. *Громыко Ю.* Большие проекты: Транс-Евразийский пояс «Razvitie». 2014. URL : <http://erazvitie.org/article/pojas-razvitie>.

4. *Ионичев Н. П.* История экономики. Внешние экономические связи России. М. : Аспект пресс, 2001.

5. *Караганов С.* Вперед к Великому океану // Российская газета. 2014. 26 авг. URL : <http://www.rg.ru/2014/08/26/usilenie.html>.



Новые реалии и стратегия экономического развития региона

Материалы круглого стола

Стратегия развития конкурентоспособности региона (на примере Уральского федерального округа)

Аннотация. В статье рассмотрены факторы конкурентного потенциала региона, основные инструменты реализации стратегии развития региона. Дано развернутое определение понятию «конкурентоспособность региона», а также описаны стратегические пути развития конкурентных преимуществ.

Ключевые слова: стратегия; конкурентоспособность; регион; Уральский федеральный округ.

Процессы глобализации экономики способствуют обострению конкурентной борьбы не только между странами, но и в регионах. В современных реалиях лидерство региона в значительной степени определяется его конкурентоспособностью, поэтому в стратегиях развития региона основное внимание уделяется формированию условий для наращивания его конкурентного потенциала, который зависит как от местных условий, так и от общего положения дел в регионе и в стране в целом.

До недавнего времени понятие «конкурентоспособность» не применялось по отношению к региону, а использовалось и изучалось с такими экономическими категориями, как товар, предприятие и отрасль.

Различными исследователями предлагается множество вариантов трактовок понятия конкурентоспособность. Применительно к региону его можно сформулировать так: конкурентоспособность региона – итоговое суммарное проявление экономических, социальных, политических и других факторов, а также продуктивности использования его ресурсов, которые определяют преимущество либо отставание региона по сравнению с другими регионами в различных отраслях в данный момент времени.

Стратегической целью повышения уровня конкурентоспособности региона является улучшение благосостояния населения и повышение его инвестиционной привлекательности.

Вследствие многогранности понятия различные авторы предлагают множество методик для оценки системы показателей и индикаторов конкурентоспособности региона, основанных на статистических показателях, экспертных оценках и рангах.

Конкурентный потенциал региона состоит из множества различных факторов, которые оказывают большее или меньшее влияние на успешность региона. Они представлены в табл. 1. Среди них есть неизменные, например географическое положение, природные ресурсы, и те, на формирование которых можно повлиять путем стимулирования их развития.

Факторы конкурентного потенциала региона

Вид потенциала	Факторы
1. Ресурсный потенциал	Географическое положение, наличие природных ресурсов, характер климатических условий, земельные ресурсы, основной капитал, трудовые ресурсы
2. Потенциал качества жизни	Уровень социальной защиты, степень безопасности проживания населения, возможности получения услуг ЖКХ, качество жилья, качество культурной среды и т.д.
3. Финансовый потенциал	Бюджетная сила, уровень развития банковской, финансовой, страховой инфраструктуры, инвестиционный климат и др.
4. Экологический потенциал	Качество воды, воздуха, состояние окружающей природы, красота ландшафтов и т.п.
5. Организационный потенциал	Политическая стабильность, эффективность структур управления и др.

Примечание. Составлено по: [1].

Для оценки факторов конкурентоспособности региона американский ученый Майкл Портер предложил модель «национального ромба», представленную на рис. 1. Портер выделил четыре важнейших параметра конкурентоспособности региона, названных им «детерминантами». При оценке конкурентного потенциала региона каждая из «детерминант» анализируется по степени ее воздействия на конкурентоспособность, затем составляется стратегия развития «отстающих детерминант».

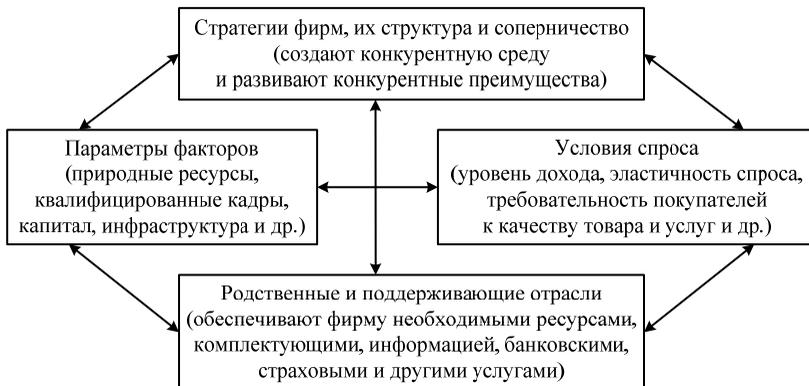


Рис. 1. Модель «национального ромба» М. Портера¹

Формирование конкурентоспособности региона во многом зависит от создания условий для развития его стратегических преимуществ.

¹ Портер М. Международная конкуренция. Конкурентные преимущества стран. М. : Альпина Паблишер, 2015.

Рассмотрим конкурентоспособность региона на примере Уральского федерального округа. Уральский федеральный округ образован Указом Президента России от 13 мая 2000 г. Территория округа – 1 818 497 км², что составляет 10,64% от всей территории Российской Федерации. На данной территории проживает 8,4% населения России. Административным центром округа является город Екатеринбург. В состав округа входят Курганская область, Свердловская область, Тюменская область, Ханты-Мансийский автономный округ – Югра, Челябинская область, Ямало-Ненецкий автономный округ. Ханты-Мансийский автономный округ – Югра и Ямало-Ненецкий автономный округ входят в состав Тюменской области, являясь равноправными субъектами Российской Федерации¹.

Консалтинговое агентство AV Group, проведя комплексную оценку регионов России по различным параметрам, представило рейтинг конкурентоспособности регионов Российской Федерации. Динамика индекса конкурентоспособности регионов, входящих в Уральский федеральный округ, представлена в табл. 2.

Таблица 2

Динамика индекса конкурентоспособности регионов УрФО

Регион	2013 г.	2014 г.	2015 г.	Отклонение (+, -)	
				2014 г. к 2013 г.	2015 г. к 2014 г.
1. Курганская область	0,51	0,47	0,43	-0,04	-0,04
2. Свердловская область	3,58	3,52	3,47	-0,05	-0,05
3. Тюменская область (без АО)	3,06	2,94	2,76	-0,12	-0,18
4. Ханты-Мансийский АО	2,76	2,96	3,07	+0,19	+0,11
5. Челябинская область	2,72	2,93	2,74	+0,21	-0,19
6. Ямало-Ненецкий АО	2,14	2,30	2,22	+0,16	-0,08

Примечание. Составлено по: *Индекс конкурентоспособности регионов – полюса роста России (AV RCI – 2015)*. URL : http://www.av-group.ru/files/AV_RCI_2015.pdf.

Индекс конкурентоспособности за последние три года показывает стабильный рост только в Ханты-Мансийском автономном округе. Незначительный спад индекса на 0,04 и 0,05 ежегодно в последние три года демонстрируют Курганская и Свердловская области соответственно.

На рис. 2 представлены показатели индекса конкурентоспособности регионов Уральского федерального округа. Наилучшие показатели в рейтинге у Свердловской области. Аутсайдером по показателям конкурентоспособности среди регионов УрФО в динамике за три года стала Курганская область.

¹ *Официальный сайт УрФО.* URL : <http://www.uralfo.ru>; *Уральский федеральный округ.* URL : <http://ru.wikipedia.org/wiki>.

В настоящее время используются три основных инструмента для реализации стратегии развития конкурентоспособности регионов УрФО: целевые программы;

программы развития региональных кластеров;

программы развития государственно-частного партнерства.

Целевые программы способствуют достижению стратегических целей и задач региона, что влияет на отбор проектов, реализуемых по ним, и систему управления их реализацией.

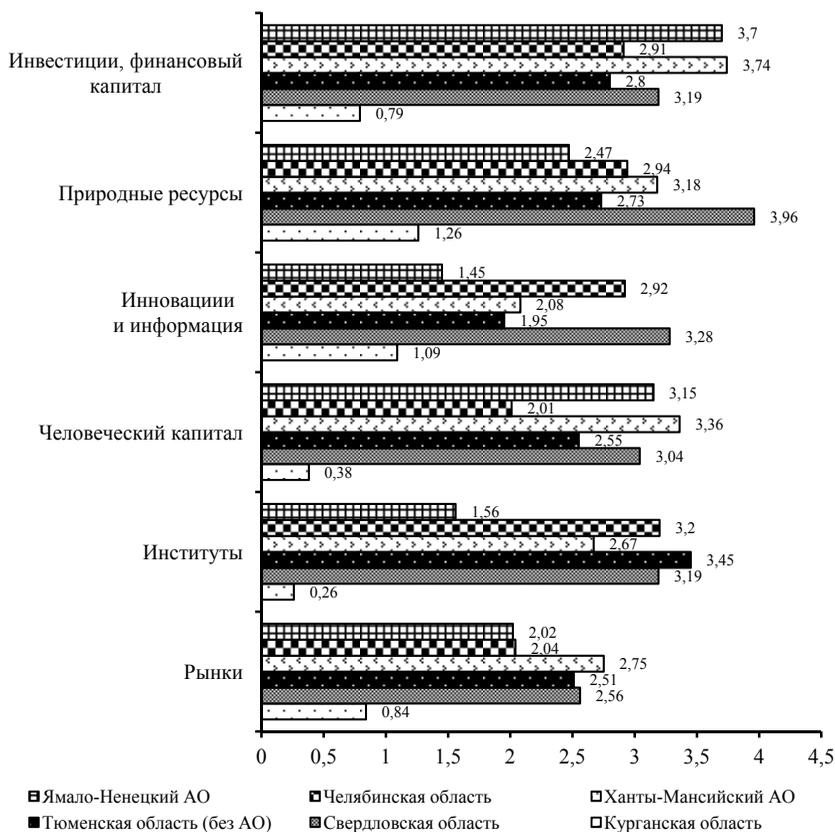


Рис. 2. Показатели индекса конкурентоспособности регионов УрФО за 2015 г.¹

Программы развития региональных кластеров формулируют комплексную стратегию управления региональным развитием, а также обеспечивают рост производительности и занятости населения.

¹ Составлено по: *Индекс конкурентоспособности регионов – полюса роста России (AV RCI – 2015)*. URL : http://www.av-group.ru/files/AV_RCI_2015.pdf.

Относительно новым, но перспективным инструментом реализации стратегий развития конкурентоспособности региона как на региональном, так и на федеральном уровне являются программы развития государственно-частного партнерства. Они используются при осуществлении различных проектов в экономике и социальной сфере УрФО.

Сегодня регионы Уральского федерального округа ведут работу по разработке своих стратегий развития. Для того чтобы стратегии были успешными и конкурентными, необходимо внедрять инновационные методы как в процесс реализации, так и в процесс управления регионом. В развитии конкурентного потенциала большую роль играет также научная составляющая – уровень знаний и подготовки специалистов, поэтому важно разработать механизм подготовки кадров, которые будут принимать участие в реализации стратегии развития конкурентоспособности на местах. Основной упор при разработке стратегии конкурентоспособности в округе необходимо делать на формирование инвестиционной привлекательности региона. В разработке стратегии развития региона должны принимать участие все группы стейкхолдеров. Таким образом, в современных условиях повышение конкурентного потенциала становится одной из главных целей стратегии развития регионов УрФО.

Библиографический список

1. *Леонова Н. А.* Конкурентоспособность территории: понятие, факторы, оценка // Вестник Челябинского государственного университета. 2006. № 5. С. 56–58.
2. *Портер М.* Международная конкуренция. Конкурентные преимущества стран. М. : Альпина Паблишер, 2015.

М. М. Баранников, В. К. Данилова

*Ростовский государственный экономический университет
(Ростов-на-Дону)*

Аутсорсинговая деятельность: путь к процветанию или в пропасть?

Аннотация. В статье приведена сравнительная характеристика российского и зарубежного опыта использования аутсорсинга. Также проанализированы положительные и отрицательные стороны функционирования аутсорсинга. Проведена оценка вреда аутсорсинга для современного предпринимателя в ведении бизнеса.

Ключевые слова: аутсорсинг; преимущества; влияние аутсорсинга; малый бизнес.

Интеграция в мировую рыночную систему дает возможность свободно заключать контакты с зарубежными контрагентами, прежде всего по принципу максимизации экономической выгоды. Зарубежные поставщики комплектующих, оборудования, технологий не только обеспечива-

ют отечественное производство необходимыми ресурсами, но и освобождают предпринимателей, руководителей, специалистов, конструкторов от забот и проблем, связанных с разработкой и производством технически сложной продукции. Созданная иностранными партнерами «производственная гавань» для российской промышленности на поверку оказалась топким болотом или трясиной, из которой выбраться удастся только спустя десятилетия. Для этого необходимо вырастить новое поколение, которое сумеет взамен легких и доступных путей приобретения готовых решений или даже идей, заниматься рутинной, зачастую нерентабельной деятельностью по созданию своего, отечественного производственного потенциала.

Предприниматели, приобретая на стороне покупные изделия, оборудование или услуги для собственного производства по постоянно растущим ценам, пытаются компенсировать затраты, перекладывая их на покупателей, бойко «корректируя» отпускные цены. Помимо нежелания искать выход из тупиковой ситуации бизнес ссылается на зарубежных «злодеев», которые не хотят идти на уступки и твердо стоят на необходимости изменения условий поставок со ссылкой на курс доллара или сложившуюся политическую ситуацию.

Если передача непроизводственных функций, связанных с охраной, уборкой или рекламой как-то объясняется с точки зрения распыления внимания или рассредоточения финансовых возможностей, то отказ от выполнения части основных операций по изготовлению профильной продукции только из-за нежелания обучать персонал или обслуживать оборудование приводит к негативным последствиям. Это прежде всего зависимость от инновационных возможностей сторонних организаций, уровня развития их технологии, контроля качества, производственных затрат и, наконец, стратегии поведения на рынке. Многие производственные компании настолько трансформировались из-за чрезмерного увлечения тотальным аутсорсингом, что сами превратились в посреднические или торговые бизнес-единицы. Умело распределяя все производственные операции среди многочисленных предприятий-сателлитов, управляющая компания получает прибыль или как держатель торговой марки, или выполняя функции координирования действий поставщиков. Примером такой деятельности является организация бизнеса в компании «Икея».

Теоретически аутсорсинг – это стратегия управления бизнесом, направленная на передачу именно второстепенных функций под управление специализированных компаний. Работу, которая не приносит прибыль предприятию, можно отдать специализированной компании.

Откуда появился аутсорсинг? Аутсорсинг создавался с благоприятными намерениями немного облегчить огромный объем работы, отпустить некоторые функции, естественно, если в итоге это сократит расхо-

ды или просто благоприятно скажется на бизнесе в целом. Предпосылками было вычисление функций, которые приносили большие расходы, но были важны для предприятия. Лучшим решением было отдать эти функции специализированной организации.

Существует несколько причин, по которым компании пользуются услугами аутсорсинга. Во-первых, это усложнение процесса бизнеса. Во-вторых, стремление к идеальному выполнению всех функций с минимизацией издержек. В-третьих, возможность освободить ресурсы и сосредоточиться на основном виде деятельности.

Одна из причин перехода на аутсорсинг – нехватка у предприятия административного или технологического опыта для производства нужных изделий или услуг, необходимость поддержания жизнеспособности востребованных видов деятельности в долгосрочной перспективе [2].

Применение аутсорсинга позволяет высвободить ресурсы для основного вида деятельности, упрощает организационную структуру предприятия. Во многих случаях предприятию гораздо легче, выгоднее и удобнее привлекать опытные компании с большим штатом квалифицированного персонала, чем создавать свои специальные структурные подразделения.

Предприятие, которое отдает некоторые функции на исполнение в рамках аутсорсинга, преследует различные цели: уменьшение цены при сохранении качества продукции за счет снижения издержек; увеличение качества продукции при текущем уровне расходов; уменьшение затрат для улучшения финансового состояния предприятия без изменения качества продукции [4].

Различают несколько видов самостоятельного аутсорсинга: IT-аутсорсинг; производственный аутсорсинг; логистический аутсорсинг; аутсорсинг управления персоналом; маркетинговый аутсорсинг; финансовый аутсорсинг. Различные виды и уже сложившаяся практика использования этого метода ведения бизнеса позволяет утверждать, что все сферы деятельности современной организации доступны для применения аутсорсинга.

Большой объем однообразной работы помогает аутсорсинговой компании создавать технологии, которые оптимизируют труд и повышают эффективность каждой затраченной единицы рабочего времени. Как результат – скорость и надежность работ на порядок выше, чем с участием штатного персонала. Отпадает необходимость мотивировать, адаптировать, управлять, обучать и увольнять сотрудников. В итоге появляется возможность сократить или эффективно перегруппировать имеющийся штат, а для штатных сотрудников – сосредоточиться на более важных задачах [3].

Разница между зарубежными и российскими предприятиями в том, что отечественные пользуются услугами аутсорсинга для уменьшения издержек и увеличения прибыли. Зарубежные организации используют следующий принцип: если при ведении деятельности невозможно эффективно выполнить определенный процесс, лучше передать его компаниям, которые специализированы в данном виде деятельности.

Основными сферами применения аутсорсинга в России являются работа с персоналом, IT-аутсорсинг, логистика и юридическое обеспечение.

Развитие аутсорсинга в РФ в значительной степени связано с тем, что в условиях конкуренции, которая в последнее время усиливается, а также под воздействием кризисных явлений в экономике субъектам хозяйствования становится сложно достичь требуемой эффективности. Использование аутсорсинга существенно возросло с участием России в международной кооперации [1].

В настоящее время Правительство в рамках импортозамещения акцентирует внимание на развитии отечественного производства, экономической и производственной автономии отраслей и хозяйствующих субъектов. Это очень позитивный подход к развитию промышленности. Однако если доступ к привычным зарубежным поставкам будет вновь открыт, где гарантии, что предприниматели, только «засучившие рукава», внезапно пересмотрят свои взгляды на отечественные аналоги? Требуется принятие системных мер по стимулированию деятельности отраслей, определяющих уровень индустриального развития страны. А предприниматели, желающие использовать аутсорсинг в своей хозяйственной деятельности, должны быть мотивированы на полное использование прежде всего своих производственных возможностей.

Особенно негативно влияет аутсорсинг на развитие малого бизнеса, в частности, при создании нового предприятия. Предприниматель, не разобравшись полностью в вопросах, касающихся его хозяйственной деятельности, отдает одну или несколько функций внешним аутсорсинговым организациям. При этом он теряет возможность в полной мере отслеживать производственные и технологические особенности исполнения заказа. А это значит, что можно получить продукцию со скрытыми дефектами, навязать дополнительные услуги или вообще подстроить функцию под компанию-аутсорсера. Предприниматель не может воздействовать на процессы, отданные на исполнение в рамках аутсорсинга, в какой-то мере теряет самостоятельность и в итоге полностью теряет над ними контроль. Это может привести даже к потере бизнеса [5].

Во многих случаях предприниматель, отказавшись от кооперирования, полностью сосредоточиваясь на определенных направлениях развития, рассматривая положительные и отрицательные стороны, все возможные риски и издержки и принимая решение оставить и развить опре-

деленную функцию, мог бы получить дополнительную прибыль, более качественную продукцию, сохранив при этом конфиденциальность деятельности.

Проблема еще и в том, что злоупотребление услугами аутсорсинга постепенно превращает предпринимателей в типовых исполнителей, которые в итоге перестают мыслить, рассуждать, проявлять творческую индивидуальность, развивать диверсификацию. Если отказаться от решения текущих производственных задач, переложить связанный с этим риск на внешних исполнителей и ограничиться только одним или несколькими направлениями в узком профиле, то теряются побудительные мотивы предпринимательской деятельности, такие как борьба, инициатива, риск, азарт.

Таким образом, применение аутсорсинга вполне может иметь негативные последствия, которые только ухудшат состояние организации.

Во-первых, ослабление режима информационной безопасности является одной из важных проблем при передаче некоторых функций на аутсорсинг. Выходом из такой ситуации может быть урегулирование всех вопросов информационной безопасности и обеспечение атмосферы доверия в рамках общего взаимодействия.

Во-вторых, боязнь попасть в зависимость. Когда передаются функции определенной компании, она может перестроить их по своему усмотрению. Поэтому стоит избегать рисков потери контроля и заключать краткосрочные контракты.

В-третьих, непонимание сторонами условий контракта. Компания, имеет собственное представление о предоставляемых услугах, зачастую неверное, о том, что должен или не должен выполнить аутсорсер.

В-четвертых, несоответствие качества оказываемых услуг. В счет того, что аутсорсинговые компании обеспечивают низкую стоимость услуг, для выполнения работы они нередко нанимают случайных людей. В силу своей некомпетентности они совершают много ошибок. Для решения данной проблемы следует назначить сотрудника, способного контролировать качество оказания услуг.

Естественно есть и польза в аутсорсинге. Передача одной или нескольких функций увеличивает эффективность выполнения работы, если определенную работу выполняет специалист в этой области, она будет сделана без ошибок в более короткий срок. Распределение работы ведет к сокращению издержек, рабочего времени.

Примером служит компания «Интеркомп ЦБУ». Закон от 6 декабря 2011 г. № 402-ФЗ «О бухгалтерском учете» позволяет руководителю организации заключить договор об оказании услуг по ведению бухгалтерского учета с внешней специализированной организацией. Так, в 2012 г. несколько фирм заключили договор с компанией «Интеркомп Центр Бухгалтерского Учета». Передав бухгалтерский, налоговый и кадровый учет

на аутсорсинг, клиенты компании смогли не только сократить затраты и улучшить качество обеспечения данных процессов, использовать в своей работе последние разработки и инновации в области учетных функций, но и повысить эффективность основной деятельности.

С уверенностью можно сказать, что пользоваться услугами аутсорсинга не нужно без детального рассмотрения вопроса со всех сторон. Возможно, найдется более эффективное решение, которое еще больше сократит затраты или принесет прибыль компании, и при этом не будет утерян контроль за функцией. Иногда аутсорсинг является единственно верным вариантом решения, и в этом случае необходимо заключать краткосрочные контракты для проверки надежности партнера и качества оказываемых услуг.

Библиографический список

1. Кириллова А. М. Особенности применения аутсорсинга в строительных организациях // Региональные и отраслевые экономики. 2015. № 2.
2. Климонцев М. В. Аутсорсинг как форма развития международного бизнеса в условиях глобализации // Экономические науки. 2014. № 12.
3. Никулина О. В., Мурадян С. Г. Развитие финансовых бизнес-процессов на основе применения аутсорсинга для малых и средних предприятий // Вопросы экономики. 2014. № 29.
4. Третьякова А. А. Развитие форм и видов аутсорсинга в международном бизнесе // Международная экономика. 2015. № 5–6.
5. Шапошников А. Р. Методический аспект определения использования механизмов аутсорсинга в управлении публичным предприятием // Предпринимательство: журнал-книга. 2014. № 4.

В. А. Баранова

Уральский государственный экономический университет
(Екатеринбург)

Факторы и тенденции развития малого предпринимательства в Свердловской области¹

Аннотация. Проведен анализ состояния малого предпринимательства, а также рассмотрены факторы и тенденции его развития на территории Свердловской области. Регион характеризуется достаточно высоким уровнем развития малого и среднего предпринимательства как относительно общероссийских показателей, так и в разрезе отдельных категорий субъектов предпринимательства.

Ключевые слова: Свердловская область; малое предпринимательство; субъекты; факторы развития; тенденции развития; отраслевая структура.

Свердловская область входит в пятерку регионов Российской Федерации по абсолютным показателям, характеризующий объем сферы малого и среднего предпринимательства.

¹ Статья написана под научным руководством В. А. Благинина.

В 2014 г. в Свердловской области насчитывалось 189 615 субъектов малого и среднего предпринимательства, из них 107 327 индивидуальных предпринимателей без образования юридического лица и крестьянско-фермерских хозяйств, 81 843 малых предприятий, 445 средних предприятий. Количество субъектов малого и среднего предпринимательства на 1 000 жителей Свердловской области на 1 января 2015 г. составило 43,8 единиц.

Ключевыми факторами, способствующими развитию малого и среднего предпринимательства на территории Свердловской области, являются объемный внутренний рынок, наличие крупных предприятий, относительно высокая покупательская способность населения. Вместе с тем стабильно положительных тенденций развития малого и среднего предпринимательства в Свердловской области, опережающих темпов роста в сравнении с другими, аналогичными по объему и структуре экономики регионами страны, удалось достичь благодаря последовательной реализации региональной политики, направленной на поддержку и развитие предпринимательства.

Для определения основных тенденций развития сектора малого предпринимательства на территории Свердловской области необходимо более детально рассмотреть картину изменения численности субъектов малого предпринимательства, проанализировав данные, представленные на рис. 1.

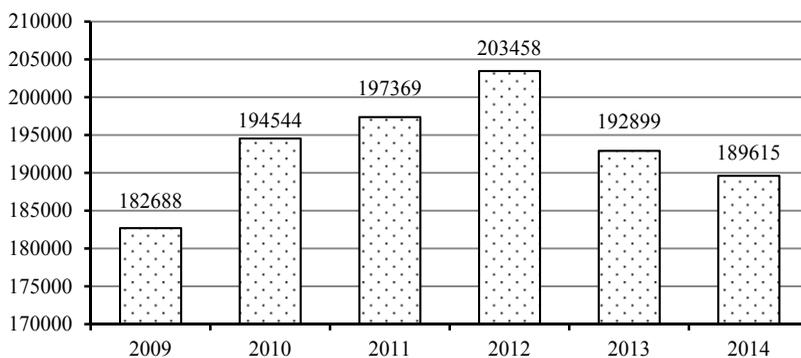


Рис. 1. Динамика изменения количества субъектов малого предпринимательства на территории Свердловской области, ед.¹

Вследствие мирового кризиса 2008–2009 гг. в Свердловской области довольно ощутимо пострадали предприятия промышленного профиля.

¹ Составлено по данным сайта Территориального органа Федеральной службы государственной статистики по Свердловской области. URL : <http://sverdl.gks.ru>.

В 2013–2014 гг. в области наблюдается резкое сокращение количества зарегистрированных малых предприятий почти на 14 тыс. ед. Рост общей численности субъектов малого предпринимательства в период с 2009 по 2014 г. составил более 30%.

Около половины субъектов малого предпринимательства Свердловской области по состоянию на начало 2015 г. осуществляло деятельность в сфере торговли, что естественным образом свидетельствует об отраслевой неравномерности развития сектора малого предпринимательства в регионе, как показано на рис. 2.

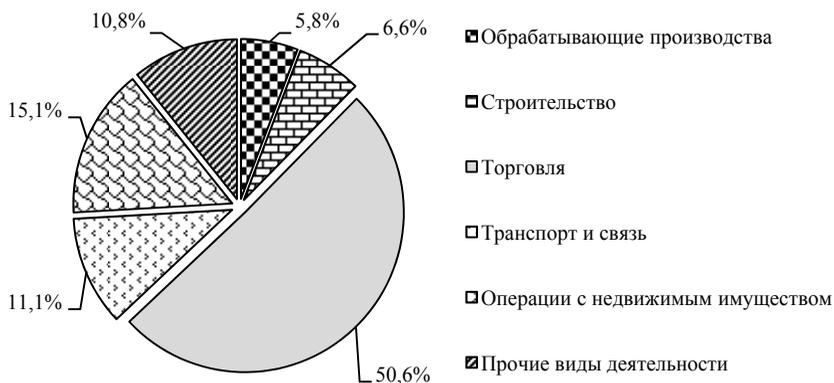


Рис. 2. Отраслевая структура сектора малого предпринимательства Свердловской области по состоянию на 1 января 2015 г., в % к общему числу малых предприятий¹

Как отмечено на рис. 3, отраслевая структура занятости сектора малого предпринимательства в разрезе видов предприятий частично схожа с общей отраслевой структурой. Сходство наблюдается в зависимости суммарной доли производственных отраслей от масштаба предприятия. Однако подавляющая доля (50%) занятых на малых предприятиях относится к сфере торговли.

Объем оборота субъектов малого предпринимательства с 2010 до 2013 г. существенно вырос, в 2014 г. наблюдается резкий спад – последствия кризисных явлений оказывают существенное влияние на изменение величины. Стоит отметить, что предприниматели достаточно быстро отыгрывают свои позиции при благоприятной экономической ситуации.

В 2014 г. оборот предприятий малого бизнеса в Свердловской области сократился на 58,4 млрд р. и составил 973,5 млрд р. При этом объем инвестиций увеличился на 600 млн р.

¹ Составлено по данным сайта Департамента малого и среднего предпринимательства и туризма Правительства Свердловской области. URL : <http://www.uralonline.ru>.



Рис. 3. Отраслевая структура занятости сектора малого предпринимательства Свердловской области по состоянию на 1 января 2015 г., в % к итогу¹

Малые предприятия вносят существенный вклад в общий объем оборота и занятости сектора и потому в приоритетном порядке нуждаются в акцентированной поддержке со стороны государства.

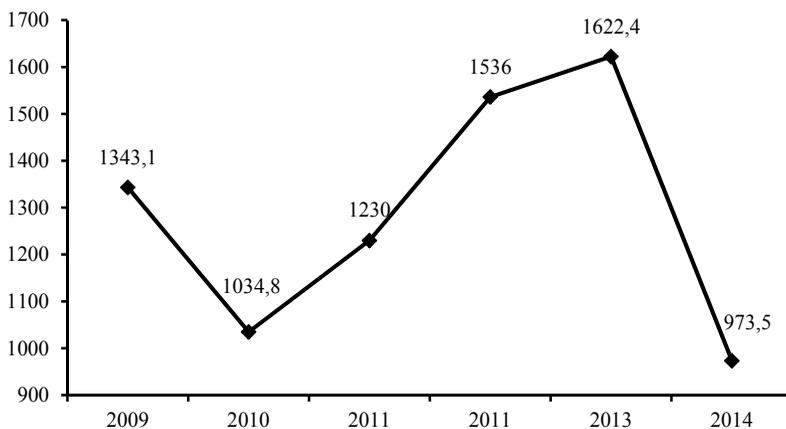


Рис. 4. Динамика изменения величины оборота субъектов малого предпринимательства Свердловской области, млрд р.²

¹ Составлено по данным сайта Территориального органа Федеральной службы государственной статистики по Свердловской области. URL : <http://sverdl.gks.ru>.

² Составлено по данным сайта Департамента малого и среднего предпринимательства и туризма Правительства Свердловской области. URL : <http://www.uralonline.ru>.

Таблица 1

**Удельный вес субъектов малого предпринимательства
в основных экономических показателях Свердловской области**

Показатель	2009	2010	2011	2012	2014
Оборот предприятий, %	32,5	33,2	33,2	36,3	37,5
Среднесписочная численность работников (без внешних совместителей), %	24,1	25,5	30,1	30,2	31,5
Инвестиции в основной капитал, %	4,1	3,6	5,4	3,7	3,3

Примечание. Составлено по: [2; 3; 4].

За последние несколько лет вклад субъектов малого предпринимательства в экономику региона заметно вырос. В особенности это касается социальной функции – предоставления рабочих мест. За пять лет доля занятых в малом предпринимательстве увеличилась с 24,1% до 31,5%. Наблюдается рост доли оборота субъектов малого предпринимательства в общей величине оборота предприятий региона. Однако прослеживается неустойчивая динамика изменения доли объема инвестиций в основной капитал малых и средних предприятий.

Таблица 2

**Динамика изменения количества субъектов малого предпринимательства
на тысячу населения Свердловской области**

Показатель	2009	2010	2011	2012	2013	2014
Количество субъектов малого предпринимательства на тысячу населения, ед.	42,4	43,7	46,2	47,1	44,6	40,2

Примечание. Составлено по: [2; 3; 4].

С позиции массовости субъектов малого предпринимательства в период с 2009 по 2012 г. включительно также произошел заметный скачок. Однако в 2014 г. количество субъектов малого предпринимательства на тысячу населения Свердловской области снизилось до значения, равного 40,2 ед.

В целом ситуация в сфере малого предпринимательства в Свердловской области благоприятная. Регион уверенно входит в пятерку лидеров среди субъектов РФ по качественным показателям развития малого предпринимательства.

Доля продукции, произведенной субъектами малого и среднего предпринимательства, в общем объеме валового регионального продукта Свердловской области в 2014 г. составила 48,7% (по итогам 2013 г. данный показатель составил 50,0%).

В результате проведенного исследования можно сделать выводы:

в Свердловской области наблюдается стабильная положительная динамика численности малых предприятий;

последствия мирового кризиса 2008–2009 гг. крайне негативно отразились на деятельности средних предприятий Свердловской области, тем самым снизили их финансовую устойчивость и инвестиционную активность;

на территории Свердловской области наблюдается отраслевая неравномерность сектора малого предпринимательства (преобладают предприятия торговли);

малые предприятия, невзирая на свою немногочисленность, вносят существенный вклад в основные показатели, характеризующие состояние сферы малого предпринимательства в целом;

Свердловская область находится в пятерке лидеров среди субъектов РФ по качественным показателям развития малого предпринимательства.

Библиографический список

1. *Благинин В. А., Сулимин В. В., Батыришина Э. Р.* Экономические предпосылки и организационно-финансовые механизмы диверсификации субъектов малого и среднего предпринимательства // Социальные науки. 2015. № 5-1. С. 3–10.

2. *Информация* о работе органов государственной власти субъектов Российской Федерации и органов местного самоуправления в сфере поддержки и содействия развитию малого и среднего предпринимательства (Свердловская область). Екатеринбург : Отдел развития малого и среднего предпринимательства Департамента малого и среднего предпринимательства и туризма Министерства экономики Свердловской области, 2012.

3. *Информация* о работе органов государственной власти субъектов Российской Федерации и органов местного самоуправления в сфере поддержки и содействия развитию малого и среднего предпринимательства (Свердловская область). Екатеринбург: Отдел развития малого и среднего предпринимательства Департамента малого и среднего предпринимательства и туризма Министерства экономики Свердловской области, 2013.

4. *Информация* о работе органов государственной власти субъектов Российской Федерации и органов местного самоуправления в сфере поддержки и содействия развитию малого и среднего предпринимательства (Свердловская область). Екатеринбург : Отдел развития малого и среднего предпринимательства Департамента малого и среднего предпринимательства и туризма Министерства экономики Свердловской области, 2014.

Е. К. Боровинских

*Уральский государственный экономический университет
(Екатеринбург)*

Современные проблемы функционирования и развития рынка загородной недвижимости (на примере Екатеринбурга и его окрестностей)

Аннотация. В статье отражены основные особенности рынка загородной недвижимости, рассматриваются факторы влияния на функционирование и развитие загородной недвижимости, сформулированы проблемы развития рынка загородной недвижимости на примере Екатеринбурга и его окрестностей,

предложены некоторые мероприятия для решения проблем региональной политики.

Ключевые слова: загородная недвижимость; факторы влияния; основные проблемы развития; малоэтажная застройка; региональная политика.

Рынок недвижимости в России стал формироваться в начале 90-х годов XX в. в связи с приватизацией государственной собственности и развитием рыночных отношений. В результате социально-экономические изменения послужили формированию нового тренда в запросах потребителей на рынке жилья России.

По данным социологических опросов граждан, в среднем около 59% опрошенных желают жить в индивидуальном доме и 27% – в отдельной квартире. Большинство жителей хотят жить «ближе к земле» – в коттеджах, таунхаусах, многоквартирных домах в зонах малоэтажной застройки [1, с. 10]. Возникновение и распространение загородной недвижимости наблюдается во многих регионах России вокруг центральных городов, что обусловлено стремлением горожан к лучшему качеству жизни.

Рынок загородной недвижимости является одним из элементов рынка жилья и благодаря специфическим физическим и юридическим характеристикам обращающегося на этом рынке товара имеет свои особенности. Наиболее характерные из них:

объекты недвижимости находятся за пределами городской черты, удаленность от города составляет до 40 км (условно, в зависимости от величины центрального города);

объектами загородной недвижимости являются индивидуальные жилые дома (коттеджи), таунхаусы, загородные дачи, земельные участки; местоположение объекта является его уникальной характеристикой и в значительной степени влияет на его цену.

На функционирование рынка загородной недвижимости влияют многочисленные факторы, которые могут быть как внешними, так и внутренними, могут как положительно, так и отрицательно сказываться на развитии рынка загородной недвижимости. Приведем некоторые основные факторы (см. таблицу).

Факторы, влияющие на развитие рынка загородной недвижимости

Факторы	Характеристика
Внешние политические	Внедрение государственных программ, стимулирующих развитие малоэтажного жилищного строительства
Внешние технологические	Климатические условия, которые накладывают ограничения на технологии строительства; внедрение современных технологий в строительстве, новых инженерных изысканий (например, система «умный дом»), что улучшает эксплуатационные характеристики объекта

Окончание таблицы

Факторы	Характеристика
Внешние социально-демографические	<p>Формирование среднего класса как наиболее платежеспособной социальной прослойки. Чем выше платежеспособность населения, тем больше возрастает спрос на качественные объекты загородной недвижимости;</p> <p>миграционный приток в крупных городах приводит к дополнительному предложению дешевой рабочей силы, но в то же время не обладающей профессиональными компетенциями, что в свою очередь отражается на качестве объектов загородной недвижимости и сроках их возведения</p>
Внутренние экономические	<p>Состояние транспортной и инженерной инфраструктуры пригородных зон города;</p> <p>уровень развития и потенциал строительной отрасли города, определяемый количеством работающих строительных организаций, их производственной мощностью, наличием и состоянием предприятий стройиндустрии [2, с. 7];</p> <p>уровень развития банковской региональной системы – количество банков, условия предоставления кредитов</p>
Внутренние социально-экономические	<p>Характеристика численности, состава и доходов населения города или региона, его социально-экономическая дифференциация;</p> <p>подвижность населения – склонность к смене места жительства и, как следствие, участие в сделках на рынке недвижимости;</p> <p>цены и тарифы на коммунальные услуги;</p> <p>наличие социально-бытовой инфраструктуры и транспортная доступность объекта загородной недвижимости относительно города;</p> <p>социальная однородность окружения</p>
Внутренние экономико-географические	<p>Наличие запасов минеральных и лесных ресурсов региона;</p> <p>экологическая обстановка, типы почв, георельеф;</p> <p>месторасположение объекта недвижимости</p>
Внутренние политические	<p>Политика городских властей по выделению земельных участков для индивидуального жилищного строительства;</p> <p>сдерживание высокого уровня лоббирования интересов инвестиционных компаний по многоэтажному строительству в ущерб развитию малоэтажной застройки [1, с. 39];</p> <p>разработка документов территориального планирования;</p> <p>реализация проектов комплексного освоения территорий;</p> <p>создание информационного пространства рынка жилой недвижимости</p>

С учетом влияния вышеперечисленных факторов, можно определить основные современные проблемы функционирования и развития рынка загородной недвижимости. Рассмотрим их на примере Екатеринбурга и его окрестностей.

Нужно отметить, что рынок загородной недвижимости Екатеринбурга постоянно развивается, но при этом его насыщение происходит за счет не совсем качественного предложения и в основном состоит из зе-

мельных участков. Значительная часть из них предлагается без подведенных инженерных коммуникаций. О едином архитектурном стиле такого стихийного поселка говорить не приходится – чаще всего это дома различной этажности и качества строительных материалов: рядом могут стоять небольшой деревянный домик и трехэтажные кирпичные хоромы. Загородных жилых комплексов с профессиональной и интересной концепцией достаточно мало, и наполнение рынка такими объектами происходит медленно. К ним можно отнести такие действующие на сегодня объекты: «Карасьеозерский 2», «Палникс», «Эжодолье», «Финский залив» и др.¹

Основные проблемы функционирования и развития рынка загородной недвижимости Екатеринбурга следующие.

1. Неразвитость транспортной и инженерной инфраструктуры пригородных зон города. В Екатеринбурге в большей степени к ним относится:

Полевское направление. Престижность направления Полевского тракта в сравнении с другими направлениями (Московский, Чусовской, Серовский, Челябинский) пока невысокая. Большое число проектов, расположенных в данном направлении, находится на начальных стадиях и имеет низкий уровень выполненных работ по инженерной подготовке и благоустройству. Планы по развитию транспортной инфраструктуры на этом участке относятся к отдаленной перспективе²;

Режевское направление. Данное направление требует реконструкции транспортных магистралей³.

2. Основную часть предложения на рынке загородной недвижимости Екатеринбурга представляет земля «без подряда» (возведением дома покупатель такого участка занимается самостоятельно). По данным экспертов рынка загородной недвижимости, объем предложения таких участков составляет более 80%. Такое положение дел говорит об отсутствии средств у застройщика на возведение объектов недвижимости, в том числе заемных, так как банки неохотно идут на финансирование данных проектов вследствие высоких рисков. Также наблюдается недостаток квалифицированных застройщиков, специализирующихся на малоэтажном строительстве.

3. Низкое качество объектов недвижимости в силу отсутствия концептуальной проработки проектов. На сегодня качество концепции загородных жилых комплексов Екатеринбурга находится на низком уровне (отлично – 4%, хорошо – 12%, удовлетворительно – 23%, неудовлетворительно – 61% [3, с. 20]).

¹ Консалтинговая компания «Урал-Гермес». URL : <http://www.uralgermes.ru>.

² Загородная недвижимость. URL : <http://domupn.ru>.

³ Там же.

4. Низкий спрос на объекты загородной недвижимости. Основными причинами являются: отсутствие инженерной и социальной инфраструктуры, низкий уровень доходов населения и др.

5. Недостаточное количество земельных участков. В последнее время распространен перевод пригородных земель из категории сельскохозяйственного назначения в категорию поселений. Но как показывает практика, этот процесс достаточно сложный и длительный и требует упрощения.

6. Градостроительное лоббирование крупных домостроительных компаний, возводящих многоэтажные дома.

Анализ вышеуказанных проблем говорит о неразвитости экономических отношений и инфраструктуры в данной сфере, и их решение невозможно без проведения грамотной региональной политики в сегменте малоэтажного жилищного строительства. А так как в современной России проблема обеспечения жильем населения является приоритетной, то и генеральная цель региональной политики состоит в создании условий для обеспечения доступности жилья для всех категорий граждан, а также соответствии объема комфортного жилищного фонда потребностям населения. Объекты загородной недвижимости относятся к объектам малоэтажной жилой застройки, которая в свою очередь поддерживается государственными федеральными и региональными программами в своем развитии. Данные программы малоэтажного строительства должны стать альтернативой возведению жилых панельных и монолитных высоток.

В связи с вышесказанным проблемы функционирования и развития рынка загородной недвижимости могут быть устранены с помощью следующих мер региональной политики.

1. Создание необходимых условий для развития индивидуального жилищного строительства:

введение упрощенного порядка предоставления земельных участков под малоэтажное строительство;

разработка документов территориального планирования на региональном и муниципальном уровне;

стимулирование развития местной строительной индустрии и промышленности строительных материалов;

обеспечение инженерной и транспортной инфраструктурой зоны комплексной малоэтажной застройки;

реализация проектов комплексного освоения территорий в целях преимущественного развития малоэтажного жилищного строительства.

2. Проведение оценки потребностей и спроса населения в жилье и сопоставление результатов оценки с текущими объемами и структурой жилищного строительства. Традиционно на территориальных рынках малоэтажного жилья выделяют различные группы потребителей жилья:

2% населения с высокими доходами – потребность в коттеджах элит-класса;

6% высокообеспеченного населения – потребность в малоэтажном жилье бизнес-класса;

23% – средний класс, который способен приобретать жилье как эконом-класса, так и бизнес-класса через ипотеку;

54% – малообеспеченный класс с потребностями в жилье только эконом-класса;

15% потребителей с особо низкими доходами, которые претендуют на жилье по социальным программам [1, с. 40].

Данная структура потенциальных потребителей жилья различна для конкретных территорий и требует внедрения разных маркетинговых стратегий для удовлетворения спроса и создания соответствующего предложения.

Современное развитие городских территорий имеет устойчивый тренд на приоритет пригородных малоэтажных экологических зон застройки. Идея малоэтажной России активно развивается и поддерживается государством, и ее реализация в дальнейшем должна привести к доминированию малоэтажного домостроения.

Библиографический список

1. Баронин С. А., Николаева Е. Л., Черных А. Г. и др. Проблемы и тенденции развития малоэтажного строительства России : монография. М. : ИНФРА-М, 2016. 239 с.
2. Глоба С. Б., Журавлев Ю. А. Регулирование регионального рынка жилой недвижимости : монография. М. : ИНФРА-М; Красноярск : Сибирский федер. ун-т, 2013.
3. Экономика недвижимости и девелопмент территорий : сб. науч. тр. магистрантов / под науч. ред. М. А. Котлярова. Екатеринбург, 2016.

И. Д. Возмилов, А. О. Порфирьева

*Уральский государственный экономический университет
(Екатеринбург)*

Повышение конкурентоспособности предприятий агропромышленного комплекса Уральского региона на примере ГК «Здоровая ферма»

Аннотация. В статье рассматриваются направления повышения конкурентоспособности предприятий агропромышленного комплекса Уральского региона в условиях санкций и стратегии импортозамещения. Подробно анализируются различные аспекты маркетинговой деятельности группы компаний «Здоровая ферма». На основании результатов анализа в целях повышения конкурентоспособности компании авторами предлагаются рекомендации по совершенствованию комплекса маркетинга предприятия, предполагающие корректирующие действия в отношении товарной, ценовой, сбытовой и коммуникационной политики. Делается вывод, что предложенные меры способствуют увеличению объемов

продаж предприятия и расширению доли рынка и могут быть масштабированы для других предприятий отрасли.

Ключевые слова: конкурентоспособность; агропромышленный комплекс; маркетинговая деятельность; комплекс маркетинга; доля рынка.

На сегодня отечественные компании агропромышленного комплекса получили новый импульс в своем развитии, одним из главных катализаторов которого стали введенные на территории Российской Федерации санкции, обусловившие концентрацию руководства страны на стратегии импортозамещения, что создает благоприятные условия для развития российского продовольственного рынка.

Так, 19 декабря 2014 г. Правительством РФ были внесены изменения в Государственную программу развития сельского хозяйства и регулирования рынков сельскохозяйственной продукции, сырья и продовольствия на 2013–2020 гг., в которой «повышение конкурентоспособности российской сельскохозяйственной продукции на внутреннем и внешнем рынках в рамках вступления России во Всемирную торговую организацию» обозначено как одна из главных целей¹.

По словам президента Российской академии сельскохозяйственных наук Геннадия Романенко, «за последние несколько лет Россия радикально изменила свою политику в области закупок сельхозпродукции: 3–4 года назад, когда не ставилась задача по импортозамещению, мы тратили 42–44 миллиарда долларов на питание. В прошлом году затраты составили всего 23–24 миллиарда» [2].

Другим следствием импортозамещения стал рост производства продовольственных товаров отечественными предприятиями. Например, производство мяса птицы в РФ увеличилось с 767 тыс. т в 2000 г. до 4 161,4 млн т в 2014 г., а свинины – с 1 578 млн т до 2 973 млн т².

В сложившихся условиях актуальна проблема повышения конкурентоспособности отечественных предприятий агропромышленного комплекса.

Можно согласиться с М. В. Казаковцевой и Ф. З. Гумаровой в том, что «конкурентоспособность агропромышленного производства определяется с экономической точки зрения как способность конкурировать по ценовым условиям и качественным параметрам, обеспечивая при этом устойчивый рост объемов сбыта на внутреннем и международном рынке» [1].

Целью настоящего исследования стала выработка рекомендаций по совершенствованию маркетинговой деятельности производителя продо-

¹ Постановление Правительства РФ от 19 декабря 2014 г. № 1421.

² Производство основных продуктов животноводства в Российской Федерации // Официальный сайт Федеральной службы государственной статистики. URL : http://www.gks.ru/wps/wcm/connect/rosstat_main/rosstat/ru/statistics/importexchange/#.

вольственных товаров, группы компаний «Здоровая ферма», на рынке Уральского региона в целях повышения конкурентоспособности данного предприятия. Исследование проводилось с использованием метода экспертных интервью и личного посещения офисных, производственных и складских помещений компании в целях наблюдения за ходом осуществления бизнес-процессов на предприятии.

Следует отметить, что, согласно официальному сайту компании, ГК «Здоровая ферма» является крупнейшим на Урале агропромышленным объединением, производящим охлажденные и замороженные продукты из мяса птицы и свинины, полуфабрикаты, колбасы, деликатесы, яйцо и молочную продукцию. В частности, предприятие стало лидером по объему производства мяса птицы в Челябинской области с показателем 107 000 т¹.

ГК «Здоровая ферма» – предприятие полного цикла: в холдинг входят фирмы, предоставляющие весь комплекс услуг от производства натуральных кормов для собственного поголовья до реализации готового продукта, а именно три птицефабрики, свинокорпус, завод по глубокой переработке, молочный завод, комбикормовый завод и торговый дом, являющийся официальным офисом продаж товаров компании.

Несмотря на сказанное, потенциал ГК «Здоровая ферма» реализован на внешнем, федеральном и региональном рынках не в полной мере, и задача по увеличению присутствия на данных рынках, увеличению объемов продаж и повышению конкурентоспособности предприятия остается актуальной.

По нашему мнению, спорным выглядит утверждение О. В. Орешниковой и Ж. Г. Шумак о том, что наибольшее влияние на повышение конкурентоспособности предприятия агропромышленного комплекса оказывают «технологические и производственные инновации, которые направлены на создание и освоение новых видов продукции, применение сырьевых технологий, модернизацию оборудования, расширение производственных мощностей, диверсификацию производства, совершенствование организации, производства и труда», в то время как «социальные, маркетинговые и организационные инновации» оказывают наименьшее влияние [3].

Действительно, нельзя отрицать тот факт, что производственные и технологические инновации необходимы для предприятия агропромышленного комплекса, но без надлежащей маркетинговой стратегии, коммуникаций с партнерами и потребителями как на рынке B2B, так и на рынке B2C эффект от внедрения данных инноваций будет снижен, так как посредники и конечные потребители не будут осведомлены о них. С нашей точки зрения, именно эффективная маркетинговая деятельность

¹ *Официальный сайт ГК «Здоровая ферма». URL : <http://zferma.ru>.*

компании может стать ее ключевым драйвером роста. В связи с этим предметом исследования стало рассмотрение возможностей совершенствования различных элементов комплекса маркетинга ГК «Здоровая ферма».

На первом этапе исследования нами был проведен анализ текущего состояния комплекса маркетинга предприятия.

В ходе исследования было выявлено, что товарная политика ГК «Здоровая ферма» базируется на широком ассортименте произведенных на собственных фабриках под руководством компетентных специалистов мясных продуктов высокого качества, которые позиционируются как натуральные и экологически чистые.

Однако, несмотря на высокотехнологичный уровень производства, авторами было отмечено, что при разморозке продукции имеется такой существенный недостаток, как выделение большого количества влаги, что связано с предварительной заморозкой воздушно-капельным путем. Данный аспект снижает потребительские свойства товара, негативно влияет на его привлекательность для потенциальных потребителей и, как следствие, снижает конкурентоспособность продукции и предприятия в целом. Таким образом, способ заморозки является важным потребительским свойством товара и требует совершенствования.

В отношении ценовой политики ГК «Здоровая ферма» обращает на себя внимание то, что себестоимость продукции сопоставима с компаниями-конкурентами, но ввиду использования дорогостоящей упаковки конечная цена продукции является завышенной. Высокая цена упаковки связана с ее высокой функциональностью, однако данный аспект является важным исключительно для крупных торговых сетей, в то время как для небольших торговых точек более выгодным стало бы использование упрощенной и более экономичной упаковки.

Рассматривая сбытовую политику ГК «Здоровая ферма», необходимо отметить, что в Челябинской области помимо каналов сбыта первого и второго уровней (через посредников) имеется канал нулевого уровня, или прямой маркетинг, представленный сетью фирменных магазинов ГК «Здоровая ферма». В то же время в других 10 регионах присутствия компании фирменные магазины по невыясненным причинам отсутствуют, а мясные продукты преимущественно реализуются через крупные федеральные и региональные розничные сети, такие как «Метро», «Ашан», «Дикси», «Купец», «Магнит», «Мегамаст», «Монетка», «Семья», «Пятерочка» и др.

В отношении логистической составляющей процесса взаимодействия между складскими отделениями и торговыми точками нами было выявлено, что предприятие несет неоправданно высокие расходы на доставку продукции между городами. Например, доставка из Челябинска

в Пермь осуществляется через Екатеринбург, что увеличивает затраты на выгрузку, хранение и погрузку товара в промежуточной точке доставки.

В сфере коммуникационной политики мы установили использование ограниченного количества маркетинговых инструментов, существенно снижающее эффективность деятельности предприятия. Для привлечения внимания к продукции и увеличения объемов продаж компанией используется исключительно стимулирование сбыта, представленное промо-акциями по снижению цены и дегустациями товара в местах продажи. Эти инструменты необходимы, но недостаточны для расширения доли рынка и повышения конкурентоспособности предприятия и нуждаются в существенной дифференциации.

Выявленные в ходе анализа особенности комплекса маркетинга ГК «Здоровая ферма» позволили авторам сформулировать следующие рекомендации по повышению конкурентоспособности предприятия на рынке Уральского региона (см. таблицу).

Рекомендации по повышению конкурентоспособности ГК «Здоровая ферма» на рынке Уральского региона

Элемент комплекса маркетинга	Рекомендации
Товарная политика	Использовать сухую (шоковую) заморозку продукции для сохранения первозданного вида и полезных свойств мясных продуктов для предотвращения появления большого количества воды при разморозке; экспортировать товар, обработанный шоковой заморозкой, в страны ЕАЭС
Ценовая политика	Снизить цену реализации товара мясопереработчикам и другим клиентам за счет изменения упаковки на гофрокартон; обновить расфасовку продукции по коробкам: раскладывать подложки по 4, 5 и 6 штук в одну коробку в целях увеличения объемов продаж в небольших торговых точках
Сбытовая политика	Интенсивно использовать канал сбыта нулевого уровня в других регионах РФ, кроме Челябинской области, посредством открытия фирменных магазинов ГК «Здоровая ферма»; проводить транспортировку товаров между городами (например, из Перми в Челябинск) напрямую, таким образом, сокращая расходы на логистику
Коммуникационная политика	Направить коммуникационные усилия компании на клиентов рынка В2С посредством проведения большего количества разнообразных промо-акций (например, «1+1»), более частого проведения дегустаций в местах продажи, размещения наружной и интернет-рекламы

Следует отметить, что некоторые из предложенных рекомендаций уже были успешно внедрены в деятельность ГК «Здоровая ферма», а другая часть рекомендаций готовится к внедрению в данный момент. По оценкам авторов, использование рекомендаций позволило увеличить объем продаж предприятия на рынке Уральского региона на 7% в феврале–марте 2016 г. по сравнению с аналогичным периодом предыдущего

года. В частности, благодаря упаковке мясных продуктов в коробки по 3,2, 4,8 и 5 кг, в данный момент отмечается увеличение количества заказов от небольших торговых точек. Вместе с этим наблюдается повышение спроса мясоперерабатывающих предприятий на товар, упакованный в гофрокартон и сокращение расходов на транспортировку продукции из Челябинска в Пермь. В целом, внедрение авторских рекомендаций сделало маркетинговую деятельность компании ГК «Здоровая ферма» более эффективной и клиентоориентированной и способствует значительному повышению конкурентоспособности предприятия на рынке Уральского региона.

В заключение следует отметить, что результаты данного исследования могут быть масштабированы и применены не только для ГК «Здоровая ферма», но и для других агропромышленных предприятий различных регионов России, что будет способствовать повышению конкурентоспособности отрасли в целом. А повышение конкурентоспособности агропромышленного комплекса, в свою очередь, положительно скажется на укреплении продовольственной безопасности нашей страны и ее экономическом росте.

Библиографический список

1. Казаковцева М. В., Гумарова Ф. З. Конкурентоспособность АПК как механизм обеспечения экономической безопасности // Современные проблемы науки и образования. 2014. № 6. URL : <http://www.science-education.ru/ru/article/view?id=16910>.
2. Россия сократила импортные закупки продовольствия в два раза. URL : http://www.stf.ru/material.aspx?CatalogId=221&d_no=114307#.Vu-jN-KLTIX.
3. Орешникова О. В., Шумак Ж. Г. К вопросу о повышении конкурентоспособности продукции агропромышленного комплекса // Молодой ученый. 2013. №10. С. 372–374.

О. А. Войнова

*Омский государственный университет им. Ф. М. Достоевского
(Омск)*

Поддержка социального предпринимательства в регионах России

Аннотация. В данной статье проведен анализ распространенности и эффективности различных видов поддержки социального предпринимательства. Сделан вывод о необходимости четкого определения социального предпринимательства в законодательстве.

Ключевые слова: социальное предпринимательство; социальный предприниматель; поддержка; законодательство.

Поддержка социального предпринимательства является катализатором его развития и поэтому приобретает все большее значение. Сегодня существуют различные виды поддержки, реализуемые как государством и органами местного самоуправления, так и частными организациями

и фондами. Целью настоящей статьи является выявить, как осуществляется поддержка социального предпринимательства в регионах Российской Федерации.

Для достижения поставленной цели были проанализированы виды поддержки социального предпринимательства в каждом из регионов Российской Федерации. Результаты анализа показали, что абсолютно во всех регионах существуют программы поддержки малого и среднего предпринимательства, которыми могут воспользоваться, в том числе, социальные предприниматели. Как правило, это консультативная поддержка, предоставление субсидий, помощь в аренде, реже – гранты и конкурсы. Эти программы реализуются администрацией области, министерством экономики, министерством труда, а также центрами поддержки предпринимательства в регионах. Недостатком такого вида поддержки для социальных предпринимателей является то, что претендовать на получение помощи они вынуждены на равных условиях с другими, в том числе коммерческими, организациями.

В некоторых регионах указываются приоритетные получатели государственной поддержки, а именно субсидий, грантов и другой финансовой помощи. Часто это организации, реализующие социальные услуги, как, например, в Белгородской области, Кабардино-Балкарской Республике и др. Однако в эту категорию могут попасть далеко не все социальные предприниматели, поскольку под социальными услугами, как правило, понимается социальное обслуживание населения, к примеру, уход за пожилыми людьми и людьми с ограниченными возможностями, предоставление рабочих мест социально изолированным группам населения и т.д. Социальный предприниматель, открывший центр детского творчества в своем регионе или занимающийся производством экологически чистых строительных материалов по инновационной технологии, скорее всего не будет классифицирован как реализующий социальные услуги.

Определенные регионы идут дальше и указывают конкретные сферы деятельности, имеющие для них наибольшее значение. Предприниматели, работающие в данных сферах, имеют преимущества в получении субсидий и другой финансовой помощи. К примеру, в Республике Калмыкия к приоритетным сферам деятельности относится образование, в Ростовской области – центры развития времяпрепровождения детей, в Пермском крае – экологический туризм и фермерство, Чувашская Республика и Нижегородская область поддерживают народные художественные промыслы и ремесла. Претендовать на такую поддержку могут лишь предприниматели, в том числе социальные, работающие в указанных сферах.

Многие регионы указывают в приоритете на получение финансовой помощи именно социальное предпринимательство. К таким регионам

относятся, например, Хабаровский край, Магаданская область, Республика Тыва, Республика Башкортостан, Республика Северная Осетия-Алания и др. Однако даже при такой формулировке далеко не все социальные предприниматели могут воспользоваться этим преимуществом, поскольку при классификации социального предпринимательства берется его законодательное определение, сформулированное в приказе Министерства экономического развития РФ от 24 апреля 2013 г. № 220 «Об организации проведения конкурсного отбора субъектов Российской Федерации, бюджетам которых в 2013 году предоставляются субсидии из федерального бюджета на государственную поддержку малого и среднего предпринимательства субъектами Российской Федерации».

Данное определение не соответствует определению социального предпринимательства, принятому среди большинства исследователей данного явления, и предусматривает скорее критерии отнесения к организации, работающей в сфере социального обслуживания населения. Следовательно, и в данных регионах не все социальные предприниматели могут воспользоваться федеральной помощью.

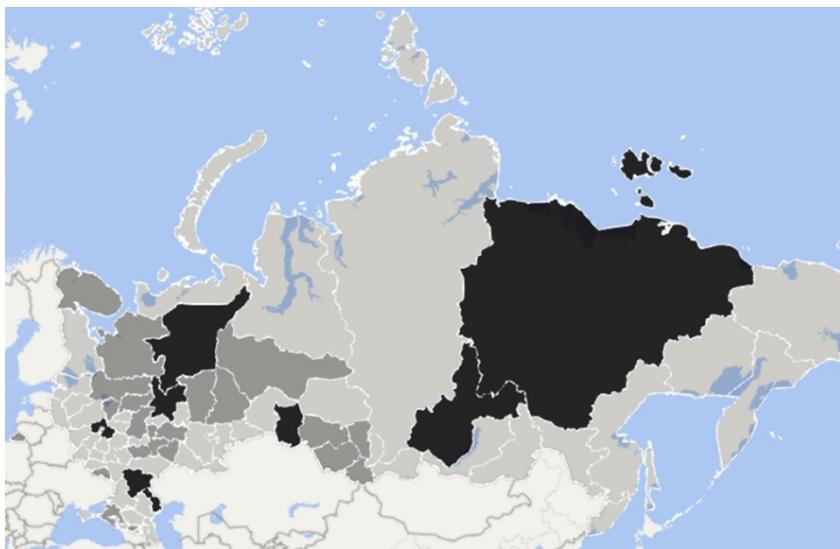
Рассматривая ситуацию развития социальной политики в большинстве регионов, можно отметить, что при всех имеющихся усилиях в данной области всегда остаются вопросы, требующие решения. Зачастую региональные власти и отдельные коммерческие и некоммерческие организации не в силах с ними справиться, что приводит к возникновению социального партнерства [1].

Рассчитывать на государственную поддержку социальные предприниматели хотя и могут, но далеко не все. Это стало стимулом к появлению отдельных организаций, ориентированных на поддержку именно социального предпринимательства – это могут быть и бизнес-инкубаторы, и центры инноваций социальной сферы, и различные частные фонды, проводящие конкурсы, предоставляющие гранты, организующие школы социального предпринимательства. Такие организации формулируют собственное определение социального предпринимательства с четкими критериями принадлежности к нему. Поэтому их поддержка направлена на развитие именно социального предпринимательства, а не социального обслуживания населения. К сожалению, далеко не во всех регионах такие организации представлены.

На рисунке изображена карта поддержки социального предпринимательства по регионам. Самым темным цветом выделены регионы, где ведут деятельность две и более специализированные организации по поддержке социального предпринимательства. Более светлым цветом отмечены регионы, где существует одна организация по поддержке социального предпринимательства. Самый бледный цвет означает, что специ-

ализированные организации по поддержке социального предпринимательства в регионе отсутствуют.

Бесспорное лидерство по количеству специализированных организаций по поддержке социального предпринимательства принадлежит Центральному федеральному округу. В одной только Москве действует 14 различных образований, осуществляющих различные виды поддержки. Самые известные из них – это фонд региональных социальных программ «Наше будущее», Агентство стратегических инициатив, Общероссийская общественная организация малого и среднего предпринимательства «Опора России». Большинство региональных организаций – это филиалы перечисленных выше организаций, изначально появившихся на территории Москвы.



Поддержка социального предпринимательства
в регионах Российской Федерации

Кроме того, хорошим покрытием специализированных организаций по поддержке социального предпринимательства обладают такие регионы, как Южный федеральный округ (организации поддержки социального предпринимательства есть в 4 субъектах из 6, Северо-Западный федеральный округ (7 субъектов из 11 имеют образования по поддержке социального предпринимательства), Приволжский федеральный округ (8 регионов из 14 располагают организациями по поддержке социального предпринимательства) и Сибирский федеральный округ (образования по

поддержке социального предпринимательства присутствуют в 7 регионах из 14).

Наиболее известная и распространенная на сегодня организация по поддержке социального предпринимательства – это фонд «Наше будущее». Фонд имеет филиалы во многих городах России, оказывает как консультационную, так и финансовую поддержку. По мнению автора, карту географии проектов, поддержанных фондом «Наше будущее»¹, можно рассматривать в качестве показателя активности социальных предпринимателей в регионах.

Для получения финансовой поддержки фонда «Наше будущее» предприятие должно отвечать ряду критериев, среди которых социальная миссия, предпринимательский подход, инновационность и др. Именно эти критерии отличают организацию социального предпринимательства от других организаций, оказывающих социальные услуги. Поскольку «Наше будущее» является наиболее крупной и известной организацией по поддержке социального предпринимательства в России, многие социальные предприниматели во всех регионах обращаются в фонд за получением поддержки.

Конечно, далеко не все социальные предприниматели в России обращаются в «Наше будущее», и, следовательно, не все они нанесены на указанную карту. Однако, если социальные предприниматели из регионов получают поддержку фонда «Наше будущее», это свидетельствует о том, что:

- они отвечают критериям социального предпринимательства;
- у них есть большое желание реализации своего проекта;
- они являются активными социальными предпринимателями в своем регионе.

Регион отмечается на карте, если там есть хотя бы один поддержанный проект. Как показал анализ, поддержанные проекты есть и в тех регионах, где филиалы фонда отсутствуют. Поэтому, по мнению автора, данная карта показывает активность социальных предпринимателей в регионах.

Как было сказано, государственная поддержка социального предпринимательства в той или иной форме присутствует в каждом из регионов Российской Федерации. Однако она не оказывает значительного влияния на развитие социального предпринимательства ввиду перечисленных ограничений. Скорее, на развитие социального предпринимательства в регионе оказывает влияние существование в нем специализированных организаций по поддержке социального предпринимательства.

¹ Портал «Новый Бизнес: социальное предпринимательство». География. URL : <http://www.nb-forum.ru/geography>.

Эта гипотеза подтверждается тем, что, сравнив карту проектов, подержанных фондом «Наше будущее», с картой поддержки социального предпринимательства в регионах, мы видим значительное сходство. Можно сделать вывод, что, чем больше организаций, специализирующихся на поддержке социального предпринимательства, действует в регионе, тем более активно будет там развиваться социальное предпринимательство.

Развитие социального предпринимательства в регионе положительно воздействует на развитие самого региона. Чем активнее социальные предприниматели, тем больше социальных проблем находят свое решение. Ведь социальные предприниматели решают проблемы эффективнее, чем организации социального обслуживания населения, что напрямую влияет на качество жизни в регионе.

Кроме того, решение социальных проблем может напрямую повлиять на экономическое благосостояние региона. Ведь такие экономические составляющие, как безработица и социальное обеспечение, также являются социальными проблемами, которые решает, в том числе, социальное предпринимательство. Помимо этого, социальное предпринимательство – это прежде всего предпринимательство. А предпринимательская активность оказывает положительное влияние на экономическое благосостояние региона – не зря в каждом регионе Российской Федерации существует поддержка малого и среднего предпринимательства.

Рейтинговое агентство «РИА Рейтинг» [2], являющееся частью международной медиагруппы МИА «Россия сегодня»¹, на постоянной основе проводит исследования, результаты которых признаны на многих уровнях – от государственного до экспертного. Среди рейтингов, составленных «РИА Рейтинг» по результатам 2015 г., есть рейтинг российских регионов по качеству жизни², а также рейтинг социально-экономического положения субъектов РФ³.

Если сравнить результаты этих двух рейтингов с картой поддержки социального предпринимательства в России, можно увидеть, что они очень схожи, особенно похожи рейтинги качества жизни. Данное сходство подтверждает гипотезу о том, что социальное предпринимательство оказывает значительное положительное влияние на качество жизни в регионе, а также на его экономическое развитие. Автор понимает, что для более точного подтверждения данной гипотезы необходимы дополнительные исследования.

¹ МИА «Россия сегодня». URL : <http://ria.ru/docs/about/index.html>.

² РИА Рейтинг. Инфографика. Рейтинг российских регионов по качеству жизни – 2014. URL : <http://www.riarating.ru/infografika/20141222/610641471.html>.

³ РИА Рейтинг. Инфографика. Рейтинг социально-экономического положения субъектов РФ по итогам 2014 г. URL : <http://www.riarating.ru/infografika/20150616/610658857.html>.

На сегодня государственная поддержка социального предпринимательства не дает желаемых результатов ввиду отсутствия четкого законодательного определения социального предпринимательства с четкими критериями, отличающими его от других предприятий, оказывающих социальные услуги. Эффект от таких организаций весьма ограничен, поскольку они, как правило, существуют на бюджетные средства и не являются предпринимательскими организациями. Социальное же предпринимательство дает намного больший положительный экономический и социальный эффекты. Именно поэтому очень важно сформировать четкое определение социального предпринимательства на законодательном уровне, на котором будет основываться его поддержка. Только после этого федеральная поддержка социального предпринимательства сможет приносить ощутимые результаты.

Библиографический список

1. *Козлова О. А., Гасникова С. Ю.* Социальное партнерство – современная парадигма в развитии регионов // Концепт. 2016. № 4. Спецвыпуск.
2. *РИА Рейтинг.* Кредитные рейтинги и исследования. URL : <http://www.riarating.ru/docs/about/about.html>.

А. И. Галимова

*Уральский государственный экономический университет
(Екатеринбург)*

Шаг навстречу инновациям

Аннотация. В статье рассматривается инновационная активность как фактор формирования опережающего развития региона. Выявлена роль органов управления в финансировании наукоемких нововведений. Цель работы – изучить возможность перехода от сырьевой экономики к инновационной, исследовать влияние потенциальных изменений на ускорение социально-экономического развития. Раскрывается специфика экономики регионов Российской Федерации, обусловленная крупномасштабностью страны. Исследуется вопрос повышения конкурентоспособности территорий посредством совершенствования технологий. Проанализирован вклад научно-исследовательских институтов в инновационную деятельность региона и страны на примере ФГУП «РФЯЦ-ВНИИТФ им. акад. Е. И. Забабахина». Рассматривается необходимость финансовой и правовой поддержки научных предприятий на региональном и федеральном уровнях власти.

Ключевые слова: инновации; развитие региона; научно-исследовательские институты; НИОКР.

Одной из наиболее важных стратегических целей Российской Федерации является развитие регионов. Ввиду удаленности субъектов РФ от центральных органов государственного управления имеют место такие механизмы поддержки, как субсидии, субвенции, выделение особых эко-

номических зон и др. Но в первую очередь территории должны самостоятельно беспокоиться о собственном развитии.

В западной части по причине благоприятного климата основной упор делается на сельское хозяйство (агропромышленный комплекс наиболее развит в Центральном районе, Поволжье и на Северном Кавказе). Восточная территория страны (Дальний Восток, Сибирь, Урал) имеет большой запас природных ресурсов, но суровый климат и удаленность привели к низкой освоенности Дальнего Востока. Стоит отметить довольно удачное месторасположение Уральского региона: высокая концентрация полезных ископаемых, с одной стороны, и относительно благоприятный климат – с другой. Отличительной чертой экономики региона является высокоразвитое промышленное производство.

Трудно не заметить, что главная особенность нашей страны – ее крупномасштабность, выступающая как преимуществом, так и недостатком. Что касается положительной стороны, то это разнообразие природных ресурсов, которое при грамотном использовании является первоосновой на пути к статусу сверхдержавы. Обратной стороной медали является тот факт, что эти источники требуют от государства инвестиций на их освоение, существует риск необдуманной траты. Любые запасы конечны, поэтому нельзя их растрачивать: держать курс на сырьевую экономику, забывая о необходимости совершенствования технологий и внедрения инноваций. В наши дни под конкурентоспособностью подразумевается не только большой объем имеющихся средств, но и их грамотное применение.

Основной функцией инновационной экономики является непрерывное создание и реализация наукоемких нововведений, что выступает главным фактором опережающего социально-экономического развития страны [3, с. 56].

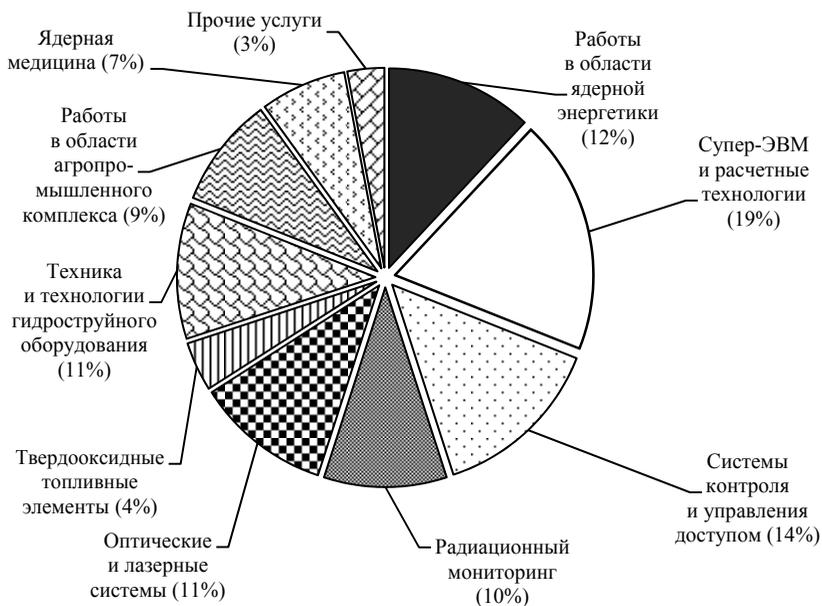
Ни для кого не секрет, что для создания конкурентоспособной продукции важно вовремя обеспечить замену физически изношенного и морально устаревшего оборудования. Практика показывает, что существуют два варианта решения этой проблемы:

закупка необходимого для переоснащения передового оборудования с целью проведения точечной реструктуризации производственных процессов;

внедрение в производство технологий, основанных на результатах НИОКР [4, с. 75].

Повышение эффективности использования ресурсов в значительной мере лежит на плечах научно-исследовательских учреждений, которые напрямую участвуют в разработке и внедрении наукоемких нововведений. Их вклад в социально-экономическое развитие региона можно рассмотреть на примере федерального государственного унитарного пред-

приятия «Российский федеральный ядерный центр – Всероссийский научно-исследовательский институт технической физики им. академ. Е. И. Забабахина» (далее – РФЯЦ-ВНИИТФ), находящегося в ведении госкорпорации «Росатом». Его основной деятельностью являются НИОКР в сфере ядерных технологий для использования в мирных целях. Но почему бы научному предприятию, которое в течение многих лет успешно справлялось с поставленными задачами федерального и регионального значения, не расширить сферу своей деятельности? В то же время зачем организациям Уральского федерального округа заказывать высокотехнологичное оборудование на стороне, если под боком имеется потенциальный исполнитель? Ответом на эти вопросы стала диверсификация продукции в целях повышения конкурентоспособности как института, так и региона. Получается, сделали попытку одним выстрелом убить двух зайцев. И не прогадали. Благодаря стараниям высококвалифицированного кадрового состава тяжело назвать сферу деятельности, в которой бы не пригодились разработки РФЯЦ-ВНИИТФ. Среди продукции можно выделить лазерные и оптические установки, применяемые в различных областях (медицина, промышленность, телекоммуникации, информационные системы, научные исследования), системы контроля и управления доступом, супер-ЭВМ. Основные виды деятельности института представлены на рисунке.



Структура продукции РФЯЦ-ВНИИТФ

Особое место занимает решение острых проблем в сфере здравоохранения. На базе института создан Уральский центр нейтронной терапии, в котором проводится лечение злокачественных опухолей с использованием быстрых нейтронов. В России имеются всего два лечебных комплекса, применяющих плотноионизирующие излучения, эффективность которых доказана исследованиями. На стадии строительства находится Комплекс по производству радиофармпрепаратов.

В институте ведутся работы в области агропромышленного комплекса, и уже есть результаты: изготавливаемые институтом яйцесортировочные машины эксплуатируются на предприятиях сельского хозяйства по всей стране. Что касается гидроструйного оборудования, то оно применяется для резки железобетонных и металлических конструкций, многослойного стекла взамен ударно-отбойных инструментов. Созданная технология активно используется на ФГУ РИЦ «Курчатовский институт» (г. Москва), ОАО «Уралхиммаш» (г. Екатеринбург) и других предприятиях промышленного комплекса страны. По остальным видам деятельности также отмечен значительный рост эффективности компаний, внедривших в производство результаты научно-исследовательских и опытно-конструкторских разработок института.

Иными словами, перспективы развития экономической деятельности напрямую зависят от применения усовершенствованных технологий.

В качестве основного направления социально-экономического развития Российской Федерации выступает переход от экспортно-сырьевой экономики к инновационной. Это позволит расширить конкурентный потенциал за счет наращивания преимуществ в науке, образовании и высоких технологиях и на этой основе задействовать новые источники экономического роста и повышения благосостояния [2, с. 176]. Уральский федеральный округ занимает далеко не первое место в рейтинге инновационной активности, рассчитанной как удельный вес организаций, осуществляющих технологические, организационные, маркетинговые инновации в отчетном году, в общем числе обследованных организаций, что проиллюстрировано в таблице.

Для дальнейшего развития и диверсификации продукции научно-исследовательских институтов в целях активизации инвестиционной деятельности Урала необходима финансовая и правовая поддержка науки и инноваций региональными органами власти. Следует разработать политику управления инновационной деятельностью и активизировать сотрудничество региональных и федеральных органов управления в данном вопросе. Главной формой такого взаимодействия должны стать научно-технические программы: государственные, финансируемые из федерального бюджета, когда приоритетные народнохозяйственные проблемы решаются на базе научно-инновационного потенциала регионов и регио-

нальные – с долевым финансированием государства и региона [5, с. 53]. Важно отметить, что на начальном этапе развития инновационной экономики государственная или региональная власть превращается в крупного инвестора, так как без значительных вложений в инновации, в том числе НИОКР, переход к высокотехнологичному обществу невозможен [1, с. 342]. Разработка наукоемких технологий наряду с необходимым субсидированием деятельности научно-исследовательских институтов требует наличия высококвалифицированных кадров. Для этого на базе предприятий необходимо существование высших учебных заведений, специализирующихся на определенных НИОКР. В таком случае появляется возможность самостоятельно выбирать те сферы деятельности, инновации в которых в последующем будут полезны и актуальны для региона.

Инновационная активность организаций, %

	2010	2011	2012	2013	2014
Российская Федерация, в том числе	9,5	10,4	10,3	10,1	9,9
Центральный федеральный округ	8,6	10,2	10,9	10,7	10,9
Северо-Западный федеральный округ	9,4	11,2	11,0	10,7	10,3
Южный федеральный округ	7,5	6,5	7,4	7,2	7,7
Северо-Кавказский федеральный округ	6,2	5,2	6,4	5,9	6,5
Приволжский федеральный округ	12,3	12,7	11,9	11,7	11,4
Уральский федеральный округ, в том числе	11,5	11,5	10,6	9,6	8,9
Курганская область	12,4	13,1	9,2	8,3	5,5
Свердловская область	15,0	13,6	13,3	11,5	11,0
Тюменская область	9,8	9,8	8,2	8,1	8,4
Челябинская область	9,9	10,9	11,5	9,8	8,5
Сибирский федеральный округ	8,2	8,8	8,5	9,1	8,8
Дальневосточный федеральный округ	8,6	11,2	10,8	9,5	8,9
Крымский федеральный округ	9,6

Примечание. Составлено по: *Инновационная активность организаций по субъектам Российской Федерации* // Федеральная служба государственной статистики. URL : <http://www.gks.ru>.

При предоставлении научно-исследовательскими институтами только своих разработок можно столкнуться с проблемой их внедрения: организациям нужно уже готовое к использованию оборудование, а не его проект. Далеко не каждое предприятие, получив новые технологии, способно применить их на практике. Существует решение этой проблемы – создание наукоградов. В таком случае на одной территории сконцентрированы высшие учебные заведения, в которых количество мест по определенным специальностям зависит от курса на инновационное развитие экономики региона, вместе с научными институтами, разрабатывающими нововведения. А также в непосредственной близости от институтов расположены заводы, внедряющие основанные на результатах

НИОКР технологии путем производства оборудования. Оно уже в свою очередь поставляется предприятиям в готовом виде. Такой способ позволяет возложить полную ответственность за создание инновационных технологий на определенный наукоград, представляющий собой комплекс взаимосвязанных учреждений.

На территории Уральского федерального округа недостаточно внимания уделяется развитию нововведений, так как основной упор делается на добычу ресурсов и промышленное производство, при этом в большинстве случаев используется морально устаревшее оборудование. Гораздо выгоднее для региона сначала вложить средства в совершенствование технологий, а затем получать экономию благодаря меньшим затратам в процессе добычи полезных ископаемых, производства продукции заводами металлоемкого машиностроения и химическими предприятиями.

Таким образом, поддержка научно-исследовательских институтов с последующим применением полученных разработок на предприятиях региона даст толчок к развитию инновационной активности Уральского федерального округа. А это в свою очередь является одним из главных путей к повышению конкурентоспособности страны и региона.

Библиографический список

1. *Алексеев М. Ю.* НИОКР и инновационное развитие страны // Вестник Чувашского университета. 2011. № 4. С. 341–345.
2. *Горина А. П., Дергунова Е. О.* Курс России на инновационное развитие экономики // Молодой ученый. 2013. № 9. С. 176–180.
3. *Грунвальд А.* Техника и общество: западноевропейский опыт исследования социальных последствий научно-технического развития. М.: Логос, 2011.
4. *Гудкова А. А., Турко Т. И.* Тенденции и перспективы инновационного развития субъектов Российской Федерации // Инноватика и экспертиза. 2015. № 1. С. 70–80.
5. *Карпович Н. К.* Развитие инновационной составляющей экономики на региональном уровне // Экономика, управление, финансы: материалы Междунар. науч. конф. (Пермь, июнь 2011 г.) / под общ. ред. Г. Д. Ахметовой. Пермь: Меркурий, 2011. С. 52–54.

В. В. Егорова, Ю. С. Сабанова

*Уральский государственный экономический университет
(Екатеринбург)*

Тенденции и перспективы развития промышленности в экономике Свердловской области

Аннотация. Определяются и характеризуются тенденции и перспективы развития промышленности в Свердловской области.

Ключевые слова: Свердловская область; промышленность; экономические угрозы; перспективы; тенденции; региональные факторы; конкурентоспособность.

В условиях становления и развития рыночных отношений для научного обоснования радикальных экономических реформ большое значение

приобретает региональная экономика – область научных знаний о размещении производительных сил, промышленности регионов.

В настоящее время основная хозяйственная деятельность осуществляется в регионах. Им дано право самостоятельно решать экономические проблемы, устанавливать межрегиональные связи и связи с зарубежными странами. Каждый регион России имеет присущие ему природные ресурсы, особенности их размещения, национальные и исторические черты, свою структуру хозяйства, уровень экономического развития, специализацию. Каждый регион занимает определенное место в хозяйственном комплексе страны, составляя в то же время единое экономическое целое с другими регионами.

В условиях становления и развития в России рыночной экономики особое значение стала приобретать проблема разработки системы механизмов устойчивого экономического роста. Для экономики страны и ее регионов, учитывая такое непростое время для страны, обостряется проблема формирования эффективной структуры экономики, усугубляются проблемы технико-технологического перевооружения отраслей и производств.

Тема тенденций и перспектив развития промышленных предприятий в экономике региона актуальна сегодня, так как развитие промышленности региона направлено на ослабление внутреннего социального напряжения, повышение благосостояния населения, сохранение целостности и единства страны.

Промышленный комплекс включает совокупность предприятий (заводов, фабрик, рудников, шахт, электростанций), занятых производством орудий труда как для самой промышленности, так и для других отраслей, а также добычей сырья, материалов, топлива, производством энергии, заготовкой леса и дальнейшей обработкой продуктов, полученных в промышленности или произведенных в сельском хозяйстве, производством потребительских товаров.

Промышленность – это базовый сектор экономики Свердловской области, оказывающий решающее воздействие на уровень развития производительных сил общества. Развитие промышленности, прежде всего отраслей тяжелой индустрии, является важнейшей предпосылкой возрождения экономического потенциала нашей страны и успешного решения задач обеспечения социально-экономического и политического развития.

Промышленность – главная отрасль материального производства, которая оказывает одно из решающих воздействий на развитие производительных сил и производственных отношений региона.

Основа расширенного воспроизводства в экономике – тяжелая индустрия. Она вооружает передовой техникой все отрасли промышленного

производства, сельского хозяйства, транспорта, связи, строительства, торговли, обеспечивая технический прогресс во всем народном хозяйстве.

Промышленность путем переработки сельскохозяйственной продукции производит основную долю товаров народного потребления, тем самым удовлетворяет потребности общества и повышает материальное благосостояние. Не последнее место промышленность занимает в государственном накоплении. Она способствует всестороннему развитию экономики регионов страны и целесообразному использованию природных ресурсов.

Промышленность является основой укрепления обороноспособности страны путем производства современной военной техники [2].

В целом промышленность, будучи видом экономической деятельности, составляет основу экономического и оборонного потенциала региона. Сегодня региональная промышленность находится в структурном кризисе, что вызывает необходимость внимания со стороны государства. Поэтому промышленный комплекс объективно нуждается в развитой и хорошо скоординированной системе государственного планирования.

Развитие промышленности на Урале позволяет решить такие задачи, как:

- снижение безработицы, создание новых рабочих мест;
- развитие науки и технологий, инноваций;
- рост производительности труда;
- рост доходов и повышение уровня жизни;
- диверсификация экспорта и обеспечение стабильности национальной валюты.

Развитие промышленного сектора региона практически всегда формирует мультипликативные эффекты и является стимулом для развития ряда других поддерживающих и сервисных секторов региональной экономики. Поэтому развитие промышленного регионального бизнеса – одна из ключевых задач государственной власти. Следует отметить, что в настоящий момент органы государственной власти занимают достаточно активную позицию в регулировании промышленного развития как национального, так и регионального пространства.

На социально-экономическое развитие региона все более активное воздействие оказывают внешние и внутренние экономические угрозы. Под действием данных сил происходит формирование как современных условий жизнедеятельности территорий, так и направлений происходящих в них преобразований.

В настоящее время среди основных ожидаемых экономических угроз для России в краткосрочном периоде выделяют следующие:

- введение западными странами различных экономических санкций против России;

дальнейшее замедление темпов роста ВВП (в среднем до +1%);
нарастание негативных инфляционных тенденций;
рост оттока капитала из страны;
снижение инвестиционной активности;
сокращение заказов в гражданской обрабатывающей промышленности.

Свердловская область может противодействовать нарастающим экономическим угрозам, используя факторы, формирующие их силу и жизнестойкость. Рассмотрим основные группы таких факторов [3].

К первой группе факторов, направленных на сохранение благополучного развития региона, относится ее трудовой и производственный потенциал. Промышленный регион РФ – это современная индустриально развитая территория, что позволяет ей быть наиболее эффективным регионом-двигателем России.

Ко второй группе факторов, способных противодействовать экономическим угрозам, относится производственная сфера, которая обуславливает долговременные тенденции развития региональной экономики. При этом вспомогательную роль будут играть другие сферы экономической деятельности (сфера услуг, финансово-кредитная сфера), так как они обеспечивают производственную деятельность.

К третьей группе факторов можно отнести интеллектуальную научно-техническую базу, а именно наличие качественных и количественных интеллектуально зрелых кадров (инженерных, управленческих, предпринимательских, научных) и исследовательских структур. Данному фактору на уровне программных документов уделяется много внимания, но понимается под ним человеческий капитал, а не набор практических мер, направленных на создание интеллектуальной базы, способствующей переходу к инновационному развитию экономики региона.

Эффективного противодействия региональных факторов нарастающим экономическим угрозам можно добиться только в условиях комбинированного функционирования, т.е. использования их только совокупно в форме взаимодополняющих и подкрепляющих факторов.

Используя все сильные стороны и возможности, промышленный комплекс региона сможет обеспечить себе долгосрочное стабильное развитие только за счет расширения своей деятельности на новых рынках и стимулирования перехода от традиционного производства, которое постепенно перестает обеспечивать рост экономики, к инновационному. Этому может способствовать льготное кредитование инновационной деятельности, предусматривающее полную или частичную компенсацию банковских процентов из средств специальных фондов или государственного бюджета. Кроме того, необходимо создавать и стимулировать

развитие новых рынков, которые будут потреблять и производить новую инновационную продукцию.

Льготы или полное освобождение от уплаты таможенных пошлин позволит областным предприятиям стать более конкурентоспособными при экспорте продукции. Кроме того, для снижения угроз необходимо прямое финансирование научно-исследовательских и опытно-конструкторских работ, направленных на создание и использование инноваций.

Наиболее распространенной целевой формой финансовой поддержки являются гранты, предоставляемые государством, международными и общественными организациями, специальными фондами или предпринимательскими структурами посредством финансирования инновационных проектов на конкурсной основе.

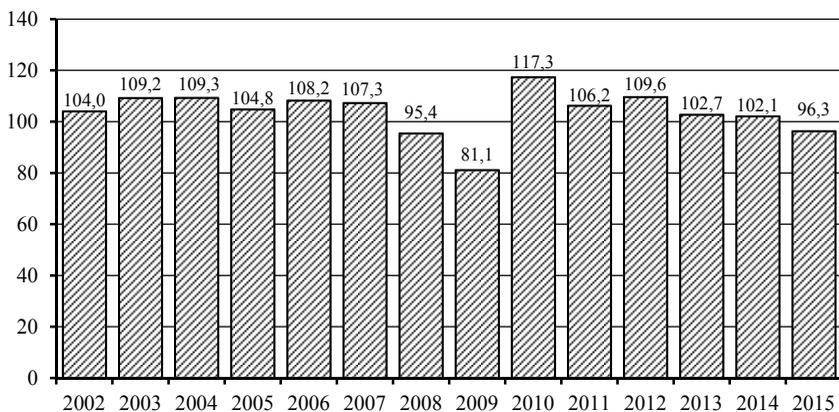
Чтобы свести к минимуму воздействие внешних угроз, правительство может предоставлять промышленным предприятиям помощь при патентовании, льготы и отсрочки по оплате патентных пошлин. Другой мерой, которая будет способствовать улучшению положения предприятий, может стать предоставление налоговых льгот и каникул, а также установление особого режима налогообложения в части региональных и федеральных налогов.

В условиях, когда необходимо противостоять внешним угрозам, наиболее оптимальным решением выступает активное стимулирование интегрированных структур (кластеров, холдингов, совместных предприятий и т.п.). Это позволит мелким предприятиям получать новые конкурентные преимущества перед сильными зарубежными игроками путем обмена опытом, технологиями и других форм взаимодействия внутри интеграционной структуры.

Из данных (см. рисунок) Федеральной службы государственной статистики видно, что за последние 14 лет Свердловская область не снижает обороты в промышленном производстве, что говорит о непосредственном развитии промышленности внутри региона. Есть, конечно, периоды, где наблюдаются изменения в отрицательную сторону, но они прежде всего связаны с непростой ситуацией в стране.

Экономика Свердловской области – экономика индустриального типа, в которой существенная часть добавленной стоимости приходится на промышленное производство. Область относится к числу десяти крупнейших индустриальных регионов, на долю которых приходится 50% всего промышленного производства Российской Федерации¹.

¹ Об утверждении Стратегии развития черной металлургии России на 2014–2020 годы и на перспективу до 2030 года и Стратегии развития цветной металлургии России на 2014–2020 годы и на перспективу до 2030 года : приказ Министерства промышленности и торговли РФ от 5 мая 2014 г. № 839.



Индекс промышленного производства по Свердловской области
(в % к предыдущему году)¹

Наибольшую часть в производственном секторе экономики Свердловской области занимает обрабатывающая промышленность, на которую приходится около 86% от общего объема отгруженной продукции промышленности региона.

Программа «Развитие промышленности Свердловской области и повышение ее конкурентоспособности на 2014–2020 годы» позволила выделить приоритетные отрасли для государственной поддержки:

- металлургия;
- машиностроение;
- химическое производство, включая фармацевтическую промышленность и биотехнологии;
- лесопромышленный комплекс;
- легкая промышленность.

Основные направления региональной политики по развитию приоритетных отраслей промышленности Свердловской области в рамках настоящей программы с применением мер государственной поддержки:

содействие созданию и (или) модернизации высокопроизводительных рабочих мест, обеспечение потребности промышленности региона в квалифицированных кадрах;

стимулирование инвестиционной деятельности промышленных предприятий региона (в первую очередь модернизация, научно-исследовательские и опытно-конструкторские работы);

развитие внутренней кооперации в промышленности региона;

¹ Составлено по данным сайта Федеральной службы государственной статистики.
URL : <http://www.gks.ru>.

стимулирование развития высокотехнологичных экспортоориентированных и импортозамещающих производств;

стимулирование развития внутреннего рынка сбыта промышленной продукции;

создание и развитие межотраслевых инжиниринговых центров, в том числе в сфере лазерных и аддитивных технологий в промышленности;

стимулирование развития ядерной медицины;

создание условий для развития отраслей химической, в том числе фармацевтической, промышленности;

стимулирование развития приборостроения, станкостроительного производства, транспортного машиностроения и производства специальной техники, автомобилестроения и производства автокомпонентов, энергетического и электротехнического машиностроения;

развитие промышленности редких и редкоземельных металлов.

С момента возникновения до настоящего времени промышленность является одновременно и следствием, и необходимым условием развития общества. Регион, даже воспроизводя наиболее современные мировые тенденции, следуя концепции постиндустриального общества, не способен совершенно отказаться от промышленного производства, которое составляет конструкционный базис его развития [1, с. 13].

Итак, промышленность Свердловской области представляет собой мощный многоотраслевой комплекс – один из крупнейших в России.

Библиографический список

1. *Дворядкина Е. Б., Сбродова Н. В.* Промышленность как системообразующий фактор развития региона // Известия Уральского экономического университета. 2008. № 3.
2. *Зиядин С. Т., Ибраева А. К., Зиядина С. Т. и др.* Основы планирования регионального промышленного комплекса // Фундаментальные исследования. 2014. № 9.
3. *Соловьева Е. А.* Реализация государственной политики развития промышленности в Свердловской области // ЭГО. 2015. № 3.

Н. Р. Ижгузина

*Уральский государственный экономический университет
(Екатеринбург)*

Влияние городских агломераций на социально-экономическое развитие региона (на примере Свердловской области)

Аннотация. Статья посвящена изучению роли городских агломераций в социально-экономическом развитии региона. Агломерация рассматривается как особое территориальное образование, скопление городов и других населенных пунктов вокруг одного или нескольких городов-ядер, объединенных развитыми, интенсивными социально-экономическими и иными взаимосвязями. В рамках

развития агломерации предполагается последующая разработка концепции стратегического развития и механизмов управления для достижения максимальных положительных результатов. Рассматривается категория «синергетический эффект» во взаимосвязи с агломерационной экономией. Автор, используя метод факторной оценки, предлагает методику расчета синергетического эффекта городской агломерации на основе статистической информации, доступной любому заинтересованному лицу.

Ключевые слова: городская агломерация; синергетический эффект; Екатеринбургская городская агломерация; Горнозаводская городская агломерация.

Мировая экономика в настоящее время рассматривает городскую агломерацию как одну из основных форм модернизации, ускоренного развития и повышения конкурентоспособности территориальных образований, регионов и, следовательно, национальных экономик. Как демонстрирует мировой опыт, объединение поселений в агломерации (производственные, трудовые, культурные и научно-образовательные связи которых обеспечивают достаточно высокий уровень развития производительных сил и способствуют формированию качественно новых условий развития экономики) превращает территорию в ареал устойчивого и динамичного роста со значительным социальным и экономическим эффектом [9, с. 121–139].

Согласно Концепции долгосрочного социально-экономического развития Российской Федерации на период до 2020 года¹ городские агломерации относятся к числу зон опережающего экономического роста, обеспечивая приток населения и инвестиций. Интерес к исследованию агломерационных процессов в нашей стране прежде всего связан с тем фактом, что агломерации сохраняют и усиливают роль «локомотивов» социально-экономического развития регионов. Так, несмотря на то, что в городских агломерациях, расположенных на территории ведущих субъектов РФ, проживает 35–40% всего населения страны, именно они обеспечивают более 50% ВВП [4; 7; 8]. Помимо этого мировой опыт свидетельствует о значительном вкладе городских агломераций в ВВП стран [2]. Так, по данным ООН, для Китая этот показатель достигает 60% [17]. В докладе Глобального института McKinsey за 2011 г. указывается, что в 600 крупнейших городах мира концентрируется 20% мирового населения, при этом они создают капитал в размере 34 трлн дол., другими словами, приблизительно половину от валового мирового продукта (ВМП). К 2025 г. ожидается, что крупнейшие 600 городов удвоят свои ВВП до 65 трлн дол. и добавят 67% к ВМП [16].

В российских условиях городские агломерации особенно востребованы: благодаря им осуществляется эффективное экономическое сжатие территории и концентрация важнейших объектов промышленности, науки, образования, культуры, рекреации, что дает значительный соци-

¹ *Распоряжение* Правительства Российской Федерации от 17 ноября 2008 г. № 1662-р.

альный и экономический эффект. В ходе развития агломераций происходит переход к экономике развития, и в реальные сроки решаются такие проблемы для территории, как:

повышение конкурентоспособности экономики и обеспечение стабильного притока ресурсов развития;

вывод агломерации и региона на мировой рынок в качестве значимого узла в системе товарных, финансовых, технологических и культурных обменов и закрепление в качестве «оператора» глобальных финансовых потоков в Российской Федерации;

модернизация и интеграция коммунальных ресурсов для создания на объединенной территории новых предприятий и жилых домов;

регулирование внутренней миграции (маятниковой, дневной, недельной) из малых и средних городов в региональные столицы;

контроль развития города-ядра и предотвращение перенасыщенности и избыточного давления на инфраструктуру; стабильное развитие городского центра через смену акцента на развитие «периферии»;

прогноз потребности и сбалансированное развитие производственных, рекреационных и иных площадок [9, с. 121–139; 10, с. 6].

В связи с этим особенно актуальными в научном мире становятся вопросы исследования экономической эффективности городских агломераций. Отметим, что суть агломерирования заключается в синергетическом эффекте, который возникает в результате объединения возможностей всех участников, расширения границ рынка сбыта продукции [1; 3, с. 3]. Категория «синергетический эффект» является универсальной, ее истоки кроются в естественных науках. Сущностный аспект синергетического эффекта характеризует взаимодействие нескольких факторов, в результате чего итоговый результат превышает сумму деятельности данных факторов по отдельности. Простейшими уравнениями, которыми можно объяснить это понятие, являются $2 + 2 = 5$ или $1 + 1 > 2$, которые были впервые выведены в конце XIX в. [15]. Таким образом, для оценки эффекта синергии необходимо сравнить два варианта развития исследуемых объектов: независимая деятельность и деятельность в рамках единой стратегии. Продемонстрируем данную методику на примере крупных городских агломераций Свердловской области, к числу которых относятся Екатеринбургская и Горнозаводская (Нижнетагильская).

В данном исследовании границы Екатеринбургской городской агломерации (ЕГА) соответствуют часовой транспортной изохроне, проложенной автором при анализе топографических карт Свердловской области в масштабе 1:500 000, расписаний движения пригородных и междугородних автобусов и электропоездов с учетом Общероссийского классификатора территорий муниципальных образований (ОКТМО) и интенсивности передвижений пригородных и междугородних автобусов и элект-

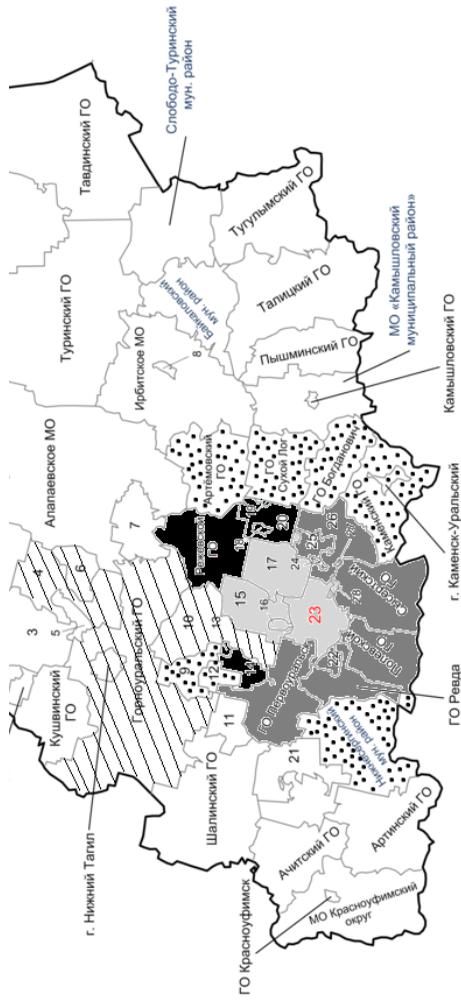
тропоездов. Таким образом, ЕГА включает муниципальные образования «город Екатеринбург» (центр агломерации) и «поселок Уральский», а также городские округа Первоуральск, Ревда, Дегтярск, Полевской, Сысертский, Арамилский, Белоярский, Заречный, Верхнее Дуброво, Березовский, Верхняя Пышма и Среднеуральск [6, с. 59–65]. Горнозаводская агломерация (ГЗА) рассматривается в границах, утвержденных Министерством регионального развития Российской Федерации (в период его функционирования) в июне 2014 г. при отборе 16 пилотных проектов городских агломераций: город Нижний Тагил, городские округа Нижняя Салда, Верхнесалдинский, Невьянский и Горноуральский [5] (см. рисунок).

В качестве результирующего показателя социально-экономического развития городских агломераций автор предлагает использовать условно исчисленный валовой агломерационный продукт (ВАП) (см. подробнее [6, с. 59–65]). Поскольку процедура расчета условно исчисленного ВАП представляет собой суммирование компонентов валового муниципального продукта (ВМП) по муниципальным образованиям, входящим в состав агломерации, то синергетический эффект можно вычислить как разность между условно исчисленным ВАП и суммой ВМП муниципалитетов агломерации:

$$CЭ = A \left(\frac{\sum_{i=1}^n K_M}{K_P} \right)^\alpha \left(\frac{\sum_{i=1}^n L_M}{L_P} \right)^\beta Q_{ВРП} - \sum_{i=1}^n A \left(\frac{K_M}{K_P} \right)^\alpha \left(\frac{L_M}{L_P} \right)^\beta Q_{ВРП},$$

где $CЭ$ – синергетический эффект городской агломерации; $Q_{ВРП}$ – валовой региональный продукт; α, β – степенные коэффициенты, зависящие от предельной производительности фактора; A – коэффициент пропорциональности промышленного выпуска и ВРП; K – основные фонды в стоимостном выражении; L – затраты труда; K_M^α, L_M^β – показатели муниципального образования; K_P^α, L_P^β – показатели региона; n – количество муниципальных образований в составе городской агломерации.

В табл. 1 и 2 представлены результаты расчетов, согласно которым скоординированное развитие муниципальных образований в рамках агломерации способно обеспечить синергетический эффект более чем в 357 млрд р. для ЕГА и свыше 35 млрд р. для ГЗА, что в среднем в два раза выше самостоятельного уровня развития муниципалитетов.



Цифрами на карте обозначены:

- 1 — Волчанский ГО, 2 — Серовский ГО, 3 — ГО Красноуральск, 4 — Верхнесалдинский ГО, 5 — ГО ЗАТО Свободный, 6 — ГО «Нижняя Салда», 7 — МО г. Алапаевск, 8 — МО г. Ирбит, 9 — Кировградский ГО, 10 — Невьянский ГО, 11 — ГО Староуткинск, 12 — ГО Верхний Тагил, 13 — ГО Верх-Нейвинский, 14 — Новоуральский ГО, 15 — ГО Верхняя Пышма, 16 — ГО Среднеуральск, 17 — Березовский ГО, 18 — Малышевский ГО, 19 — ГО Рефтинский, 20 — Асбестовский ГО, 21 — Бисертский ГО, 22 — ГО Дегтярск, 23 — МО «город Екатеринбург», 24 — ГО Верхнее Дуброво, 25 — ГО Заречный, 26 — Белоярский ГО, 27 — МО «посёлок Уральский», 28 — Арамильский ГО

■ ЕГА в пределах 0,5-часовой транспортной доступности

■ ЕГА в пределах часовой транспортной доступности

■ ЕГА в пределах 1,5-часовой транспортной доступности

■ ЕГА в пределах 2-часовой транспортной доступности

▨ ГЗА

Екатеринбургская и Горнозаводская городские агломерации

Таблица 1

Условно исчисленные ВМП и ВАП, млн р.

	2008	2009	2010	2011	2012	2013
<i>Екатеринбургская городская агломерация</i>						
Муниципальное образование «город Екатеринбург»	162 725,4	101 089,7	143 016,4	274 023,4	288 613,6	228 178,7
Березовский городской округ	6 017,7	4 343,7	1 113,0	2 155,6	3 149,7	1 189,6
Сысертский городской округ	894,4	430,8	626,0	1 719,1	2 298,9	1 737,5
Арамильский городской округ	368,3	72,8	117,9	264,7	841,3	884,1
Городской округ Верхняя Пышма	10 919,8	6 753,6	6 198,6	12 668,1	11 951,0	20 147,5
Городской округ Среднеуральск	1 453,5	12 103,1	14 919,7	15 989,0	3 189,6	2 814,2
Городской округ Первоуральск	30 770,8	22 052,8	6 850,4	15 709,2	10 376,1	5 275,0
Полевской городской округ	12 181,4	11 479,2	4 641,6	6 862,7	5 022,6	8 241,5
Городской округ Ревда	12 822,9	9 934,6	2 855,4	3 855,0	3 291,8	4 216,1
Городской округ Дегтярск	128,3	12,4	7,6	211,4	136,0	95,0
Городской округ Заречный	12 751,3	32 296,9	42 165,2	61 117,0	55 480,8	68 696,4
Белоярский городской округ	570,0	449,9	461,1	2 540,8	2 314,9	573,2
Городской округ Верхнее Дуброво	26,1	12,5	22,5	69,2	352,4	28,8
Суммарный условно исчисленный ВМП	251 630,0	201 031,9	222 995,5	397 185,1	387 018,8	342 077,3
Условно исчисленный ВАП	528 499,2	407 923,3	452 676,1	818 094,2	802 516,8	699 318,7
<i>Горнозаводская городская агломерация</i>						
Город Нижний Тагил	23 030,9	9 495,7	18 075,2	23 934,1	23 554,5	23 263,3
Городской округ Нижняя Салда	159,8	184,4	185,8	548,1	712,2	274,6
Верхнесалдинский городской округ	6 013,2	4 389,7	6 798,3	7 365,7	8 592,3	6 013,8
Невьянский городской округ	416,7	475,9	367,2	2 148,3	1 370,7	1 382,4
Горноуральский городской округ	805,9	260,7	178,5	417,0	515,6	487,8
Суммарный условно исчисленный ВМП	30 426,5	14 806,4	25 605,1	34 413,1	34 745,3	31 421,9
Условно исчисленный ВАП	64 133,7	31 053,1	53 749,2	72 727,8	73 314,5	66 457,8

Примечание. Составлено по: [11–14].

Таблица 2

Синергетический эффект ЕГА и ГЗА

	2008	2009	2010	2011	2012	2013
ЕГА, млн р.	276 869,2	206 891,3	229 680,5	420 909,1	415 498,0	357 241,4
Отношение условно исчисленного ВАП ЕГА к суммарному условно исчисленному ВМП	1,9	2,0	2,0	1,9	1,9	2,0
ГЗА, млн р.	33 707,2	16 246,7	28 144,2	38 314,6	38 569,2	35 035,9
Отношение условно исчисленного ВАП ГЗА к суммарному условно исчисленному ВМП	1,9	1,9	1,9	1,9	1,9	1,9

Примечание. Составлено по: [11–14].

Таким образом, предложенная методика оценки синергетического эффекта, базирующаяся на широкодоступной статистической информации, позволяет оценить вклад агломерационных процессов в региональное развитие, а также разработать грамотную стратегию управления, чтобы, нивелируя отрицательные последствия, максимально сосредоточиться на получении преимуществ. С учетом особой значимости развития городских агломераций для повышения конкурентоспособности и прогрессивного социально-экономического развития не только регионов, но и всей страны вопросы развития и функционирования агломерационных процессов должны получить должное внимание со стороны как науки, так и государства, что впоследствии обеспечит условия для создания более эффективных форм организации экономики и системы управления в Российской Федерации.

Библиографический список

1. Атоянц-Ларина В. Дораста до агломерации // Эксперт Казахстан. 2015. № 28.
2. Борисов В. Блеск и нищета агломераций // Губернский деловой журнал. 2013. № 4.
3. Волчкова И. В. Особенности социально-экономического развития городских агломераций в России. Томск : Изд-во Том. гос. архит.-строит. ун-та, 2013.
4. Доклад Министерства регионального развития Российской Федерации на XXXV Межправительственном совете по сотрудничеству строительной деятельности государственных субъектов СНГ. URL : <http://old.minregion.gov.ua/attachments/content-attachments/1932/.pdf>.
5. Ермак С. В одной землянке // Эксперт Урал. 2014. № 28.
6. Ижгузина Н. Р. Расчет условно исчисленного валового агломерационного продукта (на примере крупных агломераций Свердловской области) // Журнал экономической теории. 2015. № 2.
7. Корчагин Ю. Соединяй и властвуй // Российская Бизнес-газета. 2010. № 779.
8. Корчагин Ю. А. Человеческий капитал и инновационная экономика России. Воронеж : ЦИРЭ, 2012.
9. Нецадин А., Прилепин А. Городские агломерации как инструмент динамичного социально-экономического развития регионов России // Общество и экономика. 2010. № 12.

10. *Развитие* городских агломераций: аналитический обзор. Вып. 2. URL : http://enter.giprogor.ru/files/Development_of_urban_agglomerations_Vol2.pdf.

11. *Социально-экономическое* положение городских округов и муниципальных районов Свердловской области за 2008–2012 годы : стат. сб. / Свердлов. обл. комитет гос. статистики Госкомстата РФ. Екатеринбург, 2013. Ч. 1.

12. *Социально-экономическое* положение городских округов и муниципальных районов Свердловской области за 2008–2012 годы : стат. сб. / Свердлов. обл. комитет гос. статистики Госкомстата РФ. Екатеринбург, 2013. Ч. 2.

13. *Социально-экономическое* положение городских округов и муниципальных районов Свердловской области за 2009–2013 годы : стат. сб. / Свердлов. обл. комитет гос. статистики Госкомстата РФ. Екатеринбург, 2014. Ч. 1.

14. *Социально-экономическое* положение городских округов и муниципальных районов Свердловской области за 2009–2013 годы : стат. сб. / Свердлов. обл. комитет гос. статистики Госкомстата РФ. Екатеринбург, 2014. Ч. 2.

15. *Bradley M., Desai A., Kim E.* The Rationale Behind Interfirm Tender Offers: Information or Synergy? // *Journal of Financial Economics*. 1983. No. 2.

16. *Kotler P., Kotler M.* *Winning Global Markets: How Businesses Invest and Prosper in the World's High-Growth Cities.* John Wiley&Sons, Inc., 2014.

17. *Shadbolt P.* China looks to the wind for fresh water // *Green Futures magazine*. URL : <https://www.forumforthefuture.org/greenfutures/articles/china-looks-wind-fresh-water>.

Р. В. Когачигов

Уральский государственный экономический университет
(Екатеринбург)

Урал XXI в.: трансформация традиционной индустриальной модели в условиях «новой экономики»

Аннотация. В статье рассматривается концепция креативной экономики как модель адаптации традиционной индустриальной модели регионального развития к условиям «новой экономики» XXI в. На основе существующих методик проводится актуализация сравнительной оценки регионов Урала по степени креативного развития, рассматривается позиция уральских регионов по степени развитости креативной экономики в сравнении с другими регионами России.

Ключевые слова: конкурентоспособность региона; креативная экономика; креативная индустрия; рейтинг регионов; Урал.

В условиях сформировавшейся постиндустриальной структуры мировой экономики XXI в., реализующейся во многих странах программы «новой индустриализации» (в различном понимании этого термина) и набирающей обороты «третьей промышленной революции» региональным территориальным системам следует обратить особое внимание на необходимость трансформации традиционной индустриальной модели. Такая новая индустриальная модель включает, например, использование сетевого подхода, кибер-физических систем, смещение центра добавленной стоимости из производства в проектирование и дизайн, минимизацию стоимости тиражирования продукта, максимальную кастомизацию

продукта и т.п. Новая промышленность уже определяется не столько наличием производственных мощностей, сколько обеспеченностью такими нематериальными активами, как знания, идеи, технологии. В связи с этим в экономической теории и практике для описания меняющейся реальности все чаще применяют термин «креативная экономика».

Термин «креативная экономика» впервые появился в 2000 г. в статье «The Creative Economy» в журнале «Businessweek» [8]. Однако расширенное понимание концепции было дано в 2001 г. Джоном Хокинсом в книге «Креативная экономика: как превратить идеи в деньги» [5]. Ключевым понятием креативной экономики выступает «креативность», ее в общих чертах можно определить как способность генерировать идеи, реализующиеся в дальнейшем в различных художественных формах, новых способах решения поставленных задач и возникших проблем, создании новых продуктов и т.п. Таким образом, креативность – это не только творческое воспроизводство, связанное с искусством и культурой, но и научная (связанная с новыми подходами в решении научных проблем), и экономическая (связанная с внедрением инноваций) креативность [10].

Отраслевую основу креативной экономики составляют культурные и креативные индустрии, к которым традиционно относят кино, теле- и радиовещание, музыку, изобразительное и исполнительское искусство, выставочную деятельность, моду, издательское дело, рекламу, архитектуру, дизайн, разработку компьютерных программ и видеоигр и т.п. Вообще, стоит отметить, что культурные и креативные индустрии сами по себе обладают существенным экономическим потенциалом. В частности, совокупная выручка культурных и креативных индустрий в странах ЕС оценивается в 535,9 млрд евро, что составляет 4,2% от ВВП ЕС. Кроме того, занятость в культурных и креативных индустриях имеет достаточно высокую степень устойчивости, что особенно актуально в нестабильных экономических условиях. Например, в кризисные 2008–2012 гг. число новых рабочих мест в культурных и креативных индустриях в ЕС продолжало расти ежегодно на 0,7%, в то время как в остальных отраслях европейской экономики – снижалось на 0,7% [9]. В своих последних пятилетних планах Китай с его индустриальной структурой экономики выделял креативные индустрии в числе основных отраслей, способных генерировать значительную добавленную стоимость, поддерживать высокие темпы экономического роста страны, содействовать формированию бренда «Разработано в Китае» (Created in China) на замену ярлыку «Сделано в Китае» (Made in China) [1]. Также существенна роль культурных и креативных индустрий и в мировой торговле – в 2012 г. объем экспорта товаров этих отраслей составил 473,8 млрд дол. (2,6% мирового экспорта

всех товаров). Отметим также, что российский экспорт таких товаров за 2002–2012 гг. вырос с 818 млн дол. до 1 618 млн дол.¹.

Осознавая особую важность культурных и креативных индустрий в экономике XXI в., во многих странах были запущены исследовательские программы, направленные на изучение влияния культурных и креативных индустрий на региональную и муниципальную экономики [7]. Например, в 2002 г. в германском регионе Северный Рейн – Вестфалия была запущена программа 4th Culture Industries Report, в 2006 г. во Фламандском регионе Бельгии – Creatieve Industrie in Vlaanderen, в 2009 г. в канадской провинции Онтарио – Ontario in the Creative Age и т.д. [1].

Однако в креативной экономике важно даже не столько функционирование самих культурных и креативных индустрий, сколько их симбиоз с традиционными отраслями, создающий мультипликативный эффект во всей экономике. Среди примеров – проект Kaleidoscope в Финляндии – интеграция креативных индустрий и предприятий металлообрабатывающей отрасли, а также креативное сельское хозяйство в штате Мэн (США) или пасторальный и гастрономический туризм в объединенном муниципалитете Принс-Эдуард (провинция Онтарио, Канада) [1].

Очевидно, что одной из ключевых составляющих креативной экономики являются человеческие ресурсы с высокой степенью креативных навыков. При этом регион может как обладать ими изначально, так и создавать условия для их привлечения из других регионов. Дефицит таких человеческих ресурсов в регионе влечет проблемы для трансформации традиционной промышленной модели в условиях «новой экономики», которая в таком немодифицированном виде не может служить основой для долгосрочного устойчивого развития региональной экономики в XXI в.

Для оценки обеспеченности региона человеческими ресурсами с высокими креативными навыками, а также качества среды, способствующей притяжению их из других регионов, используются различные рейтинги регионов по уровню креативности. Эти рейтинги позволяют также косвенным образом оценить степень развитости креативной экономики в отдельных регионах. Один из первых алгоритмов подобного рейтинга описал Р. Флорида в работе «Креативный класс: люди, которые меняют будущее», оценив уровень креативного развития регионов Европы и США [4]. В России различные адаптации подхода Р. Флориды и оценку уровня конкурентоспособности российских регионов через призму их креативности провели в своих работах А. Н. Пилясов и О. В. Колесникова [3], И. Н. Шафранская [6], Ю. Г. Лаврикова и А. В. Суворова [2]. В частности, в данных методиках оценки учитываются, например, такие

¹ Global databank on world trade in creative products, 2012 // UNCTADStat. URL : <http://unctadstat.unctad.org>.

показатели, как доля затрат на исследования и разработки в ВРП, число выданных патентов, доля организаций, использовавших информационные и коммуникационные технологии, доля занятых в предпринимательстве, доля работников с высшим образованием в структуре занятых в экономике региона, количество иммигрантов из стран с высоким уровнем качества жизни и т.п. Также в настоящее время компании Calvert Forum и PwC Russia осуществляют разработку и планируют запуск в течение 2016 г. индекса креативного капитала (creative capital index) с целью анализа сектора креативных индустрий и креативной среды российских городов, оценки показателей социальной, научно-образовательной, культурной и иных сфер городской жизни, уровня инвестиционной привлекательности и развития малого и среднего бизнеса.

Опираясь на методику оценки Ю. Г. Лавриковой и А. В. Суворовой, актуализируем рейтинг уральских регионов по уровню креативности по состоянию на 2014 г. (см. таблицу).

Рейтинг регионов Урала¹ по уровню креативности, 2014 г.

Место в 2014 г.	Регион	Индекс творчества	Индекс компетенций	Индекс человеческого потенциала	Индекс человеческого капитала	Индекс инвестиций в науку	Индекс информатизации	Индекс открытости общества	Совокупный индекс возможности	Совокупный индекс условий	Совокупный индекс креативности в 2014 г.	Совокупный индекс креативности в 2010 г.
1	Свердловская область	0,936	1,000	0,608	0,337	1,000	0,784	1,000	0,720	0,928	0,824	0,681
2	Челябинская область	1,000	0,607	0,657	0,518	0,818	0,635	0,822	0,695	0,758	0,727	0,719
3	Пермский край	0,990	1,215	0,442	0,000	0,796	0,631	0,716	0,662	0,714	0,688	0,533
4	Тюменская область (без автономных округов)	0,756	0,825	1,020	0,325	0,544	0,852	0,470	0,731	0,532	0,632	0,566
5	Республика Башкортостан	0,853	0,396	0,539	0,139	0,395	0,632	0,762	0,482	0,598	0,540	0,527
6	Удмуртская Республика	0,628	0,200	0,627	0,102	0,149	0,498	0,430	0,390	0,359	0,374	0,343
7	ХМАО	0,000	0,231	0,287	0,771	0,055	1,000	0,212	0,322	0,422	0,372	0,295
8	ЯНАО	0,154	0,000	-0,001	1,000	0,000	1,045	0,000	0,288	0,348	0,318	0,290
9	Оренбургская область	0,194	0,040	0,536	0,169	0,047	0,380	0,372	0,234	0,266	0,250	0,239
10	Курганская область	0,569	0,109	0,436	0,205	0,096	0,000	0,201	0,330	0,099	0,214	0,249

Примечание. Составлено по: [2; 3].

¹ Рассматриваются субъекты, входящие в УрФО и Уральский экономический район.

Из рейтинга видно, что Свердловская и Челябинская области, являясь крупными промышленными центрами, лидируют по уровню креативного развития среди остальных уральских регионов, в то время как аутсайдерами рейтинга являются регионы с доминирующим первичным сектором в структуре экономики.

Наиболее актуальное сравнение уральских регионов с другими регионами России по степени креативности приводится в исследовании И. Н. Шафранской. В частности, в данной работе отмечается существенное отставание первых регионов от вторых по состоянию на 2010 г.: все уральские регионы проигрывают по уровню креативного развития таким субъектам РФ, как Томская, Новосибирская, Самарская, Омская, Ростовская, Нижегородская области и Республика Татарстан. При этом все уральские регионы попадают в категорию с развитой промышленной сферой, что в сочетании с низкой степенью креативности относительно других регионов подчеркивает их слабость в адаптации к условиям «новой экономики» [6]. Хотя, как подчеркивают Ю. Г. Лаврикова и А. В. Суворова, «креативность выступает необходимым (но не достаточным) условием инновационного и экономического развития [региона – авт.]» [2].

Усилению позиций Урала в описанных рейтингах будет способствовать улучшение экономических показателей, на основе которых рассчитываются индикаторы, входящие в итоговую оценку. Вместе с тем адаптации индустриального развития Урала к экономическим реалиям XXI в. будет содействовать разработка и реализация реальных проектов в сфере креативной экономики, например, рассматриваемый в настоящее время проект создания в Свердловской области Уральского центра креативной экономики.

Библиографический список

1. *Кодачигов Р. В., Мальцев А. А.* Креативные императивы современной глобальной экономики: возможности для сельского хозяйства // Агропродовольственная политика России. 2013. № 11. С. 13–19.
2. *Лаврикова Ю. Г., Суворова А. В.* Диагностика креативных процессов в экономике российских регионов // Креативная экономика. 2012. № 9. С. 9–14.
3. *Пилясов А. Н., Колесникова О. В.* Оценка творческого потенциала российских региональных сообществ // Вопросы экономики. 2008. № 9. С. 50–69.
4. *Флорида Р.* Креативный класс: люди, которые меняют будущее. М.: Манн, Иванов и Фербер, 2016.
5. *Хокинс Дж.* Креативная экономика. Как превратить идеи в деньги. М.: Классика-XXI, 2011.
6. *Шафранская И. Н.* Конкурентоспособность российских регионов через призму креативности, или Еще об одном рейтинге регионов // Конкурентоспособный регион: концепции и факторы : сб. ст. Пермь, 2012.
7. *Braun E., Lavanga M.* An international comparative quickscan into national policies for creative industries // European Institute for Comparative Urban Research, Rotterdam. URL : <http://goo.gl/Wrvtm0>.

8. Coy P. The Creative Economy // Business Week Online. 2000. URL : <http://goo.gl/cBs6UQ>.

9. *Creating Growth – Measuring Cultural and Creative Markets in the EU* // EY. 2014. URL : <http://goo.gl/Nwmv15>.

10. *The Economy of Culture in Europe* // KEA European Affairs. URL : <http://goo.gl/CLic9d>.

О. А. Козлова

*Нижевартовский государственный университет
(Нижевартовск)*

Маркетинговый подход к повышению конкурентоспособности региона в глобальной экономике

Аннотация. Актуальность темы обусловлена необходимостью пересмотра подходов к разработке стратегий развития регионов. В статье поднимаются проблемы эффективного использования материального и нематериального капиталов региона, рассматривается опыт использования концепции регионального маркетинга на примере сотрудничества в стратегических производственных секторах Юго-Восточной Европы.

Ключевые слова: территориальный маркетинг; конкурентоспособность региона; бенчмаркинг территорий.

На данный момент во многих регионах РФ обсуждаются концепции регионального развития до 2030 г. С учетом нестабильности, неопределенности и изменчивости среды проработка стратегии на такой долгосрочный период представляется весьма затруднительной и требует серьезных проработок, а также использования современных инструментов в их реализации.

Анализируя представленные стратегии по многим регионам, включая стратегии Ханты-Мансийского автономного округа¹, Свердловской области², можно отметить, что в них указывается необходимость обеспечения конкурентоспособности региона именно в глобальной экономике. Тем не менее в системе целеполагания и разработанных мероприятий, направленных на выполнение стратегии, на наш взгляд, слабо прослеживаются механизмы достижения таких целей.

Исходя из научной объективности, необходимо отметить, что вопросы маркетинга территорий уже достаточно хорошо изучены, но мы по-прежнему наблюдаем игнорирование этого подхода при разработке стратегий региона.

¹ *Стратегия* социально-экономического развития Ханты-Мансийского автономного округа – Югры до 2020 года и на период до 2030 года. URL : <http://www.ugra2030.admhmao.ru/strategy>.

² *О стратегии* социально-экономического развития Свердловской области на 2016–2030 годы : закон Свердловской области от 21 декабря 2015 г. № 151-03.

Невозможно не согласиться с Ю. В. Савельевым, который указывает на многогранность и сложность сегодняшней ситуации в управлении регионами. В своей монографии «Управление конкурентоспособностью региона» он указывает на противоречивость и двойственность процессов, происходящих в современной экономике, где в основе взаимоотношений между регионами и странами, с одной стороны, происходит соперничество за ресурсы и потенциальные рынки сбыта, а с другой – сотрудничество и партнерство в целях обеспечения конкурентоспособности в глобальном масштабе [3].

Акцент на межрегиональное и межотраслевое сотрудничество позволяет действительно достичь указанных целей регионов. Анализируя современную литературу и используя опыт, полученный во время прохождения стажировок в зарубежных странах, можно с уверенностью сказать, что выход на мировые рынки возможен на основе интеграции двух подходов: формирования системы ценностной цепочки нескольких отраслей и использования бенчмаркинга, а также развития территориального маркетинга с обеспечением продвижения брендов на глобальных рынках.

В рамках разработки региональной стратегии инструменты бенчмаркинга давно используются для поиска лучших практик программ территориального развития и создания банка данных успешного опыта и формирования на его основе собственных направлений территориального развития (бенчмаркинг выступает отправной точкой для стратегического планирования) [1].

Территориальный маркетинг можно определить как процесс, посредством которого локальные задачи максимально увязаны с требованиями целевых клиентов. Намерение состоит в максимизации эффективного социально-экономического функционирования рассматриваемого региона. Все предложенные маркетинговые мероприятия осуществляются в рамках процесса стратегического управления.

При этом реализация рассмотренных подходов позволяет органично применять различные виды капитала. Бенчмаркинг региона предполагает эффективное использование материального капитала, а в случае с территориальным маркетингом рассматривается возможность увеличения нематериальных активов [3].

Данные подходы хорошо проработаны многими учеными, имеются положительные результаты их использования. Яркими примерами формирования механизмов территориального маркетинга и бенчмаркинга на уровне межтерриториального развития можно назвать программу развития ЕС «Interreg IVC», в рамках которой происходит формирование базы данных лучших проектов малого и среднего предпринимательства, реа-

лизуемых одновременно на территориях нескольких стран¹, а также проект (Adriatic Danubian Clustering) ADC по поддержке сотрудничества в стратегических производственных секторах Юго-Восточной Европы [4].

Наиболее подробно хотелось бы остановиться на опыте ADC, который, на наш взгляд, наиболее полно отражает идею интеграции двух указанных ранее подходов. Изначально основной целью объединения ADC был выход за рамки существующих продуктовых специализаций среди других компаний и укрепление территориального маркетинга в глобальной экономике на основе повышения эффективности интеграции в более конкурентоспособные транснациональные цепочки.

В 2011 г. представители ADC разработали территориальную маркетинговую стратегию посредством аккумуляции региональных маркетинговых планов отдельных партнеров проекта, а также на основе результатов нескольких встреч проектных рабочих групп и отраслевых рабочих групп.

Чтобы увеличить потенциал региона в целом, рабочие группы решали вопросы интеграции с учетом тех различий, которые есть в регионах, и все же основной упор делался на конкуренцию в глобальной экономике. Исходя из этого, рассматривались несколько направлений: развитие человеческих ресурсов; состояния материально-технической базы и доступность в пределах территории; предпринимательская культура; степень исследования и возможности для передачи технологий (бенчмаркинг); эффективность местного самоуправления и формирование имиджа региона. Все эти условия выступают стратегическими для позиционирования региона в глобальной экономике.

Основными задачами маркетинговой деятельности межрегионального сотрудничества в ADC являются:

разработка и продвижение единых отраслевых брендов, что позволит значительно сэкономить маркетинговые бюджеты отдельных компаний и повысить узнаваемость на международном рынке;

продвижение кластера ADC среди потенциальных участников из данных стран;

формирование коммуникационных каналов внутри территории ADC, которые позволят использовать потенциал развития каждой страны-партнера, но прежде всего стимулирование взаимодействия между предприятиями стран-партнеров на принципах бенчмаркинга;

организация и проведение выставок, специальных мероприятий по продвижению продукции на глобальном уровне.

Рассматривая положительный опыт ADC, необходимо отметить, что эффективность межрегионального сотрудничества возможна только при

¹ Good Practices Database of SME programs. URL : <http://www.interreg4c.eu/good-practices>.

организации на территории единого центра управления создаваемыми цепочками добавления ценности.

Стоит заметить, что использование территориального маркетинга на уровне регионов будет зависеть и от имиджа страны в целом. Необходимо разработать единую комплексную стратегию позиционирования территории, основанную на традициях и предполагающую нововведения в области инновационной и промышленной политики. Вопросы формирования имиджа и репутации территории должны рассматриваться на государственном уровне применительно к стране, на уровне региональных властей – применительно к субъектам РФ и городам.

В данном случае требуется создание специального государственного (регионального) комитета, занимающегося маркетингом территории, формированием ее репутации при взаимодействии с предприятиями, выпускающими продукцию, и другими инициативными группами (отраслевыми союзами, общественными организациями и т.д.) [2]. А также необходимы формирование бенчмаркинг-центра и передача лучшего опыта на все предприятия.

Из инструмента традиционной конкуренции между компаниями территориальный маркетинг все больше превращается в способ коммуникации кластерных сетей в глобальном мире. При этом стоит подчеркнуть, что формулы для эффективного территориального маркетинга не существует. Можно только привести несколько важных особенностей маркетинга региона, которые могут рассматриваться как движущие силы:

динамичные и структурированные предпринимательские системы;

знания и НИОКР как новая стратегия управления регионом в условиях глобальной конкуренции;

повышение уровня интернационализации и конкурентоспособности на основе использования ценности нематериальных активов.

Последние тенденции в международной торговле сигнализируют о необходимости использования современных инструментов в разработке стратегий развития регионов и процессов интернационализации на основе органичных комбинаций разных подходов. Принимаемые усилия по выстраиванию взаимовыгодного сотрудничества отражают необходимость изменения мышления как предпринимателей, так и региональных властей. Чтобы обеспечить глобальную конкурентоспособность региона, необходимо забыть о внутренней отраслевой и региональной конкуренции. А использование современных рыночных технологий в области маркетинга региона позволит обеспечить новый взгляд на формирование стратегий развития регионов.

Библиографический список

1. Верлун Е. В. Инструментарий бенчмаркинга для разработки региональной стратегии // Высшая школа. 2015. № 12. С. 4–8.

2. Козлова О. А. Формирование рынка органических продуктов питания: роль государственного маркетинга // Проблемы теории и практики управления. 2010. № 11. С. 121–126.

3. Савельев Ю. В. Управление конкурентоспособностью региона: от теории к практике. Петрозаводск : Изд-во Карельского науч. центра РАН, 2010.

4. The ADC Territorial Marketing Strategy. URL : <http://www.southeast-europe.net/hu>.

Е. А. Кузьмин

*Уральский государственный экономический университет
(Екатеринбург)*

Институциональные условия и динамические способности организаций¹

Аннотация. Рассматриваются институциональные условия организаций, где важной составляющей является полнота протокола должного поведения хозяйствующих субъектов. В результате критического обзора научной литературы автором выдвигаются ряд гипотез, которые уточняют степень влияния корпоративного окружения и роли институционального регулирования на выработку динамических способностей организаций. В работе также обобщаются теоретические положения о жизненном цикле предприятия, позволившие типологизировать циклы на генеральный и индивидуальный (частный).

Ключевые слова: жизненный цикл; институциональные условия; корпоративная демография; динамические способности организаций.

Актуализирующаяся проблема проектирования будущего развития устремлена в сторону обеспечения экономической устойчивости, создания такой институциональной среды, которая была бы в силах сформировать у субъектов достаточные самоорганизационные способности. Именно от таких способностей зависит длительность предпринимательской и общеделовой активности, и в конечном счете это становится залогом экономического роста, избегающего напора неизвестности и непредсказуемости. Понимание, восприятие и верная интерпретация факторов, обуславливающих выживаемость предприятий и организаций, не могут обойтись только теоретической проработкой вопроса. Его эмпирическое подкрепление необходимо для научного обоснования методологических положений.

Жизнеспособность экономических агентов, как известно, зависит от множества внешних и внутренних факторов. Если предикты внутренней природы очевидны и сводятся к характеру и стилю управления, стратегии, логике рационального использования ресурсов и т.п., то причины внешней среды подчас предстают в виде некоего обобщенного воздействия. Обычно подобные условия обозначают как благоприятные или, напротив, – рисковые, неопределенные. В условиях, когда конкурентные

¹ Исследование выполнено при поддержке Российского гуманитарного научного фонда (РГНФ), проект № 16-02-18009.

позиции изначально несопоставимы, а степень развитости внешней среды является низкой, единственным эффективным решением такой ситуации может быть осуществление комплексных инвестиционных программ развития территорий. Улучшение не только инфраструктурной обеспеченности, но и «расширение» институциональной среды, сопровождающее подобные проекты, приблизит траекторию развития экономических агентов к оптимальной линии их эффективного существования. Естественно, условия внешнего окружения претерпевают изменения, указывая на необходимость изучения закономерностей смены деструктивных периодов, при которых состояние внешней среды проецируется на внутренние процессы и, наоборот. И количество, и качество «воздействия рисков меняется в течение жизненного цикла управления проектом» [6]. Это взаимно обуславливающая реакция связывается с деловыми или жизненными циклами.

Жизненный цикл не является «вещью в себе» или некоторой констатацией случившихся событий, он способен указать на способы реагирования, чтобы фактическая траектория развития приблизилась к траектории идеальной. Для этого необходимо уточнить содержание моделей жизненного цикла.

Существует распространенное убеждение, что концепция жизненного цикла для экономических субъектов получила целостное обрамление только с начала второй половины XX в., когда появились первые модели, описывающие смену стадий развития организаций. Об этом свидетельствует исследование Г. В. Широковой, Т. Н. Клеминой и Т. П. Козыревой [3], которые утверждают, что «в целом концепция жизненного цикла возникла в конце XIX в. как комплекс идей, включающих в себя идеи наследственности и развития на уровне индивидуумов и организаций». Однако изыскания автора привели к иному выводу. В энциклопедическом словаре 1803 г. под редакцией И. Е. Андреевского, Ф. Ф. Петрушевского, В. Т. Шевякова и К. К. Арсеньева приводится одно из первых отечественных упоминаний о «сроках начала хозяйствования» применительно к аграрному делу, которые обуславливаются местными условиями. Но особое внимание заслуживает энциклопедическая статья J. H. Ваггов [8], которая датирована 1839 г. В ней связывается неопределенность и жизненный цикл в последствиях для «постоянных изменений стоимости ... имущества ... в состоянии неопределенности и непрекращающегося беспокойства». Главное, к чему приходит J. H. Ваггов, – это то, что «свойство всякого рода обесцениваться», а «после успеха и разорения, когда оно завершено, процветание вновь возвращается». Основой вывод, на который указывает J. H. Ваггов, заключается в том, что «процветание и невзгоды, и их промежуточные состояния, двигаются в бесконечном цикле». Думается, что именно эти слова являются первыми упо-

минаниями о деловых циклах в экономике, о последовательности различных состояний и их сменяемости. Лишь по прошествии более 125 лет появилась одна из первых моделей жизненного цикла.

К числу первых современных исследований синектического описания концепции жизненного цикла можно отнести работу M. Haire [15], в которой предпринималась попытка объяснить организационное построение через модели биологического поведения. В дальнейшем это исследование было поддержано другими учеными. Начало активного развития идей моделирования организационных изменений связывается с моделью жизненного цикла фирмы, предложенной A. D. Chandler [9]. В работе аргументировано доказывалась гипотеза об изменениях в организационной структуре, возникающих вследствие изменений в стратегии роста компании при использовании внешних возможностей.

Обобщая представления, можно с уверенностью утверждать, что именно работа A. D. Chandler заложила основы последующих исследований жизненных циклов в теории организации. Так, D. B. Balkin и L. R. Gomez-Mejia [7] акцентируют внимание на человеческих или кадровых ресурсах в компании; I. Filatotchev, S. Toms и M. Wright [12] фокусируются в своем исследовании на управленческих системах, что дополняется изучением заинтересованных сторон в деятельности предприятий и организаций (стейкхолдеров) в работе I. M. Jawahar и G. L. McLaughlin [20]. В исследовании M. Huse и A. Zattoni [19] эмпирическим путем было доказано предположение, что «плата за поведение» – стоимость изменений – меняется со стадиями жизненного цикла и зависит от «доверительных отношений» между субъектами внутреннего и внешнего окружения.

При всей многообразности исследований моделей жизненного цикла отсутствует единый подход относительно количества стадий и определения момента их сменяемости. Совершенно естественно, что причиной этого является различие в объектах изучения, которые подчас уникальны и обладают рядом специфических черт. Так, в качестве примера можно привести модели жизненного цикла, применяемые для отрасли (L. W. Porter [24]), продукта производства (T. Levitt [22]), организации или экономического агента (Y. Gupta и D. Chin [14]), персонала (T. P. Ference, J. A. E. Stoner, E. K. Warren [11]), популяции организаций (M. T. Hannan, J. H. Freeman [16]), информации и знаний (V. Sugumaran, M. Tanniru [26]), динамических способностей (C. E. Helfat, M. A. Peteraf [18]) и многих других. Однако даже для моделей, рассматривающих один объект исследования, выявить сходные послы к обоснованию количества стадий, а тем более признаков каждой из них не представляется возможным. Чаще всего в преобладающем большинстве работ указывается на некоторые качественные или количественные индикаторы стадий. Обычно выделяются четыре фазы развития от становления и роста до зрелости и упадка. Мо-

дели, где предлагается использование другого количества стадий, либо сильно детализируют жизненный цикл, выдвигая более четырех стадий (как, например, D. L. Lester, J. A. Parnell, A. Carraher [21] – пять этапов развития; E. G. Flamholtz [13] – семь; W. R. Torbert [27] – восемь; I. Adizes [4; 5] – десять), либо, напротив, укрупняют до явных этапов эволюции организаций.

Но проблема заключается в том, что в ряде случаев сигнализирование одних индикаторов еще не означает, что экономический агент перешел от одной фазы своего развития к другой. Показатели имеют выраженную способность к колебаниям, а дискретность значений свойственна лишь некоторым параметрам. В результате границы стадий становятся размытыми. Как следствие, закрепление положения происходит постфактум, когда на это указывает система ключевых индикаторов.

Вместе с тем характерные особенности стадий или фаз цикла сказываются на подходах к управлению. Доминирующая до определенного момента «жесткая» модель менеджмента исчерпала свой потенциал и более не является адекватной формой следования оптимальной стратегии и траектории развития. Адаптация организационно-экономических систем в условиях, когда неопределенность только усиливается, приводит к возникновению «мягких» моделей управления, в которых жизненный цикл выступает в качестве эталонной структурообразующей конструкции. Подтверждение этому можно найти в исследовании A. Molina, J. M. Sánchez и A. Kusiak [23], которые справедливо указывают, что в настоящее время «большая срочность в проектировании [организаций – авт.] для окружающей среды... [приводит – авт.] к необходимости всесторонней и надежной оценки жизненного цикла».

Однако сложность отслеживания экономической ситуации в отсутствие необходимых для этого эмпирических данных не позволяет сколько-нибудь достоверно определить такие условия, оценить способности хозяйствующих субъектов к выживанию в суровых условиях неопределенности и риска. В этом заключается большой эвристический потенциал исследования корпоративной демографии, ряд вопросов в данном направлении рассматривались в трудах С. Г. Важенина и С. А. Пузанова [1], В. В. Кобылиной [2] и др. Сопряженной проблемой выступает также и то, что процесс создания новых организаций и предприятий является стихийным, стохастическим, лишенным, как кажется, программных установок проявления. В то же время задачи поддержания устойчивости развития национальной и региональной экономики на макро- и мезоуровнях идут в разрез данному обстоятельству. Устойчивость, стабильность и отчасти безопасность экономического развития определяются теми способностями организаций, которые они вырабатывают по ходу своей деятельности, в том числе способностью к самоорганизации.

Обозначению научной проблемы, ее теоретической и прикладной значимости предшествовала выработка теоретических гипотез. К числу выдвигаемых гипотез можно отнести следующие положения:

1) условия внешней среды организации, являясь изначально благоприятными, фокусируют внимание на процессе использования данных возможностей роста, нежели на создании внутренних механизмов адаптации к условиям среды, которые не постоянны в своей динамике. В результате экономические субъекты в моменты ухудшения уровня благоприятствования (возникновения кризиса, повышения насыщенности неопределенности и рисков, повышенной чувствительности к ним) испытывают болезнь роста или развития, поскольку не имеют в первую очередь опыта работы в таких условиях, не имеют навыков принятия управленческих решений при воздействии значимой неопределенности. Именно такие организации, как представляется, имеют наименьший период жизни и характеризуются низкой степенью выживаемости. Обратная ситуация должна складываться, когда момент зарождения предприятия совпадает с периодом развития кризисных явлений в экономике. В них уже в самом начале создается механизм адаптации. Немалую роль в этом вопросе играет эффект памяти, вырабатывающий алгоритм верного поведения при повторении ситуации. Все это требует эмпирической проверки;

2) декларируемая во многих научных публикациях (А. Damodaran [10], А. М. Spence [25] и др.) зависимость динамики финансовых показателей и жизненного цикла наталкивается на вопрос относительно того, какой цикл в действительности они описывают. Думается, что генеральный жизненный цикл не может и не должен быть интерпретирован через критерий или совокупность критериев, которые затрагивают только одну сторону жизни, будь то дивидендная политика, продажи или иное.

Проведенный обзор теоретико-методологических положений о жизненных циклах приводит к переосмыслению автогенеза существования экономических агентов. С учетом того, что принципом рациональности создания предприятий является минимизация затрат трансформационной функции по сравнению с внешним окружением (при прочих равных условиях), фактическая траектория движения реализует данный принцип только в долгосрочном периоде. А краткосрочные изменения приводят к нарушению принципа рациональности существования экономического агента и поиску решения научной задачи маневрирования между неопределенностью и рисками внешней среды в механизме адаптации;

3) принято считать, что развитость институциональной среды экономики способствует увеличению продолжительности жизни предприятий и организаций, что отчасти верно. Но в силу первой гипотезы в условиях менее развитой институциональной среды внутренние возможности и способности к самоорганизации должны быть выше, чем

в иных обстоятельствах. Тогда и выживаемость экономических субъектов должна быть выше. Это предположение обозначает противопоставление гарантированности соблюдения правил и норм должного поведения адаптации в те моменты, когда эти правила отсутствуют.

Современное течение экономической жизни с возрастающей силой проявления неопределенности и рисков придает демографии предприятий роль одного из важнейших маркеров социально-экономического развития. В последние годы статистические службы развитых стран активизировали исследование данного направления, однако набор сведений крайне ограничен. В настоящее время в России к основным индикаторам демографии предприятий относятся их количество (созданных и ликвидированных за календарный период). Эта информация является важной характеристикой предпринимательской активности. Но вместе с тем она не позволяет говорить о «качественной» стороне проблемы.

Библиографический список

1. *Важенин С. Г., Пузанов С. А.* Демография организаций и экономический рост. Екатеринбург : Ин-т экономики УрО РАН, 2004.
2. *Кобылина В. В.* Демография предприятий. Характеристика и основные показатели: прогнозы // Вопросы статистики. 1999. № 9. С. 65–74.
3. *Широкова Г. В., Клемина Т. Н., Козырева Т. П.* Концепция жизненного цикла в современных организационных и управленческих исследованиях // Вестник Санкт-Петербургского университета. Сер. 8. 2007. Вып. 2. С. 3–31.
4. *Adizes I.* Corporate Lifecycles: How and Why Corporations Grow and Die and What To Do About It. NJ : Prentice-Hall, Englewood Cliffs, 1989.
5. *Adizes I.* Organizational passages – diagnosing and treating lifecycle problems of organizations // Organizational Dynamics. 1979. No. 8. P. 3–25.
6. *Atef M. A-Moneim* Risk Assessment and Risk Management // Pathways to Higher Education. Cairo, 2005.
7. *Balkin D. B., Gomez-Mejia L. R.* Toward a contingency theory of compensation strategy // Strategic Management Journal. 1987. No. 8. P. 169–183.
8. *Barrow J. H.* The Mirror of Parliament. Vol. 5. Longman, Brown, Green & Longmans., 1839. P. 3559–4400.
9. *Chandler A. D.* Strategy and Structure: chapters in the history of the industrial enterprise. Cambridge : MIT Press, 1962.
10. *Damodaran A.* Applied Corporate Finance. John Wiley & Sons, 2010.
11. *Ference T. P., Stoner J. A. E., Warren E. K.* Managing the Career Plateau // Academy of Management Review. 1977. Vol. 2. No. 4. P. 602–612.
12. *Filatovchev I., Toms S., Wright M.* The firm's strategic dynamics and corporate governance life-cycle // International Journal of Managerial Finance. 2006. No. 2.
13. *Flamholtz E. G.* Managing the Transition From an Entrepreneurship To a Professionally Managed Firm. San Francisco, CA : Jossey-Bass, 1986.
14. *Gupta Y., Chin D.* Strategy Making and Environment: an Organizational Life Cycle Perspective // Technovation. 1993. Vol. 13. No. 1. P. 27–44.
15. *Haire M.* Biological Models and Empirical History of the Growth of Organizations // Modern Organization Theory / ed. by M. Haire. N. Y. : John Wiley and Sons, 1959. P. 272–306.
16. *Hannan M. T., Freeman J. H.* The Population Ecology of Organizations // American Journal of Sociology. 1977. Vol. 82. No. 5. P. 929–964.

17. *Hannan M. T., Freeman J. H.* Internal Politics of Growth and Decline // *Environments and Organizations* / eds. M. W. Meyer & Associates. San Francisco : Jossey-Bass, 1978. P. 177–199.
18. *Helfat C. E., Peteraf M. A.* The Dynamic Resource-Based View: Capability Lifecycles // *Strategic Management Journal*. 2003. Vol. 24. No. 10. P. 997–1010.
19. *Huse M., Zattoni A.* Trust, Firm Life Cycle and Actual Board behaviour. Evidence from ‘One of the Lads’ in the Board of Three Small Firms // *International Studies of Management & Organization*. 2008. No. 38. P. 71–98.
20. *Jawahar I. M., McLaughlin G. L.* Toward a Descriptive Stakeholder Theory: an Organizational Life Cycle Approach // *Academy of Management Review*. 2001. No. 26. P. 397–414.
21. *Lester D. L., Parnell J. A., Carraher A.* Organizational life cycle: a five-stage empirical scale // *International Journal of Organizational Analysis*. 2003. No. 11. P. 339–354.
22. *Levitt T.* Exploit the Product Life Cycle // *Harvard Business Review*. 1965. Vol. 43. No. 6. P. 81–94.
23. *Molina A., Sánchez J.M., Kusiak A.* Handbook of Life Cycle Engineering: Concepts, Models and Technologies. Springer, 1999.
24. *Porter L. W.* Organizational Influence Processes. Glenview, IL : Scott, Foresman, 1983.
25. *Spence A. M.* Investment Strategy and Growth in a New Market // *Bell Journal of Economics*. 1979. No. 8. P. 534–544.
26. *Sugumaran V., Tanniru M.* Life Cycle Based Approach for Knowledge Management: a Knowledge Organization Case Study // Conference of Advanced Information Systems Engineering / eds. A. Banks Pidduck et al. Berlin, Heidelberg : Springer-Verlag, 2002. P. 766–769.
27. *Torbert W.R.* Pre-bureaucratic and Post-bureaucratic stages of organization development // *Interpersonal Development*. 1974. No. 5. P. 1–25.

Е. А. Ляшенко

*Уральский государственный экономический университет
(Екатеринбург)*

О проблемах финансирования технопарковых структур как институтов инновационного развития региона

Аннотация. В статье дается понятие технопарковых структур, структурируется их деятельность в виде процессов и взаимодействий. Актуальность исследования связана с имеющимися проблемами в сфере финансирования инновационной деятельности, что отражается на эффективности функционирования технопарковых структур. Выделяются две основные проблемы, которые препятствуют развитию инноваций в нашей стране. Первая проблема – недостаток государственной финансовой поддержки; вторая – существование коррупции при распределении денежных средств на инновационные проекты. На основе статистического анализа отмечены особенности финансирования инновационных процессов за рубежом и в России. Описаны существующие формы и источники финансирования инновационной деятельности.

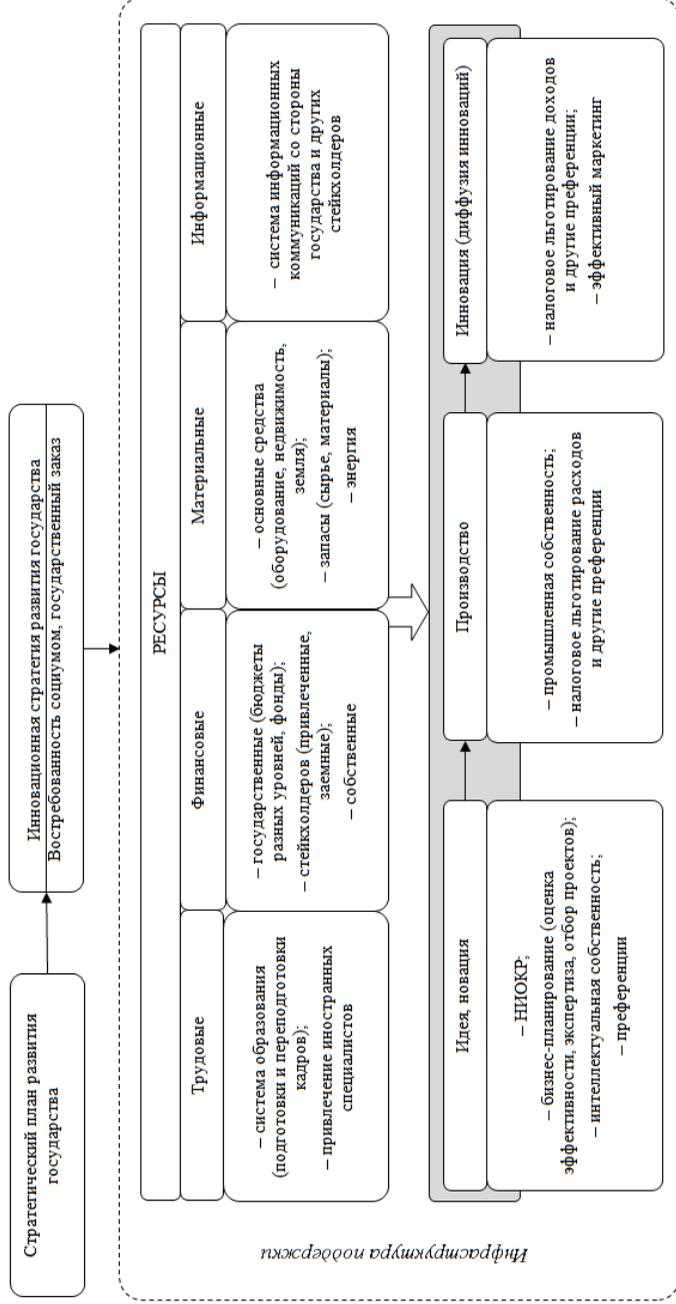
Ключевые слова: технопарковая структура; инновация; финансирование; государственная поддержка; частный капитал.

Согласно опубликованному в 2015 г. рейтингу инновационного развития, составляемому Институтом статистических исследований и экономики знаний Национального исследовательского университета «Выс-

шая школа экономики», Свердловская область входит по итогам кластерного анализа во II группу регионов и находится на 6-м месте по состоянию на 2013 г., тогда как в 2012 г. с более низким значением показателей была на 12-м месте. В основе названного рейтинга лежит Российский региональный инновационный индекс (РРИИ), который объединяет систему из 37 количественных и качественных показателей, характеризующих инновационное развитие регионов и объединенных в четыре тематические группы: 1) социально-экономические условия инновационной деятельности; 2) инновационная деятельность; 3) качество инновационной политики; 4) научно-технический потенциал. Свердловская область характеризуется как регион с равномерным развитием по всем четырем блокам. Данный регион является крупной экономически развитой территорией Российской Федерации, будучи одним из самых перспективных субъектов нашего государства по уровню деловой, культурной и общественной активности [7].

Инновационное развитие регионов и в целом страны является механизмом повышения конкурентоспособности экономики и ускорения экономической динамики, что повлечет за собой рост ВВП и ВРП, улучшение качества жизни населения и т.п. Основой этого механизма должна стать эффективная коммерциализация инноваций посредством создания и развития инновационной инфраструктуры, ключевым элементом которой выступают технопарковые структуры. Они функционируют, в авторском понимании, как институты создания и коммерциализации инноваций, представляющие собой совокупность норм и правил целенаправленного управления внутренними институтами ресурсного обеспечения технопарковой деятельности под влиянием внешних институтов с целью создания, развития, коммерциализации и диффузии инноваций [6]. На рисунке представлена принципиальная схема технопарковых процессов, которые сопровождаются значительными затратами трудовых, финансовых, материальных, информационных ресурсов. Кроме того, любой инновационный процесс сопряжен с высокими рисками. По этой причине очень важна роль государства и его финансовых инструментов поддержки и стимулирования активной технопарковой деятельности.

В настоящее время на территории Свердловской области согласно реестру Министерства промышленности и науки СО функционирует 14 технопарков, расположенных преимущественно в Екатеринбурге (75%), остальные в городах Нижний Тагил, Каменск-Уральский, Новоуральск и Заречный. Такая концентрация именно в Екатеринбурге как областном центре связана с развитостью производственной, транспортной, финансовой инфраструктуры. Отраслевая специализация технопарков преимущественно промышленная, которая включает черную, цветную металлургию, машиностроение, горную добычу.



Принципиальная схема технопарковых процессов и взаимодействий

По данным Минпромнауки СО, финансирование технопарков осуществляется из федерального, регионального, местного бюджетов, Фонда содействия развитию малых форм предприятий в научно-технической сфере (Фонд Бортника), государственных заказов, а также за счет частного капитала и иных источников (собственной прибыли, займов, кредитов). Деятельность управляющих компаний технопарков финансируется в основном за счет частного капитала и иных источников, резидентов – за счет выполнения госзаказа. Доля субсидирования из бюджетов государства и субъектов РФ в среднем составляет менее 5%. Таким образом, система финансирования технопарковой деятельности складывается из государственных и частных источников средств.

Государственное финансирование осуществляется за счет бюджетов федеральных целевых программ, надотраслевых бюджетов (Банк развития ВЭБ, Ростехнологии, РАН), бюджетов институтов развития (Российская венчурная компания, Роснано), фондов (РФФИ, Фонд Бортника и др.); на уровне регионов – бюджетов региональных фондов и программ; на местном уровне – бюджетов муниципальных фондов и программ. На стадии становления инновационных компаний особенно важна поддержка государства во всех формах, которое может осуществлять прямое и косвенное финансирование через предоставление различных льгот (налоговых, таможенных).

К частному капиталу относятся средства из бюджетов коммерческих банков, бизнес-ангелов, посевных фондов, фондов прямого инвестирования, фондового рынка, бюджетов корпораций, предприятий, благотворительных бюджетов, иностранных фондов [5].

Большая значимость частного капитала в финансировании инноваций подтверждается исследованиями на основе сопоставления данных Росстата и OECD Main Science and Technology Indicators. Мировая практика показала, что именно бизнес-структурам принадлежит ключевая роль в коммерциализации инноваций. Доля затрат корпораций на исследования и разработки в общенациональных затратах на НИР превышает 65%, а в среднем по странам Организации экономического сотрудничества и развития (ОЭСР) приближается к 70%. Большинство зарубежных компаний являются основой или частью технопарковых структур и занимаются не только прикладными исследованиями, но и фундаментальными. Например, в США частные инвестиции составляют более 25% общего объема затрат на фундаментальные исследования. В Японии затраты корпоративного сектора достигают почти 38% совокупных расходов на фундаментальные исследования, а в Южной Корее – порядка 45%. В России наблюдается совсем противоположная картина: финансирование исследований и разработок из корпоративного сектора составляет чуть более 20% общего объема капиталовложений в НИОКР. Крупный россий-

ский бизнес значительно уступает зарубежным корпорациям как по абсолютным, так и по относительным расходам на НИОКР [3].

Несмотря на многообразие источников финансирования технопарковой деятельности, существуют, по мнению автора, две ключевые проблемы в этой сфере.

Первая проблема является институциональной, заключается в недостатке или отсутствии финансовой поддержки. Согласно рейтингу факторов, препятствующих развитию инновационной деятельности, на 1-м и 2-м месте из 13 по значимости и распространенности стоят соответственно недостаток собственных средств и недостаток финансовой поддержки со стороны государства. Данные проблемы характерны в первую очередь для добывающих и обрабатывающих производств, которые являются основными экономическими видами деятельности в Свердловской области.

Анализ статистики по структуре затрат на исследования и разработки по источникам финансирования выявил, что в развивающихся странах наблюдается наибольший удельный вес государственных средств, направляемых на инновационную деятельность, чем в развитых, где преобладает доля средств из предпринимательского сектора. Так, в России по состоянию на 2010 г. 70,3% средств являются государственными, в Японии – 17,2%, в США – 31,30%, Швеции – 27,5%. Несмотря на значительную долю государственных источников финансирования инновационной, в том числе технопарковой, деятельности, в абсолютном выражении их размер крайне мал. Это подтверждается данными по объемам бюджетных ассигнований на НИОКР по странам. Например, в Германии государством выделено 20 838 млн дол., в США – 141 890 млн дол., в Японии – 29 185 млн дол., в России – 4 784 млн дол. [4].

Вторую проблему можно отнести к социальной, которая проявляется в неотъемлемом от современного российского общества явлении – коррупции. Этот термин обозначает использование должностным лицом своих властных полномочий и доверенных ему прав, а также связанных с этим официальным статусом авторитета, возможностей, связей в целях личной выгоды, противоречащее законодательству и моральным установкам [1].

Коррупция оказывает дестимулирующее влияние на предпринимательскую деятельность, которая является неотъемлемым элементом коммерциализации инновации, в процессе чего предприниматели вынуждены нести дополнительные расходы, связанные с необходимостью получения различных санкций, разрешений, лицензий и т.д. Кроме того, осуществление инноваций требует долгосрочных инвестиций, а при слабой спецификации и защите прав собственности, которая присуща коррумпированной системе, такие инвестиции теряют свою привлекательность.

Отличительной чертой практически всех инновационных проектов выступает высокий уровень риска: инноватор может либо потерпеть фиаско, либо получить очень большую отдачу от своего проекта. Так как большинство индивидов не склонны к риску, фактически только значительная величина этой возможной отдачи заставляет их затрачивать средства и усилия на осуществление инновационного проекта. Однако в коррумпированной системе инноватор может стать объектом ex post вымогательства со стороны коррумпированных властных структур. Иными словами, в случае успешной реализации проекта предприниматель будет вынужден делить свою прибыль непонятно с кем: ожидаемая отдача от проекта для предпринимателя сокращается, и высокий риск заставляет его воздержаться от инновации [2].

Названные проблемы требуют системного решения на уровне государства путем развития и закрепления правовых институтов, а также совершенствования всей институциональной среды, включающей помимо правовых политические, экономические и социальные условия для экономической деятельности в нашей стране и регионах.

Библиографический список

1. *Википедия*. URL : <https://ru.wikipedia.org/wiki/Коррупция>.
2. *Влияние коррупции на экономический рост*. URL : http://www.econ.msu.ru/cmt2/lib/c/520/file/Impact_of_corruption_on%20economic_growth.doc.
3. *Инновации: исследование* РА «Эксперт». URL : <http://raexpert.ru/researches/expert-inno/part1>.
4. *Ишина И. В.* О проблемах финансирования инноваций в России // Новое слово в науке и практике: гипотезы и апробация результатов исследований. 2014. № 13.
5. *Карта* финансирования национальной инновационной сети // Федеральный интернет-портал «Нанотехнологии и наноматериалы». URL : http://www.portalnano.ru/read/sci/analit/finance_nin.
6. *Ляшенко Е. А.* Методологические подходы к понятию «технопарковая структура» // Управленец. 2013. № 5.
7. *Рейтинг* инновационного развития субъектов Российской Федерации / под ред. Л. М. Гохберга. М. : НИУ ВШЭ, 2015. Вып. 3.

А. А. Макаров, Т. И. Арбенина

*Уральский государственный экономический университет
(Екатеринбург)*

Маркетинговая специфика формирования инновационного потенциала организации высшего образования Свердловской области

Аннотация. Маркетинговая деятельность в организациях высшего профессионального образования направлена на формирование их инновационного потенциала, что помогает вузам увеличить свою конкурентоспособность и создать привлекательный имидж на рынке образовательных услуг. В статье рассматри-

ваются элементы инновационного потенциала, направления маркетинговой деятельности в вузах и их взаимосвязь. Целью исследования является разработка схемы взаимосвязи инновационного потенциала и маркетинговой деятельности, а также поиск направлений этой деятельности.

Ключевые слова: инновационный потенциал; маркетинговые процессы; маркетинговые коммуникации; сервис.

Турбулентность и глобализация экономики оказали существенное влияние на сферу российского высшего образования в Свердловской области. Требования государства и работодателей к содержанию и уровню качества подготовки выпускников, жесткая внутренняя и внешняя конкуренция заставляют уделять все большее внимания адаптации вуза к динамичным рыночным условиям хозяйствования, повышению его конкурентоспособности, улучшению имиджа и, следовательно, формированию гибких моделей формирования инновационного потенциала организации высшего образования.

Инновационный потенциал высшего учебного заведения рассматривается как совокупность взаимосвязанных ресурсов, необходимых для реализации внутренних инновационных процессов (образовательного, научно-исследовательского и управленческого). Ресурсные компоненты инновационного потенциала характеризуют виды ресурсов, используемых для осуществления инновационной деятельности вуза (кадровые, интеллектуальные, материально-технические, финансовые, инфраструктурные, имиджевые). Функциональные компоненты (потенциал инновационного образовательного процесса, потенциал научно-исследовательского процесса, потенциал инновационного управленческого процесса) характеризуют направления использования инновационных ресурсов по внутренним процессам [1].

Инновационный потенциал вуза, отражающий ресурсную и результативную составляющие деятельности высшего учебного заведения, является основой успешного сотрудничества с предприятиями реального и финансового секторов экономики, а также эффективного участия в государственных и международных грантах [3].

Проблема создания и реализации инновационного потенциала вуза в Уральском регионе в значительной степени зависит от глубокого понимания возможностей и особенностей использования технологий и инструментов маркетинга образовательных услуг.

У высшего образования есть две главные особенности, которые влияют на маркетинговые идеи, которые могут применяться к нему. Прежде всего высшее образование в большинстве стран является некоммерческим сектором, поэтому маркетинговые концепции применительно к высшему образованию не функционируют, так как в бизнес-секторе основной целью является получение прибыли. В Свердловской области на 2015 г. работает порядка 33 головных вузов, 19 из которых – неком-

мерческие и 14 – коммерческие. Другими словами, почти половина вузов функционируют на платной основе.

Кроме того, высшее образование является сервисом, поэтому все особенности маркетинга услуг относятся и к высшему образованию.

Теории маркетинга, а также его концепции, наиболее эффективные в бизнесе, в настоящее время постепенно применяются во многих университетах с целью улучшения конкурентных преимуществ.

Маркетинг в образовательных услугах сейчас является нововведением в Уральском регионе, по сути инновацией, которую вузы практически не применяют. Это связано с тем, что вузы до конца не осознали, что им, как и коммерческому предприятию, необходимо разрабатывать маркетинговую концепцию с целью повышения конкурентоспособности на рынке услуг. Как и любая другая социально-организационная инновация, маркетинг вызовет существенные изменения в модели управления вузом. Эти изменения могут нарушить сложившуюся статичную структуру менеджмента, но придадут ей более гибкий рыночный характер [2].

Маркетинговая специфика университетов является предметом исследования многих авторов. Хаммонд, Хармон и Вэбстер фокусируются на стратегическом маркетинге, связанном с производительностью университетов, делают акцент на маркетинговом планировании. Хемсли-Браун и Оплата заинтересованы маркетингом университетов в более широком смысле и систематически анализируют различные точки зрения на подобные вопросы. Хэз рассматривает будущее маркетинга университета. Он подчеркивает важность интеграции стратегического планирования, маркетинга и более детальной проработки маркетинговых коммуникаций и формирования успешного бренда университета.

Ф. Котлер считает, что существует пять основных подходов, на основе которых организации ведут свою маркетинговую деятельность: концепция совершенствования производства, концепция совершенствования товара, концепция интенсификации коммерческих усилий, концепция маркетинга и концепция социально-этичного маркетинга. Среди них два последних подхода представляют для нас интерес, так как они содержат сущность маркетинговой концепции в том виде, в котором она используется сегодня в большинстве организаций: «Концепция маркетинга утверждает, что ключом к достижению целей организации являются определение потребностей и желаний целевого рынка и более эффективное и результативное их удовлетворение, чем у конкурента» [4].

Для формирования представления о содержании, особенностях, стандартах и подходах к маркетинговой деятельности в высшем учебном заведении важно определиться с целевыми аудиториями. Специфика заинтересованных групп является основой для выстраивания способов работы с ними, в том числе, в области маркетинговых решений.

Говоря о целевом рынке в сфере высшего образования, принято считать, что сектор имеет мульти-клиентов, таких как студенты, работодатели и общество, которые рассматриваются как основные потребители услуг высшего образования. Хотя само определение студентов как потребителей часто критикуется, но студенты являются прямыми и непосредственными заказчиками услуг высшего образования. Также работодатели получают выгоду от результатов высшего образования, поскольку они используют навыки и способности, которые выпускники приобрели во время учебы. Некоторые называют выпускников «продуктом» высшего образования, в то время как работодатели рассматриваются в качестве клиентов, но считается, что и студенты/выпускники, и работодатели выступают потребителями услуг высшего образования. В то время как студенты являются основными потребителями, работодатели могут рассматриваться как вторичные или косвенные потребители услуг высшего образования. Наконец, общество в целом получает выгоду от результатов высшего образования. Три категории рассматриваются в качестве основных участников высшего образования и в качестве основных клиентов, первые из которых – студенты.

Более того, есть и другие заинтересованные стороны в высшем образовании: наряду со студентами, работодателями и обществом, это также родители, правительственные и другие финансирующие органы, агентства по обеспечению качества, профессиональные организации. Иногда потребности и желания различных заинтересованных сторон не полностью совпадают, и высшее образование должно удовлетворять больше клиентов, что делает его деятельность более сложной. Студенты как первичные клиенты обычно разделены на сегменты и рассматриваются по-разному, но остальные заинтересованные стороны сложнее сегментировать.

В зависимости от целевой аудитории и направленности вуз выбирает подходящие маркетинговые коммуникации. Высшим учебным заведениям следует предоставлять потенциальным студентам последовательную информацию и желаемый имидж университета. Все коммуникационные действия должны быть хорошо продуманы и выстроены в правильном порядке [7].

Комплекс маркетинговых коммуникаций состоит из набора действий, которые нелегко выстроить в логической последовательности, способной принести наибольший синергетический эффект. Пикет и Винтен определяют синергетический эффект, используя уравнение $2 + 2 = 5$. Авторы подчеркивают, что использование определенного количества элементов внутри целого принесет большую эффективность, чем использование элементов отдельно друг от друга. Вот почему весь процесс должен быть хорошо обдуман. Интегрированный подход включает не только

смешивание всех элементов комплекса коммуникации, но и связь действий внутри каждого элемента коммуникации.

Товаром в области высшего образования являются услуги, которые сектор предлагает своим потребителям. С одной стороны, образовательные услуги как основной товар и вспомогательные услуги как сопутствующие. Хорошо известно, что, когда речь идет об услугах, как внешний, так и внутренний маркетинг становится важным в равной степени, так как сущность межличностных взаимодействий клиентов и сотрудников часто влияет на удовлетворенность потребителей. Таким образом, маркетинг взаимоотношений – одна жизнеспособная стратегия в контексте высшего образования, поскольку обслуживающий персонал (преподаватели, секретари, административный персонал, сервисный персонал) должны реагировать на потребности и ожидания клиентов.

Брендинг является еще одной маркетинговой технологией, которую стали применять в вузах. Он, как правило, ассоциируется с созданием имиджа с целью увеличения продаж. В системе высшего образования целью развития бренда является не продажа услуг, но общение в «фирменном стиле» в целях привлечения и лояльности потребителей. Тот фактор, что высшее образование имеет несколько заинтересованных сторон, делает усилия брендинга гораздо более сложными, но на сегодня наиболее важными для внутренних потребителей образовательных услуг вуза.

Сейчас наиболее часто встречающийся вид маркетинговой деятельности в университетах – это продвижение и коммуникации с потенциальными абитуриентами, связанные с увеличением набора и приема будущих потребителей образовательных услуг. Тем не менее конкретные маркетинговые действия не должны останавливаться на достигнутом, сущностью удовлетворения потребителя (студентов) является предложение качественных услуг (образовательных и сервисных). Поэтому обеспечение хорошего впечатления играет важную роль в удовлетворенности студентов [6].

Использование этих маркетинговых специфических понятий и концепций в сфере высшего образования сильно различается в разных странах. В США по сравнению с Европой маркетинговые концепции в высшем образовании были ассимилированы в большей степени, так как США прошли через столкновение культур между традиционными академическими ценностями и ценностями, ориентированными на рынок, на 10 лет раньше. Даже в Европе есть различия, например, Великобритания рассматривается одной из первых в Европе, кто представил подходы, ориентированные на рынок в высшем образовании. Однако во многих странах, какой является и Российская Федерация, мероприятия, связан-

ные с маркетингом в области высшего образования, до сих пор на начальных стадиях.

Анализ маркетинговой деятельности вуза как полноправного участника рыночных отношений, вновь открывшихся перспектив и утраченных возможностей обосновывает необходимость создания в структуре управления образовательной деятельностью отдела маркетинга. Целенаправленная маркетинговая работа со своими студентами, выпускниками, работодателями и потенциальными клиентами может существенно помочь вузу строить свое успешное будущее в настоящем [2].

Развитие рынка образовательных услуг в Свердловской области делает актуальной проблему становления образовательного и сервисного маркетинга, а также проведения маркетинговых исследований в области образования. Нельзя недооценить роль комплекса маркетинговых усилий в создании, реализации и продвижении образовательных программ, сервиса, а также в управлении образовательной деятельностью вуза в целом. Возможности маркетинга менеджмента в этих процессах создают базу для объединения ресурсных и функциональных компонентов инновационного потенциала, а следовательно, для перевода его в фактор повышения результативности деятельности высшего учебного заведения.

Схема взаимосвязи маркетинговых процессов и инновационного потенциала вуза представлена на рисунке.



Взаимосвязь маркетинговых процессов и инновационного потенциала вуза

Маркетинговая служба современного учебного заведения должна быть информационным и функциональным центром вуза, деятельность которого основана на использовании передового зарубежного опыта и направлена на решение задач обеспечения его эффективного функционирования в рыночной среде и управления его научно-образовательной и сервисной деятельностью.

Библиографический список

1. *Ашмарина С. И., Плаксина И. А. и др.* Оценка инновационного потенциала высших учебных заведений // Управление экономическими системами : электрон. науч. журн. 2013. № 11. URL : <http://uecs.ru/uecs59-592013/item/2527-2013-11-14-07-38-08>.
2. *Мурадова Н. А.* Маркетинг – рыночная инновация в управлении вузом. URL : <http://www.viu-online.ru/science/publ/bulleten17/page49.html>.
3. *Шевченко Д. А., Каплан Д. А.* Инновационный потенциал вуза. 5 октября 2011 г. URL : http://shevm.blogspot.ru/2011/10/blog-post_05.html.
4. *Brătianu C.* Strategies for lifelong learning and organizational knowledge // Review of International Comparative Management. 2008. No. 2. P. 5–15.
5. *EU-Russia Common Spaces: Progress Report 2010.* Date: March 2010 // European Union: External Action Service. URL : http://eeas.europa.eu/russia/docs/commonsplaces_prog_report_2010_en.pdf.
6. *Luminița Nicolescu.* Applying marketing to higher education: scope and limits // Management & Marketing. 2009. Vol. 4. No. 2. P. 35–44.
7. *Schüller D., Rašticová M.* Marketing Communications Mix of Universities – Communication With Students in an Increasing Competitive University Environment // Journal of Competitiveness Issue. 2011. No. 3.

Ал. А. Мальцев

Уральский государственный экономический университет
(Екатеринбург)

Перспективы междисциплинарных исследований в области истории экономической мысли¹

Аннотация. В статье рассмотрены причины популярности «узкого» подхода к рассмотрению истории экономической мысли. Выявлены причины роста интереса историков экономических учений к междисциплинарным исследованиям. Установлены возможные направления сотрудничества специалистов в области экономической мысли с представителями других общественных наук.

Ключевые слова: история экономических учений; междисциплинарные исследования; научное сообщество.

На протяжении многих десятилетий считалось, что только экономист может быть хорошим специалистом в области истории экономических учений (ИЭУ). Следовательно, наилучшее место для занятий ИЭУ – факультеты экономики, где историк экономических учений должен следить «только за строго интеллектуальным развитием предмета» [1]. Такая

¹ Статья выполнена при поддержке гранта Президента РФ № МК-5700.2016.6.

узкая специализация стала одной из причин периферизации истории экономических учений и невысокой популярности данной дисциплины среди ученых-экономистов. Нельзя не признать, что такую ситуацию создали сами специалисты в области ИЭУ, которые во второй половине XX столетия с упорством, заслуживавшим лучшего применения, практиковались в изучении ИЭУ преимущественно посредством абсолютистской методологии. Как известно, главный принцип абсолютизма – рассмотрение истории идей как процесса постепенного восхождения к абсолютной истине, в ходе которого каждый новый шаг на пути познания аккумулирует предшествующий опыт и вместе с тем исправляет его [20]. Такие установки предполагают, что историки экономических учений должны «изучать прошлое с позиции современного состояния экономической науки» [18]. Иными словами, в трудах экономистов прошлого абсолютиста интересуют лишь те элементы, которые хотя бы отдаленно напоминают «текущую версию» экономической теории. В свою очередь тот интеллектуальный багаж, который не прошел «тест на совместимость» с актуальными концепциями, признается бесполезным и не представляющим никакой ценности, поскольку все лучшие завоевания прошлого в очищенной от былых заблуждений форме объективированы в настоящем. Данные идеи оказались быстро восприняты экономистами мейнстрима. В результате чего, как справедливо замечает П. Беттке, в своем стремлении оценивать работы ученых прошлого в духе «кто, сколько внес (алгебраической) добавленной стоимости в общий дом знания» [17] некоторые представители «основного русла» фактически дошли до утверждения будто «все, достойное обсуждения в экономике, может быть найдено в их работах» [6].

Естественно, такие настроения не способствовали дальнейшему развитию истории экономических учений. К концу 1980-х гг. усталость специалистов по ИЭУ от свойственной мейнстриму диктатуры технического формализма и агрессивного позитивизма вынудила экспертов в области экономической мысли начать переход с факультетов экономики в департаменты философии, бизнес-школы, а также колледжи свободных искусств, где к ним не относятся как к «болванам, корпящим в библиотеках» [19].

Как показал наш анализ, этот «исход» следует признать успешным [3]. За считанные десятилетия энтузиастам удалось создать «новую» историю экономических учений, тесно связанную с science studies, философией и социологией, которая привлекла в сферу ИЭУ массу сторонников из гуманитарных наук. Интенсификация междисциплинарного взаимообогащения привела к серьезному пересмотру методологических ориентиров и стандартов, используемых современными экспертами в области истории экономической мысли. Все большую популярность в ИЭУ

стали набирать исследования, в которых идеи прошлого помещаются в разноплановые контексты. Красочные описания культурно-исторических условий, в которых генерировали свои идеи экономисты прошлого, нетипичные для загроможденных графиками и формулами трудов в области истории экономического анализа, сделали контекстуализированную ИЭУ привлекательной для многих гуманитариев и тем самым «закрыли» еще недавно казавшуюся неразрешимой проблему кадрового голода. Появление новых специализированных журналов, регулярное проведение тематических конференций и съездов профильных ассоциаций вкупе с практически поголовным, как показало наше исследование, стремлением студентов-экономистов рассматривать ИЭУ «с учетом обстоятельств времени и места» [24] наводит на мысли о том, что путь в будущее «новой» истории экономической мысли, насыщенной богатым гуманитарным контекстом, выслан розами.

Однако историки экономических учений, совершившие «побег» из «стана» экономистов, попали из абсолютистского «огня» в постмодернистское «полюмя». Поддавшись очарованию постмодернистской риторики, призывающей отторгнуть любой метанарратив и призывающей верить в то, что всякая попытка найти причинно-следственные связи является стремлением к «ложной универсальности» (см. подробнее: [25]), современные эксперты в области истории экономической мысли облюбовали жанр «мини-историй», в рамках которых изучаются «небольшие практики, локальные события, а не крупномасштабные глобальные явления» [16]. Высокая дробность объекта изучения позволяет взглянуть на известные теории под «большим увеличением», в результате чего они могут предстать в абсолютно ином свете, что, несомненно, является достоинством подобной методологии. Велик потенциал использования постмодернистской исследовательской «оптики» в деле выхватывания из тьмы времен забытых имен и преданных забвению экономических концепций.

Со всем прочим, с нашей точки зрения, стремление под прикрытием более глубокого проникновения в тайны экономических разговоров все больше фрагментировать историю экономической мысли выливается в погоню за глубиной исследования, при которой жертвой становится его широта. На этом фоне тезис великого экономиста А. Гершенкрона (1904–1978) – «качество нашего понимания проблем современности существенно зависит от широты исторического контекста, в котором мы их рассматриваем» [2] – мыслится нам нисколько не утратившим актуальности и полностью применимым к ИЭУ.

Серьезный скепсис современного обществоведения в отношении обобщающих метатеорий, учитывающих внешние факторы социальных изменений, общеизвестен. Тем не менее прогрессирующая усталость от

чрезмерного упрощения обществоведческого дискурса «микроисториками», заикливающимися на изучении «биографий малозначимых людей и трудностей небольших сообществ» (цит. по: [7]), реактуализирует потребность в «макроисториях», фокусирующихся на выявлении этапов развития общественных систем и поиске законов их эволюции [13]. В этом контексте небезынтересно мнение современных специалистов о необходимости возвращения, воспользуемся термином Ф. Броделя, «тотальной истории», «скрепляющей прошлое и настоящее в одно неделимое целое» (цит. по: [9]). Для начала заметим, что против чрезмерной фрагментации всей системы знаний активно выступают не только обществоведы. «Существует, – заявляет лауреат Нобелевской премии по физике 1969 г. М. Гелл-ман, – потребность в дополнении растущей специализации (физики – *авт.*) ее интеграцией. Дело в том, что ни одна комплексная, нелинейная система не может быть адекватно описана путем деления ее на подсистемы... в этом плане в старой поговорке „Целое есть нечто большее, чем сумма его частей“ кроется глубокая правда» (цит. по: [8]). С гуманитарного фланга ему вторит известный историк, профессор университета Маккуори (Австралия) Д. Кристьян: «В течение следующих пятидесяти лет мы увидим возвращение древней традиции – универсальной истории...» [10].

Близкие идеи неоднократно высказывали авторитетные российские экономисты. Например, академик В. М. Полтерович выступил с гипотезой о становлении «общего социального анализа», представляющего собой сплав всех социальных дисциплин, спаянных общностью объекта исследования – «функционирование и развитие общественных институтов», а также единством аналитического аппарата, опирающегося на эконометрику и теорию игр [4]. Академик Л. И. Абалкин и вовсе предлагал объединить разрозненный конгломерат социальных дисциплин в одну эклектичную науку под названием «обществоведение» (см. подробнее: [5]).

Отзвуки движения обществоведов в сторону расширения контекста своих исследований и преодоления дисциплинарной замкнутости также раздаются в лагере специалистов по ИЭУ. Многих ее представителей перестает устраивать до сих пор популярная манера рассмотрения развития экономической мысли в виде несвязанных друг с другом историй жизни и творчества великих экономистов прошлого. Они больше не хотят задаваться безответными вопросами на тему «кто внес больший вклад в развитие экономической теории», предпочитая вместо этого заниматься исследованиями «интеллектуальной истории капитализма в контексте социальной и политической мысли». Значительная часть историко-экономического сообщества стремится перейти от изучения коллекции разрозненных стоп-кадров, на которых запечатлены своеобразные жи-

тийные иконы «экономических святых», к рассмотрению «экономических идей в контексте экономической, религиозной, правовой и прочих историй». Как верно замечает доцент Орхусского университета (Дания) К. О. Кристиансен, по сути, речь идет о постепенном замещении «истории экономической теории и мысли историей экономической жизни» [11]. Концентрированным выражением этих чаяний стал запущенный в 2004 г. совместный проект Гарвардского и Кембриджского университетов «Обмен экономическими, правовыми и политическими идеями» (Exchanges of Economic, Legal and Political Ideas), который объединил таких исследователей, как Э. Ротшильд, Д. Тодд, Г. С. Джонс и др. [12]. Своей главной целью эксперты провозгласили создание «освобожденной от господства национальной истории и национальной культуры ...новой истории экономических идей,... обеспечивающей пространство для сотрудничества между историками экономической мысли, экономическими историками, а также историками бизнеса и предпринимательства» [22].

Безусловно, точно предугадать дальнейшую траекторию развития общественных наук в целом и в частности ИЭУ не под силу даже столь незаурядным интеллектуалам. Однако думается, что общий вектор движения определен учеными верно. Социальные дисциплины будут нащупывать путь к преодолению чрезмерной специализации, и, возможно, в перспективе мы станем свидетелями формирования некой синтетической науки об обществе, в которой история экономических учений займет достойное место. Перефразируя изречение одного из основателей квантовой механики Э. Шредингера (1887–1961), можно сказать, что человечество наработало достаточное количество фактологического материала «для сведения воедино всего известного нам до сих пор» [23]. Иначе говоря, методологическая эклектичность и мультидисциплинарность должны стать не девиацией, которую стараются игнорировать сторонники сохранения межпредметных границ, а нормой обществоведческих исследований. Кроме того, крепнет уверенность в том, что внутри «новой истории экономических учений» среди прочих факторов, влияющих на развитие экономической мысли, будет учитываться роль технологий. Шансы на это увеличивает рост интереса современного обществоведения к «культурологическому материализму» (см., например: [14]), устанавливающему «зависимость эволюции культур от возможностей и проблем, формулируемых материальным миром» [15], одним из главных факторов развития которого выступает технология [21].

Библиографический список

1. Блауг М. Экономическая мысль в ретроспективе. М. : Дело ЛТД, 1994.
2. Гершенкрон А. Экономическая отсталость в исторической перспективе. М. : Дело, 2015.

3. Мальцев А. История экономических учений, quo vadis? // Вопросы экономики. 2015. № 3.
4. Полтерович В. М. Становление общего социального анализа // Общественные науки и современность. 2011. № 2. С. 108–109.
5. Столбов М. Кризис экономики или кризис экономической науки? URL : <http://old.mgimo.ru/news/experts/document129890.phtml>.
6. Voetke P. J. F. A. Hayek as an Intellectual Historian of Economics // *Historians of Economics and Economic Thought: the Construction of Disciplinary Memory* / S. G. Medema, W. J. Samuels (eds.). N. Y., 2001.
7. Burke P. *History and Social Theory*. Cambridge : Polity Press, 2005. P. 40.
8. Christian D. *Macrohistory: the Play of Scales* // *Social Evolution and History*. 2005. Vol. 4. No. 1.
9. Christian D. *Maps of Time: an Introduction to Big History*. Berkley, Los Angeles, L. : University of California Press, 2004.
10. Christian D. *The Return of Universal History* // *History and Theory*. 2010. Vol. 49. Issue 4.
11. Christiansen C. O. From the «History of Economic Thought» to «Economic Intellectual History» // *Ideas in History: Journal of the Nordic Society for the History of Ideas*. 2012. Vol. 6. No. 2. P. 25–28.
12. *Exchanges of Economic, Legal and Political Ideas*. URL : <http://www.fas.harvard.edu/~histecon/exel/>.
13. Galtung J. *Macrohistory and Macrohistorians: a Theoretical Framework* // *Macrohistory and Macrohistorians: Perspectives on Individual, Social, and Civilizational Change* / J. Galtung, S. Inayatullah (eds.). Westport : Praeger, 1997. P. 2–3.
14. Jackson W. A. *Cultural Materialism and Institutional Economics* // *Review of Social Economy*. 1996. Vol. 54. No. 2.
15. Jackson W. A. *Economics, Culture and Social Theory*. Cheltenham : Edward Elgar, 2009.
16. Klages M. *Literary Theory: a Guide for the Perplexed*. N. Y., L. : Continuum, 2006.
17. Kliman A. *Reclaiming Marx's Capital: a Refutation of the Myth of Inconsistency*. Lanham : Lexington Books, 2007.
18. Kurz H. D. Is There a «Classical» Alternative to Marginalist Theory? Some Introductory Remarks // *The Theory of Value and Distribution in Economics: Discussions Between Pierangelo Garegnani and Paul Samuelson*. Abingdon, N. Y. : Routledge, 2013.
19. McCloskey D. N. Scattering in open fields: a comment // *Journal of European Economic History*. 1980. Vol. 9. No. 1.
20. Nelissen J. M. C. *Thinking Skills in Realistic Mathematics*. URL : <http://www.fisme.science.uu.nl/publicaties/literatuur/6259.pdf>.
21. Peoples J., Bailey G. *Humanity: an Introduction to Cultural Anthropology*. Stamford : Cengage Learning, 2012.
22. *Project Objective*. URL : <http://www.fas.harvard.edu/~histecon/exel/objective.html>.
23. Schrödinger E. *What is Life? The Physical Aspect of the Living Cell*. URL : http://whatislife.stanford.edu/LoCo_files/What-is-Life.pdf.
24. Weintraub E. R. Making Economic Knowledge: Reflections on Golinski's Constructivist History of Science // *Journal of the History of Economic Thought*. 2001. Vol. 23. Issue. 2.
25. Woods T. *Beginning Postmodernism*. Manchester, N.Y. : Manchester University Press, 1999.

Некоторые подходы к формированию системы профессиональной подготовки рабочих кадров

Аннотация. В статье рассмотрены подходы к интеграции экономических ресурсов и отношений всех субъектов образовательного процесса при формировании системы профессиональной подготовки кадров. Выявлены причины и мотивы необходимости интеграции. Разработана экономико-организационная модель взаимодействия власти, образовательных организаций, работодателя, обучающегося в системе профессиональной подготовки. Охарактеризованы и обоснованы структурные компоненты компетенций по рабочей профессии, что является основным фактором необходимости экономических взаимоотношений системы образования и реального сектора экономики. Обозначены мотивы, побуждающие бизнес заниматься вопросами организации структур, которые формируют необходимые для подготовки рабочих кадров компетенции, обеспечивают экономическое и организационное сопровождение производственных практик обучающегося, мониторинга образовательный процесс с точки зрения качества, обеспечивают участие способных обучающихся в российских и международных конкурсах мастерства.

Ключевые слова: экономические отношения; экономические ресурсы; работодатель; рабочие профессии; компетенции.

В соответствии с основными направлениями социально-экономических преобразований современного общества в качестве необходимой, жизненно важной позиции выступает внедрение идей подготовки рабочих по группам профессий. Производственно-экономические отношения и связанные с ними формы организации профессиональной деятельности приводят к изменению деятельности организаций профессионального образования и в свою очередь выдвигают иные требования к содержанию и организации процесса обучения, в том числе, рабочим профессиям. В связи с этим актуальным становится выявление несоответствия между требованиями работодателей, системы профессиональной подготовки кадров по рабочим профессиям и уровнем сформированности в организациях среднего профессионального образования компетенций [4; 6].

Разработка структурно-содержательных моделей формирования компетенций по рабочим профессиям в целом должна быть направлена на обеспечение эффективности учебно-производственного процесса. С учетом того, что формирование содержания подготовки невозможно без интеграции отраслевого и специального компонентов, необходимо привлекать работодателя как активное звено в процесс обучения, в том числе, для разработки программ обучения трудовым навыкам, что обеспечит интегративно-производственное обучение, позволит учитывать

в содержании обучения развитие инновационных производственных технологий, предоставит обучающемуся возможность осознания процесса сотворчества [8].

Дидактические и содержательные вопросы производственного обучения рассмотрены в работах С. Я. Батышева, Н. М. Таланчука, Е. В. Ткаченко, П. Ф. Кубрушко и др.

Экономико-организационные вопросы производственного обучения на базе общественной и частной собственности исследовались в работах О. Н. Арефьева, Л. П. Пачиковой, Г. Ф. Куцева, В. В. Вертиля, П. Ф. Анисимова и др.

Однако уровень научного обоснования проблем участия в производственном обучении работодателя не соответствует его статусу в системе профессионального образования как важнейшего фактора профессиональной подготовки рабочих кадров.

Анализ показал, что теоретические основы проектирования и формирования компетенций по рабочим профессиям в процессе подготовки рабочих кадров для работодателя, чье производство основано на частной собственности, недостаточно разработаны. Основной причиной этого является отсутствие экономических связей образовательных организаций с работодателем, использующим носителей компетенций по рабочим профессиям в качестве фактора производства – труда.

Потребности обучения в практической составляющей компетенции, с одной стороны, и неразработанность проблемы, с другой стороны, побуждают к исследованию проблемы соединения экономических ресурсов государства, образовательных организаций, работодателя и носителя компетенций – обучающегося [7].

Под компетенцией, по мнению известных психологов Л. П. Паниной и Э. Э. Сыманюк, следует понимать общую способность и готовность личности к деятельности, основанной на знаниях и опыте, которые приобретены благодаря обучению [3].

По мнению Э. Ф. Зеера, «компетенция – это деятельностная составляющая полученного образования, которая помогает знаниям, умениям и навыкам проявляться в незнакомой ситуации» [3].

На основе этих исследований можно сделать вывод, что практическая составляющая компетенции может быть получена только в реальной рабочей среде. И это лишний раз доказывает, что в образовательный процесс как факт реализации образовательной программы должны быть включены не только базовые универсальные (ключевые) составляющие, но и специальные, обеспечивающие деятельность в конкретной рабочей среде и при выполнении конкретных практических заказов. Такие условия обучения возможны только при создании системы интеграции экономических отношений бизнеса и образования.

Однако для осуществления взаимодействия необходимы соответствующие мотивы. Можно сформулировать несколько гипотез о причинах появления экономических и организационных отношений промышленных компаний и образовательных организаций:

экономический опыт серьезных экономических потерь при смене профессиональных поколений и продуманные, экономически просчитанные решения;

рост транзакционных издержек при поиске рабочих кадров необходимой квалификации;

развитие территорий, обладающих большим запасом природного сырья, являющегося носителем национального дохода при реализации международных экономических контрактов, глобальными ресурсами в развитии современного промышленного производства, в котором потребность в рабочих кадрах современной квалификации резко возрастает и др.

При этом в данных гипотезах обязательным условием является оптимальное взаимодействие трех основных институтов: власти; бизнеса; системы профессиональной подготовки рабочих кадров, а также механизмов и инструментов, которые обеспечивают технику складывания интеграции экономических ресурсов и отношений [5]. На данном этапе ведущая роль в развитии этих отношений отводится институту власти.

На этом уровне в Уральском регионе принимаются определенные меры, стимулирующие бизнес и образование создавать системы экономического и организационного взаимодействия в профессиональной подготовке рабочих кадров.

Пока эти отношения носят «очаговый» характер, однако эффективность этих отношений доказана практическими результатами: до 95% подготовленных специалистов по рабочим профессиям получают работу у работодателя – участника образовательного процесса.

Например, мотивация со стороны Верхнесалдинского монопрофильного техникума имени А. А. Евстигнеева и ООО «Корпорация ВСМПО – АВИСМА» возрастает с каждым годом: заказ компании техникуму становится ежегодным обязательным мероприятием с определением двухстороннего бюджета и обязанностей обеих сторон при осуществлении образовательного процесса.

Отношения Первоуральского металлургического колледжа и ООО «Первоуральский новотрубный завод» настолько эффективны, что заводом построен двухэтажный центр профессионального обучения рабочих кадров, и колледж каждый год получает от него заявку на подготовку специалистов с гарантированным обеспечением практической составляющей программы подготовки, также принимает заинтересованное участие в реализации специального компонента компетенции.

Экономические отношения Баранчинского электромеханического техникума и ООО «Торговый дом Антей» позволяют использовать созданный фирмой на площади техникума центр профессиональной подготовки рабочих кадров, оснащенный современным оборудованием на сумму свыше 70 млн р. В соответствии с соглашением выпускники техникума устраиваются на рабочие места корпорации и имеют хороший социальный статус.

Начинающиеся экономические отношения Краснотурьинского индустриального колледжа и создаваемого индустриального парка «Богословский» покоряют размахом: это будет настоящий технопарк, в котором бюджет работодателя и образовательной организации на подготовку кадров составит объемы финансирования в пределах пропорции 50 : 50. Наряду с профессиональной подготовкой в систему включено такое звено повышения качества подготовки кадров, как систематически проводимый Национальный чемпионат сквозных рабочих профессий высокотехнологичных отраслей промышленности по методике Worldskills. Свердловская область в этом мероприятии является лидирующим регионом: на этой территории проведены два чемпионата: Worldskills Russia и Hi-Tech. Участники нашего региона демонстрируют отличные результаты и усиленно готовятся к международному чемпионату. Учитывая, что количество компетенций возросло до 41, состязания потребуют фундаментальной подготовки.

Пока немногочисленные, но экономически эффективные факты подтверждают, что система профессиональной подготовки рабочих кадров при экономическом участии работодателя наиболее полно отвечает запросу общества в части взаимодействия рынка труда и рынка образовательных услуг.

Библиографический список

1. *Батышев С. Я.* Производственная педагогика. М. : Педагогика, 1984.
2. *Глуханюк Н. С., Белова Д. Е., Печеркина А. А.* Психологические проблемы профессионально-педагогического образования: анализ исследований // Образование и наука. 2002. № 3. С. 127–139.
3. *Зеер Э. Ф., Павлова А. М., Сыманюк Э. Э.* Модернизация профессионального образования: компетентностный подход : учеб. пособие. М. : Моск. психол.-соц. ин-т, 2005.
4. *Начальное профессиональное образование России (состояние, проблемы, предложения по реформированию) : материалы к пед. конф. / под ред. Е. В. Ткаченко. М., 1996.*
5. *Обишвалкина Т. А.* Построение модели эффективного управления в учреждениях СПО // Среднее профессиональное образование Уральского региона в условиях активного государственного реформирования: состояние, перспективы развития (Екатеринбург, 18 апреля 2013 г.) : материалы VI Межрегион. науч.-практ. конф. Екатеринбург, 2013.
6. *Обишвалкина Т. А.* Региональный рынок труда и образовательных услуг // Инновационные аспекты взаимодействия системы образования и рынка труда : материалы науч.-проф. конф. Нижний Тагил, 2011.

7. Пачикова Л. П. Стратегическая программа развития Российского государственного профессионально-педагогического университета (2013–2018 гг.) // АПК: регионы России. 2013. № 1. С. 101–109.

8. Пачикова Л. П., Пачиков В. И. Управление качеством жизни персонала в процессе разработки кадровой стратегии развития организации // Качество жизни: проблемы и перспективы XXI века / под ред. Г. А. Астратовой. Екатеринбург, 2013. С. 325–332.

И. Н. Ткаченко

Уральский государственный экономический университет
(Екатеринбург)

Достижение синергизма на основе эффективного взаимодействия заинтересованных сторон проектов государственно-частного партнерства

Аннотация. В статье рассматривается проблематика государственно-частного партнерства (ГЧП) через призму стейкхолдерского подхода. Такой подход способствует прояснению механизма эффективного и обоснованного по целям взаимодействия участников ГЧП, обеспечивающего достижение синергизма на основе удовлетворения интересов и ожиданий стейкхолдеров проектов государственно-частного партнерства. Дается критический обзор публикаций по проблематике государственно-частного партнерства, в которых обращается внимание на создание дополнительной ценности за счет интеграционного взаимодействия всех участников партнерства на основе возникновения эффекта синергии. Автором предлагается оценивать синергетический эффект от государственно-частного партнерства как сумму, большую или равную сумме синергетического эффекта от ГЧП для государства, синергетического эффекта от ГЧП для бизнеса и синергетического эффекта от ГЧП для общества.

Ключевые слова: государственно-частное партнерство; синергетический эффект; стейкхолдерский подход.

Сущность государственно-частного партнерства как системы взаимодействия многих заинтересованных сторон состоит в том, что оно должно опираться на принципы социальной ответственности и доверия, создавать на основе реализации ГЧП-проектов дополнительную ценность путем баланса интересов всех заинтересованных сторон (стейкхолдеров) партнерства. Мы определяем «государственно-частное партнерство» (ГЧП) как *долгосрочный, ограниченный конкретными временными рамками институциональный союз государства и бизнеса в целях реализации социально значимых проектов под контролем общества на условиях взаимовыгодности и прозрачности отношений для всех держателей интереса партнерства* [4]. Одной из основных целей создания и эффективного функционирования механизма ГЧП является формирование новой ценности как результата интеграции всех участников партнерства, в том числе, за счет создания синергетического эффекта. В современных условиях функционирование сложных систем (а к таким сложным системам

можно, безусловно, отнести систему ГЧП) рассматривают не как подчинение элементов целому, а как синергетически взаимодействующие части, рождающие целое. Интеграционные процессы участников партнерства государства и бизнеса порождают особый эффект новой добавленной стоимости, получивший название синергетического эффекта. Определение синергетического эффекта базируется на теории синергии (80-е годы XX в. М. Бредли, А. Десаи, Е. Ким [7]) и исходит из того, что движущим мотивом, причиной интеграционных объединений, слияний является синергетический эффект, т.е. в результате слияния появляется дополнительный экономический эффект, или в результате слияния совокупный доход станет больше, чем сумма доходов до отдельного существования. Синергетический эффект описывается достаточно простой формулой: $2 + 2 = 5$ или $1 + 1 > 2$. Логика любой интеграции (в том числе, интеграции в рамках ГЧП) базируется на том, что в результате увеличивается благосостояние всех участников объединения, и создается новая ценность.

Методология синергетического подхода базируется на том, что экономические системы являются незамкнутыми, открытыми; в экономических системах наблюдается неравновесность экономических процессов; экономические системы характеризуются необратимостью экономической эволюции, нелинейностью экономических преобразований, неоднозначностью экономических целей, а значит, многовариантностью путей развития [3]. Синергетический эффект получается за счет: экономии операционных издержек, что обусловлено масштабами деятельности; сокращения затрат на НИОКР путем взаимофинансирования проекта со стороны государства и бизнеса; финансовой экономии за счет снижения транзакционных издержек; эффекта комбинирования взаимодополняющих ресурсов; эффекта увеличения монополистической мощи созданного на основе ГЧП партнерства, возросшей рыночной мощи. Кроме того, необходимо учитывать то, что взаимный контроль деятельности в рамках реализации проектов ГЧП устраняет неэффективный менеджмент.

Создание эффекта синергии от взаимодействия в рамках ГЧП необходимо рассматривать только на основе анализа возможностей всех стейкхолдеров – участников ГЧП: государства, бизнеса, общества. Исходя из разнонаправленности интересов участников ГЧП полное совмещение интересов всех участников партнерства может быть представлено только в теоретических моделях. Имея в виду лишь стремление к достижению синергетического эффекта в рамках ГЧП-проектов, мы, вероятно, можем говорить только о некоей модели достижения частичного совпадения интересов стейкхолдеров и достижения на основе такой сбалансированности хотя бы минимального синергетического эффекта в рамках такого интеграционного взаимодействия. Нахождение все больших точек

соприкосновения в рамках реализации проектов ГЧП между участниками партнерства будет давать расширение границ достигаемой синергии от минимальных значений до более заметных. При старте проекта ГЧП необходимо четко понимать, кто является ответственным за реализацию проекта; оценить соотношение «затраты – выгоды»; обеспечить информационную прозрачность процедуры реализации проекта ГЧП; подобрать и со стороны государства, и со стороны бизнеса работоспособную команду управленцев.

Стратегия синергизма связана с получением конкурентных преимуществ за счет объединения ресурсов как участника со стороны государства, так и участника (участников) со стороны бизнеса, выраженных в повышении эффективности деятельности и приращении добавленной стоимости. Объединение усилий государства и бизнеса в рамках создающегося партнерства может повысить эффективность по сравнению с реализацией такого проекта без создания партнерства, а может и не дать желаемого эффекта, и даже ухудшить результаты, усилить бремя бюрократии. Причинами такого негативного результата могут быть: недооценка размера инвестиций со стороны всех стейкхолдеров, задействованных в проекте ГЧП; ошибки, допущенные в процессе реализации ГЧП-проекта на всех стадиях его прохождения. Сложность интеграции в рамках партнерства государства и бизнеса достаточно высока, ведь стиль государственного и бизнес-управления очень разный. Общеизвестно, что сфера бизнеса является более продвинутой по применению современных приемов и методов управления: проектных, процессных, стоимостных и др. На этой почве возникает возможность несовместимости культур стейкхолдера-государства и стейкхолдера-бизнеса. Таким образом, эффект синергии не может быть получен при разном видении в подходах к реализации ГЧП-проектов, различиях по экономическому потенциалу партнеров проекта, различиях в организационной культуре отдельных участников партнерства.

Эффективность интеграции государства и бизнеса, реализуемой в форме государственно-частного партнерства, может быть оценена через вклад каждого участника в общую оценку эффективности формирования интегрированной структуры на основе ГЧП и эффективной степени участия государства и бизнеса в процессах интеграции. Методология конкретных расчетов величины синергетического эффекта, достигаемого от интеграционного взаимодействия участников ГЧП-проектов, на наш взгляд, в настоящее время недостаточно хорошо проработана. Необходимо отметить, что эффект синергизма применительно к любым управленческим задачам сложно определить количественно. Далеко не во всех работах по проблематике государственно-частного партнерства обращается внимание на создание дополнительной ценности за счет интеграции

онного взаимодействия всех участников партнерства на основе возникновения эффекта синергии. Однако в ряде работ по теории экономических систем можно встретить некоторые ссылки на синергетический подход для ГЧП как системы. Так, в работе Л. А. Мусаева [2] отмечается, что «одним из инструментов реализации устойчивой стратегии региона может служить государственно-частное партнерство территориальной модификации на основе кластерного воспроизводственного подхода. В такой экономической системе местное самоуправление могло бы выступить в роли партнера по бизнесу при общей поддержке, контроле и регулировании со стороны структуры государственного управления – региональной власти. Оценить деятельность такого кластера можно синергетическим эффектом, для расчета которого необходимо рассчитать синергетические эффекты всех его сетевых партнеров, а затем их суммировать». Автор данного исследования считает, что получение синергетического эффекта на макроуровне осуществляется при взаимодействии бизнес-структур, регионов и государства [2].

Авторы другого подхода А. В. Федосеев и Е. А. Ерашкин [5] предлагают комплексный подход к оценке дополнительных системных эффектов интеграции, конкретизировав и сгруппировав известные при интеграционных процессах такие системные эффекты, как эффект масштаба, эффект сокращения транзакционных издержек, выделив, кроме того, дополнительные системные эффекты, проявляющиеся в экономии в сфере НИОКР, преимуществах в получении дополнительного финансового капитала, выгодах от взаимодополняемости принципов управления. При этом абсолютный дополнительный системный эффект, по их мнению, может быть получен за счет возникновения межфункциональных связей взаимодействия между элементами как структурных составляющих системы (государственный и частный капитал). Авторы придерживаются точки зрения, что оценить эффект, оказываемый развитием одного элемента системы на решение функциональных задач другого (дополнительные системные эффекты), на основе ГЧП сложнее, чем оценить показатели общности затрат, необходимо измерять дополнительные системные эффекты с помощью экспертных оценок специалистов из соответствующих сфер деятельности. Применительно к каждой группе системных эффектов авторами предлагается использовать как абсолютный показатель величины эффектов (общая сумма ожидаемого прироста прибыли в результате осуществления какого-либо варианта развития интеграции государственного и частного капитала на основе ГЧП), так и относительный показатель (величина дополнительной прибыли, приходящаяся на каждый рубль, вложенный в развитие структурного подразделения ГЧП). Для оценки существующих или планируемых системных эффектов при интеграции государственного и частного капитала авторами рас-

смастриваемого подхода был предложен коэффициент системной сочетаемости, величина которого равна сумме дополнительных выгод по всем элементам системы вследствие изменения или более эффективного использования какого-либо одного из ее элементов при интеграции. Процесс интеграции государственного и частного капитала для реализации инфраструктурного проекта можно представить в виде присоединения к существующим структурным элементам новых элементов. Следовательно, оценить эффективность разных вариантов подобного роста проекта можно, дав оценку суммы эффектов, получаемых проектом от присоединения каждого из новых элементов в отдельности, так как появление новых элементов в системе должно приводить к повышению эффективности действия всех остальных элементов проекта. В задачу экспертов входит выбор наиболее значимых для интегрирования капитала в рамках инфраструктурного проекта видов источников синергии, влияющих на достижение синергетического эффекта интеграции [5]. На наш взгляд, такой подход представляет определенный интерес, но весьма дискуссионным является слишком большая ставка на профессиональную подготовку экспертов, которые должны не только понимать конкретный вклад государства и бизнеса в процесс интеграции в рамках ГЧП, но и оценить их системную сочетаемость.

Некоторые авторы вплотную подошли к порядку определения синергетического эффекта от ГЧП. Так, интерес вызывает предложенный А. А. Аввакумовым алгоритм [1]. Автор рассматривает синергетический эффект, возникающий при ГЧП в рамках совместной инновационной деятельности российских предприятий в кооперации с вузами.

Интересным нам представляется подход в определении синергетического эффекта при использовании интеграции хозяйствующих субъектов экономики в виде кластера. Согласно подходу, выдвинутому Р. Х. Хасановым, следует рассматривать «синергизм в рамках кластера на основе четырех видов синергизма: эффекта перетока инноваций в кластере; эффекта приращения денежного потока за счет сложения денежных потоков компаний, входящих в кластер; эффекта совместного использования инфраструктурных объектов; эффекта снижения транзакционных издержек» [6]. Если рассматривать модель государственно-частного партнерства как кластерное образование, то представленные выше элементы синергизма имеют право на существование. Действительно, ГЧП-проект по сути представляет долгосрочный мегапроект открытого типа, имеющий сетевую структуру и реализующий инновационные и инвестиционные кластерные проекты.

Мы считаем, что создание эффекта синергии в рамках проектов ГЧП необходимо основывать на так называемой цепочке создания ценностных эффектов. Синергетический эффект от ГЧП на основе возраста-

ния эффективности и интеграции участников партнерства должен иметь место при реализации на практике ГЧП-проектов. Такой синергетический эффект (*Сэгчп*) в самом общем виде можно представить как сумму, большую или равную сумме следующих составляющих: синергетического эффекта от ГЧП для государства (*Сэг*), синергетического эффекта от ГЧП для бизнеса (*Сэб*) и синергетического эффекта от ГЧП для общества (*Сэо*):

$$Сэгчп > \text{ или } = Сэг + Сэб + Сэо.$$

Понятно, что достижение эффекта синергии по каждой из этих составляющих является весьма трудной задачей. Синергия для государства будет включать бюджетные, налоговые, инновационные, инвестиционные, инфраструктурные, управленческие, социальные, репутационные выгоды и др. Синергия для бизнеса будет пониматься как комплексное проявление результативности выгод от партнерства, выраженных в инвестиционной привлекательности, росте конкурентоспособности, инновационности, доходности и имиджевых эффектах. Синергия для общества будет проявляться в росте социальных гарантий, эффекте занятости, социальных отчислениях, удовлетворенности в предоставлении социально значимых благ по цене и по качеству.

Хотя 13 июля 2015 г. был принят Федеральный закон № 224-ФЗ «О государственно-частном партнерстве, муниципально-частном партнерстве в Российской Федерации и внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации», в методологическом плане существует огромное количество «белых пятен», так как сам механизм реализации проектов ГЧП в законе не прописан, соответственно проблематика государственно-частного партнерства остается значимой.

Библиографический список

1. *Аввакумов А. А.* Государственно-частное партнерство промышленных предприятий и вузов в инновационной деятельности и его синергетический эффект // Вестник УГАТУ. 2013. Т. 17. № 4. С. 215–220.
2. *Мусаев Л. А.* Оценка синергетического эффекта экономических систем // Вестник ЮРГТУ (НПИ). 2011. № 3.
3. *Сапецкий А. О.* Социосинергетика // Труды семинара «Естественные, социальные и гуманитарные аспекты». М.: Изд-во Моск. ун-та, 1999. С. 194–212.
4. *Ткаченко И. Н., Евсеева М. В.* Стейкхолдерская модель корпоративного управления в проектах государственно-частного партнерства // Управленческие науки. 2014. № 1.
5. *Федосеев А. В., Брашкин Е. А.* Проблема оценки эффективности интеграции государственного и частного капитала // Вестник Челябинского государственного университета. 2013. № 8. Вып. 40.
6. *Хасанов Р. Х.* Синергетический эффект кластера // Проблемы современной экономики. 2009. № 3.
7. *Bradley M., Desai A., Kim E.* The Rationale Behind Interfirm Tender Offers: Information or Synergy? // Journal of Financial Economics. 1983. No. 2.



**Условия и факторы
повышения инвестиционной
привлекательности региона**

Материалы круглого стола

М. А. Бельшева

*Уральский государственный экономический университет
(Екатеринбург)*

Конкурентоспособность территории: понятие, факторы, оценка

Аннотация. В статье проанализированы зарубежные и отечественные источники, выделены основные понятия конкурентоспособности территории, показаны факторы и методы ее оценки. В работе отмечается, что конкурентоспособность территории играет важную роль в развитии экономики страны, способствует решению многих проблем, а также позволяет эффективно использовать имеющиеся природные ресурсы. Конкурентоспособность территории улучшает социально-экономические условия городов, регионов и страны в целом.

Ключевые слова: конкурентоспособность территории; оценка конкурентоспособности территории; фактор конкурентоспособности территории.

В современной экономике конкурентоспособность региона – важная проблема в регионалистике. Многие ученые уделяют повышенное внимание проблемам конкурентоспособности, поскольку на успешность региона заметно влияет его географическое положение, что в свою очередь показывает степень функционирования экономики региона и наполняемость его бюджета. Региональные субъекты вынуждены конкурировать за инвестиции, человеческие, профессиональные и информационные потоки.

Понятие «конкуренция» до недавнего времени использовалось по отношению к предприятиям, отраслям, категориям товаров. Сейчас конкуренцию начинают изучать на уровне территорий (регионов, городов и страны в целом).

Многие ученые по-разному интерпретируют понятие «территориальная конкуренция». О. Б. Веретенникова и А. Е. Королев рассматривают конкуренцию «как процесс противоречивого воздействия качественно тождественных по тому или иному параметру систем, имеющих один и тот же источник существования в процессе взаимодействия с этим источником». По их мнению, в основе конкуренции всегда лежит борьба за ресурсы [2, с. 25].

Но наличие уникальных ресурсов далеко не всегда означает, что у данной территории есть конкурентное преимущество. Конкурентное преимущество появляется тогда, когда используют и получают дополнительный доход от серийного и системного использования данных ресурсов. Именно дополнительный доход (рента) является мотивом или конечным результатом конкуренции и источником устойчивости [1, с. 38].

А. Гранберг рассматривает термин «конкурентоспособность региона» с двух позиций: во-первых, с позиции уровня развития экономики региона, а во-вторых, в сравнении с другими территориями. По его мне-

нию, конкурентоспособность территории заключается в защите своей доли рынка. Чтобы регион или территория были конкурентоспособны, необходимо создать для этого особые условия, которые будут определять его привлекательность, для размещения «действующих лиц», сильных и слабых экономических агентов. Таким образом, конкурентоспособность региона напрямую зависит от конкурентоспособности фирм, расположенных на данной территории. А. Гранберг утверждает, что регион должен быть привлекателен не только для бизнеса, но и для населения, являющегося одним из важных ресурсов, которые территория может предложить предприятиям [3].

Таким образом, конкурентоспособность региона – это способность территории увеличивать или по крайней мере удерживать за собой доли рынка, используя при этом природные ресурсы, рабочую силу и капитал, с целью расширения и совершенствования производств для роста качества жизни населения и поддержания сильного эффективного управления.

Конкурентоспособность территории – это проявление множества факторов, сумма которых определяет конкурентное преимущество или показывает уровень отставания территории в сравнении с аналогичными территориями на данный момент [4, с. 69].

М. Портер выделяет четыре основных элемента, объясняющих экономическое положение территории [5, с. 896]:

- геополитическое положение;
- спрос на местном рынке;
- интеграция с местными «кластерами»;
- человеческие ресурсы.

Также он выделяет еще две переменные: действия правительства и случайные события.

С. Ю. Юрпалов и В. Г. Старовойтов предлагают классифицировать факторы конкурентоспособности по следующим принципам [7, с. 33].

Первый принцип – деление факторов на основные и развитые. Основные факторы не требуют больших усилий и капиталовложений, к ним относятся: природные ресурсы, климатические условия, географическое положение, рабочая сила и т.д. Развитые факторы требуют внушительных капиталовложений, человеческих усилий, к ним относятся: высококвалифицированные кадры, исследовательские организации, информационная инфраструктура и т.д.

Второй принцип разделяет факторы на общие и специализированные. Общие факторы имеют ограниченный характер, так как есть на любой территории и применяются в широком спектре отраслей. Специализированные факторы формируются для создания конкурентных преимуществ в течение долговременного периода, к таким факторам относят:

персонал с узкой квалификацией, отличительную инфраструктуру и другие факторы, применяемые в определенном круге отраслей.

Эффективная оценка конкурентоспособности территории была отражена в работе Б. М. Гринчеля и Н. Е. Костылевой [3]. Они обобщают методы оценки конкурентоспособности и предлагают измерять данный показатель двумя способами: методом измерения потенциала и ранговым методом.

Суть рангового метода заключается в изучении и определении места территории (ранга) в системе сопоставляемых территорий с учетом следующих важных характеристик:

1) он направлен не только на изучение экономических тенденций общества, но может использоваться в различных областях науки;

2) он может ограничиться лишь несколькими показателями, наиболее ярко характеризующими конкурентоспособность:

пространственные критерии территории могут изменяться исходя из поставленных задач исследований;

использование определенных видов показателей за определенный период, что является относительным показателем изменения конкурентоспособности территории.

Метод измерения потенциала включает пять составляющих, являющихся основными факторами конкурентоспособности:

1) природно-ресурсный потенциал: географическое положение территории, наличие природных ресурсов, климатические условия, основной капитал, человеческие ресурсы;

2) потенциал качества жизни населения: социальная защита, степень безопасности, ЖКХ, качество жилья, культурная среда и др.;

3) финансовый потенциал территории: уровень развития финансовой, банковской, страховой сферы, инвестиционный климат и т.д.;

4) экологический потенциал: состояние окружающей среды, качество воды, воздуха, красота ландшафтов и т.д.;

5) организационный потенциал: эффективность структуры управления, политическая обстановка и т.д.

Конкурентоспособность территории играет важную роль в экономике, способствует решению многих проблем, позволяет наиболее эффективно использовать имеющиеся ресурсы и привлекать новые, тем самым улучшая социально-экономические условия городов, регионов и страны в целом.

Библиографический список

1. Анимца Е. Г. Конкуренция в территориальном измерении // Интеграция: власть, наука, производство. 2003. № 1. С. 38–42.

2. Веретенникова О. Б., Королев Е. А. О моделировании конкурентного противоборства // Известия Уральского государственного экономического университета. 2012. № 3. С. 25–33.

3. Гринчель Б. М., Костылева Н. Е. Важнейшие факторы повышения конкурентоспособности регионов. URL : <http://www.regionforum.ru/forum/materials/0>.

4. Николаева Н. А. Конкурентоспособность города: взгляд зарубежных ученых // Маркетинг в России и за рубежом. 2001. № 6. С. 69–76.

5. Портер М. Международная конкуренция: пер. с англ. / под ред. и с предисл. В. Д. Шетинина. М. : Международные отношения, 1993.

6. Шеховцева Л. С. Конкурентоспособность региона: факторы и метод создания // Маркетинг в России и за рубежом. 2001. № 4.

7. Юрпадов С. Конкурентоспособность территориальной системы: сущность и методы оценки // Интеграция: власть, наука, производство. 2003. № 1. С. 33–37.

П. Ю. Ваниева, М. Г. Мегвегева

Уральский государственный экономический университет

(Екатеринбург)

Территориальный брендинг как инструмент развития региональной индустрии гостеприимства

Аннотация. Статья посвящена вопросам значения брендинга территории в развитии индустрии гостеприимства. Рассмотрены основные принципы создания бренда города с точки зрения его туристской привлекательности. Приведены теоретические и практические аспекты создания бренда региона. Рассмотрено понятие «брендинг региона». Представлены основные направления формирования брендинга Свердловской области путем создания современной инфраструктуры через комплекс стратегических проектов.

Ключевые слова: брендинг территории; бренд города; индустрия гостеприимства; туризм; туристская привлекательность.

В настоящее время территории должны конкурировать между собой, стремясь создать такую собственную экономическую структуру, которая способствовала бы надежному положению дел в регионе и росту (либо стабилизации, что особенно актуально в период кризисных явлений) уровня жизни населения. Успешному продвижению территории в рамках этой конкуренции значительно способствует ее грамотный брендинг.

Теоретические и практические аспекты создания бренда региона исследовали многие ученые. В частности, одними из первых зарубежных авторов, поднимавших вопрос о существовании маркетинга территорий, являются Б. Берман, Ф. Котлер, Д. Эванс, которые, анализируя эволюцию маркетинга, классифицировали его основные направления. Среди отечественных исследователей, посвятивших свои работы брендингу мест, территорий, регионов, хозяйственных зон, муниципальных образований, следует отметить Т. А. Атаеву [1], Г. Л. Багиева, Д. В. Визгалова [2], Н. П. Шалыгину [3], Т. Н. Якубову [4] и др.

Но, как указывают некоторые исследователи, единого понимания категории «брендинг территории» еще не достигнуто [4]. Кроме того, очень мало исследований посвящено формированию бренда территории с учетом ее конкретных особенностей. В частности, важно понимать, что создание и развитие бренда индустриального города отличается от, например, создания бренда города с развитой развлекательной инфраструктурой.

Под брендингом территории в узком смысле понимается стремление подороже «продать» реальные товары территории как места, удобного, привлекательного для жизни и предпринимательства [4]. Иначе говоря, в основе этой тенденции лежит желание показать сравнительные преимущества территорий.

В широком понимании брендинга территории основной акцент делается на формировании территории как пространства для обитания, территории как места, где делаются покупки, территории как исторического и культурного центра и т.п. [5].

Брендинг мест направлен на преодоление дефицита материальных и нематериальных ресурсов в регионе, в его основе лежит идея донесения до широкой общественности представления об уникальности территории.

Проведение брендинга территорий дает решение ряда важнейших задач, связанных с улучшением туристической или инвестиционной привлекательности региона. Кроме того, брендинг региона обеспечивает формирование его позитивного имиджа и повышение качества жизни населения.

Успешность брендинга территории оказывает непосредственное влияние на: обеспечение стойкого и привлекательного имиджа территории, повышение ее узнаваемости; формирование потребительского представления об уникальности; преодоление дефицита ресурсов; привлечение туристов.

Исходя из этого ясно, что брендинг территории оказывает непосредственное влияние на развитие индустрии гостеприимства, поскольку привлечение туристического потока напрямую связано с позиционированием территории.

Увеличение туристского потока приносит городу дополнительные финансовые выгоды, что положительно сказывается на его бюджете и, как следствие, благосостоянии населения. Кроме того, привлечение туристов повышает финансовое довольство граждан, непосредственно занятых в региональной индустрии гостеприимства. Не стоит забывать и о том, что бренд, в том числе бренд города, приносит и ряд нематериальных ценностей, таких как узнаваемость, самоутверждение, гордость местного населения за свой город.

Целесообразнее рассматривать важность брендинга на примере конкретных территорий.

Каждый десятый город России, так или иначе, уже пробовал заниматься своим брендингом. Нередко подобные проекты заканчиваются провалом. Например, Старый Оскол, Дубна в 2014 г. пытались создать бренд города с помощью народного конкурса, однако подобная практика практически не приносит результатов. Все больше городов осознают важность не просто презентации особенностей города в той или иной форме, но и в позиционировании с учетом существования тысяч других городов.

Исходя из негативного опыта становится понятным, что для развития индустрии гостеприимства необходим современный брендинг, целенаправленно формирующий туристические потоки.

Говоря о Свердловской области, можно отметить, что активный брендинг уже ведется несколько лет. На протяжении последнего десятилетия город захлестнуло интенсивное развитие сфер деятельности, сопряженных с коммуникативными и обслуживающими функциями – образовательные центры, банковские и финансовые учреждения, страховые компании, телевидение, СМИ, рекламные агентства, отели, а также индустрии досуга, отдыха и развлечений.

Екатеринбург – одно из главнейших в России связующих звеньев экономических и торговых путей, отличающихся высокой концентрацией крупных компаний и корпораций. Именно поэтому здесь вопросы развития индустрии гостеприимства и брендинга города приобретают особую актуальность.

Согласно статистике, в сфере туризма в Екатеринбурге основным направлением является деловой туризм. Здесь поток иностранных граждан, посещающих город, постоянно растет, и ожидается, что данная тенденция сохранится в ближайшей перспективе.

Город регулярно выступает площадкой проведения крупных международных мероприятий, таких как БРИКС, ШОС, ЧМ-2018, ИННО-ПРОМ, Российско-китайское экспо, форумы приграничного сотрудничества и др. Благодаря таким проектам инфраструктура города развивается (см. таблицу).

Повышать конкурентоспособность Екатеринбурга в сфере туризма можно при помощи создания бренда в рамках концепции предпринимательства. Здесь вполне уместны такие лозунги, как «Надежное партнерство», «Активный бизнес на границе Европы – Азии» и т.д.

Перед участниками рынка должна стоять задача превратить город в один из ключевых центров деловых коммуникаций. Положительная динамика наблюдается уже сейчас: за последние 10 лет количество спе-

циализированных площадок, соответствующих мировым стандартам, увеличилось, количество конгресс-мероприятий возросло вдвое.

Создание современной инфраструктуры через комплекс стратегических проектов

Направление	Стратегические проекты
Развитие объектов облаживающей инфраструктуры	Торговые узлы Екатеринбурга; Екатеринбург – межрегиональный центр оптовой торговли; Международный выставочный центр; Международный конгресс-центр; Деловые центры Екатеринбурга; Спортивный Олимп
Развитие транспортной инфраструктуры	Аэропорт «Кольцово» – транспортный хаб; Модернизация железнодорожного узла; Три городских автотранспортных кольца; Развитие регулируемой улично-дорожной сети
Развитие объектов культурно-исторического наследия	Музейный комплекс «Екатеринбург» ; Екатеринбург – центр современного искусства; Сохранение объектов культурного наследия; Библиотека XXI века
Развитие природных объектов и маршрутов	Духовный центр Урала (Верхотурье); Романовы на Урале; Екатеринбург – граница Европы и Азии; Зеленый город

Конечно, реализация такой стратегии брендинга практически невозможна без действий со стороны Администрации города, т.е. выделения средств и составления целевых программ для развития туристской инфраструктуры, создания площадок деловых встреч и т.д.

Для создания привлекательного бренда города необходимо:

сформулировать ясную, сжатую, амбициозную, но при этом реалистичную позицию и образ бренда;

позиционировать бренд, основываясь на ценностях, подходах, принципах и характеристиках населения;

отразить внятную стратегию развития города и ее ключевые точки с учетом навыков, ресурсов и компетенций;

эффективно изменяться, чтобы приносить выгоду целевым аудиториям;

успешно коммуницировать с внутренними сторонами влияния;

эффективно интегрироваться в различные средства маркетинговых коммуникаций;

быть последовательными.

Успешные бренды всегда развиваются по одному и тому же сценарию – от создания характерного образа (по сравнению с городами/регионами-конкурентами) до повышения узнаваемости и уважения к бренду, основанному на этом образе. Характерный образ формируется как результат понимания того, каким путем ключевые ценности, признаки,

подходы и характеристики воплощаются в специальных навыках, ресурсах и компетенциях города, как они вписываются в набирающие силу тренды экономического, экологического, социального и технологического развития. Этот образ становится полноценным брендом только тогда, когда разрабатывается и применяется соответствующий стратегический план, который последовательно доносится до целевых аудиторий. Сильный бренд города – это не только реклама и коммуникации, но и часть большого стратегического плана.

Таким образом, брендинг территорий становится таким же необходимым направлением территориальной политики, как и стратегии бизнеса любого коммерческого предприятия (корпорации). Брендинг территории сегодня является важнейшим фактором социально-экономического, политического развития региона. Велико его значение и для развития индустрии гостеприимства.

Библиографический список

1. *Атаева Т. А.* Маркетинг территорий как фактор развития инфраструктуры региона // Маркетинг: реальность и проекции в будущее : материалы Междунар. науч. конф. Варна, 2012.
2. *Важенина И. С.* Имидж и репутация территории как основа продвижения в конкурентной среде // Маркетинг в России и за рубежом. 2011. № 6. С. 82–98.
3. *Калиева О. М., Вакунова И. В., Марченко В. Н., Большакова Ю. С.* Факторы, влияющие на формирование имиджа города // Молодой ученый. 2014. № 2. С. 439–441.
4. *Родькин П.* Визуальная политика. Фирменный стиль России. М. : Совпадение, 2009.
5. *Якубова Т. Н., Крюкова А. П.* Территориальный брендинг как инструмент развития региона // Молодой ученый. 2014. № 21. С. 484–488.

Н. П. Васильева, Я. Ю. Старовойтова, М. Н. Татаринов
Уральский государственный экономический университет
(Екатеринбург)

Гастрономическая идентичность как фактор повышения конкурентоспособности Урала

Аннотация. В статье проанализированы составляющие регионального самосознания в современном обществе. Определены особенности гастрономической культуры. Рассмотрено понятие «гастрономическая идентичность». Выявлены факторы, способствующие формированию гастрономической идентичности Урала. Сформулирована одна из задач современной культурной политики Екатеринбурга и Урала – создание и развитие современных культурных институций.

Ключевые слова: национальная гастрономическая культура; национальная идентичность; региональное самосознание; гастрономическая идентичность.

В последние два десятилетия XX в. относительно случайные попытки анализа гастрономического потенциала территории с точки зрения разных областей гуманитарного знания сложились в единое исследовательское направление, получившее название food studies [7, с. 118]. Это

направление объединяет историков, антропологов, этнографов, психологов, социологов, экономистов – все это указывает на то, что пища является феноменом, требующим комплексных исследований, которые стали возможными именно после того, как «разорванный» подход продемонстрировал свои ограничения в концептуализации гастрономической культуры.

Вместе с тем феномен гастрономической культуры имеет большую значимость, поскольку выступает в качестве одного из базовых регуляторов жизни. В исследованиях данного профиля, безусловно, важнейшей представляется способность еды быть носителем культурных значений: ее техническая и символическая составляющие [8, с. 265].

Итак, в нашем исследовании идентичность – это способ классификации окружающего мира, в основе которого лежит коллективное представление индивидов о себе, формирующееся в процессе взаимодействия с окружающей действительностью, как продукт социальной, экономической и политической активности индивидов в сходных условиях жизни.

Понятия «менталитет» и «национальная самобытность» прежде всего выделяют народ с его характерными особенностями на общем фоне. «Идентичность» делает акцент на объединяющее начало. Чтобы выделиться, нация должна сплотиться. Ученый Сергей Кропотков трактует народность и национальную самобытность не как внеисторическую программу, которая сидит в голове некоего русского или британца, а как то, что целенаправленно производится, поскольку не может быть национального подъема без актуальной объединяющей национальной идеи [2, с. 128].

В каждой системе национальных проявлений есть изменчивые и устойчивые элементы. Для американцев, к примеру, постоянна такая черта – отодвигание границ: не только географических, но и между культурами, между дикостью и цивилизацией, между микро- и макромиром. Для русских постоянный сюжет – преодоление препятствий методом коллективных усилий. И максимально общероссийская идея преодоления заземлена на уральской территории. Горы и города – места концентрации энергий. Плоский ландшафт менее нагружен смыслами [3, с. 128]. Именно Урал представляет символический капитал русских в чистейшем виде, служит неким связующим звеном России. К тому же здесь присутствует и интеллектуальный капитал – это край «новых умных», что есть результат сосредоточения высокотехнологичной промышленности, предприятий оборонного комплекса. Уральский миф уже был создан. Он был услышан и показан Павлом Бажовым: до него Урал не воспринимался таким горным, мастеровым краем, как теперь. Советские идеологи выдвинули формулу «Урал – опорный край державы». Кроме исторически сложившихся индустриальных структур здесь присутствует и интеллек-

туальный потенциал (высокотехнологичная промышленность, «оборонка», высшая школа). Но при всем разнообразии пониманий уральской идентичности вопросы о том, как и почему человек ощущает или не ощущает себя уральцем, какими смыслами наполняется для него это понятие, остаются открытыми, хотя именно это имеет все большее значение для понимания логики и динамики процессов регионального самосознания в современном обществе.

Возвращаясь к базовой теме, следует отметить, что гастрономической идентичностью региона можно считать совокупность особенностей существующих в нем гастрономических культур, придающих ему некую уникальность наряду с другими регионами. Гастрономическая идентичность представлена технологиями приготовления, подачи, потребления пищи, особенностями организации пищевой промышленности, особенностями функционирования агропромышленного комплекса, формами существующих гастрономических традиций.

Опыт формирования гастрономической идентичности территорий зародился в Европе. Франция, Италия, Великобритания и ряд других стран законодательно соотнесли районы производства определенного вида пищевой продукции и конкретные пищевые бренды. Во Франции это винодельческие регионы Шампань и Бургундия. В Италии – Тоскана, Пьемонт, в Великобритании – Шотландия, в Германии – Бавария. Таким образом, зародилась практика соотнесения региона с производимой в нем продукцией, направленная как на защиту местного производителя, так и на повышение его узнаваемости на рынке [1, с. 76]. В России имеются значительные предпосылки для разработки гастрономической идентичности некоторых территорий, однако подобная практика пока не проводится. В данном ключе Московская область могла бы позиционироваться как центр зарождения традиционной русской кухни. Ленинградская область – как регион «императорской кухни», дворцовых приемов и балов, Владимирская область – как регион «княжеской» кухни, пиров под открытым небом, а Свердловская область – ассоциативно взяв на себя направление локальной кухни Полярного Урала и Сибири.

Климатические особенности Урала породили группу факторов, определяющих его гастрономическую культуру, – возникновение технологий приготовления пищи, способов ее обработки. Русская печь в условиях довольно суровой зимы служила одновременно и источником тепла, и устройством для приготовления пищи [5, с. 77]. Неблагоприятные климатические условия способствовали появлению на Урале специальных технологий приготовления пищи, которые придают ей большую калорийность (жарка в масле, тушение, выпекание).

В целом для разработки, формирования и продвижения концепций гастрономической идентичности необходимы значительные проектно-

исследовательские мероприятия. В нашем регионе производится определенный состав продуктов питания. Среди многочисленного ассортимента целесообразно выявить те продукты, которые могут быть отнесены к категории брендовых (например, пельмени, строганина, морсы, ароматные чаи). К критериям отбора могут быть отнесены популярность продукта в качестве сувенира, его популярность на предприятиях общественного питания, связь с определенными гастрономическими событиями, упоминание продукта в местном фольклоре [4, с. 356]. Особый интерес представляет исследование вариативности в технологиях изготовления, подачи, потребления конкретного продукта или блюда. В регионе также могут работать центры по передаче гастрономических знаний. В Китае, например, работают центры по изучению чайной церемонии.

Местным органам исполнительной власти рекомендуется оказывать поддержку разнообразным гастрономическим событиям – праздникам, фестивалям, шоу, способствующим продвижению и популяризации продуктов или блюд. Первые шаги в этом направлении сделаны: Международный фестиваль «Барбекю», ежегодно проходящий в ЦПКиО им. Маяковского при поддержке Министерства агропромышленного комплекса и продовольствия, объединяет на своей площадке производителей локальных продуктов, и рестораны, проповедующие идею автохтонной кухни.

Концепция гастрономической идентичности может выступать в качестве эффективного инструмента продвижения региона также на рынке внутреннего и въездного туризма [6, с. 36]. В регионах, обладающих высоким уровнем исследования гастрономической культуры и имеющих необходимый набор ресурсов, может получить развитие гастрономический туризм. Так, на Урале туристы имеют возможность посещать различные промышленные предприятия, производящие конкретную продукцию, гастрономические музеи, фермы. Развитию гастрономического туризма могут способствовать разнообразные маркетинговые инструменты, созданные на основе исследований, – кулинарные путеводители, гастрономические карты, «вкусные» справочники.

Гастрономическая идентичность региона – довольно интересный и перспективный метод продвижения туристских территорий. Формирование и продвижение программ гастрономической идентичности позволяет взглянуть под другим углом на типичные экскурсионные программы.

Одна из задач сегодняшней культурной политики Екатеринбурга и Урала – создание и развитие современных культурных институций, которых пока очень мало, а также работа над имиджем и инновационным потенциалом города. Но что же останется, если отказаться от бытового ландшафта, ассоциируемого с «трудовым фронтом», рабочими кварталами, загрязненной экологической средой и провинциальной культурой?

Наиболее эффективно работающим в современном мире имиджем является образ разностороннего города с богатой культурной традицией и жизнью. Уникальное евроазиатское географическое расположение Екатеринбурга, обуславливающее его изначальную мультикультурность, в перспективе позволяет ему стать пространством, способным аккумулировать и интегрировать творческую энергию.

Библиографический список

1. Динчи К. Брендинг территорий. Лучшие мировые практики. М.: Манн, Иванов и Фербер, 2013. С. 76.
2. Кропотов С. Л. Уральская идентичность // Эксперт Урал. 2003. № 48.
3. Максаковский В. П. Географическая картина мира. М.: Дрофа, 2009. Кн. II: Региональная характеристика мира.
4. Похлебкин В. В. Из истории русской кулинарной культуры. М.: Центрполиграф, 2002.
5. Субботина Е. В. Организация питания туристов. М.: МИИР, 2008.
6. Сильчева Л. В., Бальнин К. А. Гастрономическая идентичность региона. Сущность и практическое значение // Естественные и математические науки в современном мире. 2015. № 7.
7. Сохань И. В. Гастрономические риторики утопий и антиутопий // Вестник Томского государственного университета Культурология и искусствоведение. 2013. № 2.
8. Сохань И. В. Фаст-фуд как актуальная гастрономическая практика потребления // Журнал социологии и социальной антропологии. 2011. № 5. С. 260–269.

В. М. Гаянова, В. Е. Зиновьева

*Уральский государственный экономический университет
(Екатеринбург)*

Характеристика основных тенденций развития торговли в Свердловской области

Аннотация. В статье рассмотрены и проанализированы основные тенденции развития торговой отрасли в Российской Федерации. Показано, что базой перспективного развития розничной торговли являются ее взаимосвязь с логистикой и оптовой торговлей, увеличение доли крупных предприятий, а также, что ключевую роль играют современные технологии развития и повышения эффективности розничных торговых сетей. Перечислены ключевые тенденции повышения конкурентоспособности российского розничного рынка в среднесрочной перспективе. Характеристика основных тенденций развития торговой отрасли рассмотрена на уровне региона, на примере розничной торговли Свердловской области. Из анализа динамики розничной торговли Свердловской области сделаны выводы, что существуют проблемы и в то же время возможности для дальнейшего роста и развития торговой отрасли.

Ключевые слова: интеграционный процесс; логистика; оптовая торговля; розничная торговая сеть.

Торговля является одной из наиболее динамично развивающихся и бюджетообразующих отраслей экономики. И в ней, конечно же, прослеживаются основные тенденции.

1. Усиление социальной направленности развития розничной торговой сети в РФ, которое осуществляется через реализацию приоритетных направлений ее совершенствования.

2. Рост количества и качества розничных торговых предприятий, который должен осуществляться как за счет нового строительства, реконструкции и комплексной рационализации действующих магазинов, так и на основе инновационных технологий в области информатизации, совершенствования организации труда и управления торгово-технологических процессов. Наблюдаются создание внутримежотраслевых объединений и открытие фирменных торговых предприятий товаропроизводящих отраслей [3].

3. Совершенствование оптового комплекса России.

4. Задачи оптимизации стратегической логистики в цепях поставок для предприятий оптовой торговли. Эффективная координация целенаправленной работы всех задействованных в цепях поставок организаций (производителей и оптовых компаний, логистических провайдеров, распределительных центров, дистрибьюторов, страховщиков, надзорных институтов, силовых ведомств и др.) является актуальной задачей современного ритейла.

5. Развитие интеграционных процессов в сфере оптовой торговли. Переход на новую ступень развития – вертикальная интеграция с производственными, посредническими и сервисными структурами, входящими в данную товаропроводящую систему. Диагональная интеграция: торговая сеть устанавливает связи с предприятиями, которые не являются смежными для рыночного объекта, но включены в технологическую цепочку, содержащую однородные или потенциально смежные с ним предприятия [1].

6. Слияние оптовых предприятий с розничными структурами.

7. Расширение рынка логистических услуг.

8. Совершенствование форматов магазинов.

9. Современные технологии развития и повышения эффективности розничных торговых сетей. Это повышение уровня технической оснащенности предприятий торговли на основе автоматизации коммерческо-технологических и управленческих процессов; своевременное получение информации в реальном времени и структурирование отрасли в комплексе с современными средствами получения и обработки информации (электронным документооборотом); заключение прямых договоров с производителями товаров; диверсификация форматов торговли; вложение в брендинг и маркетинговые исследования; покупка собственных сетевых торговых марок [4].

Ключевые тенденции повышения конкурентоспособности российского розничного рынка в среднесрочной перспективе:

увеличение доли непродовольственных товаров в структуре розничных продаж;

увеличение доли современных торговых форматов с приоритетным ростом доли гипер- и супермаркетов;

увеличение концентрации и рыночной силы действующих крупнейших ритейлеров.

Безусловно, с появлением новых зарубежных игроков конкурентная среда на рынке обострится, однако это обострение будет сдерживаться рядом факторов. Во-первых, даже иностранные торговые сети с трудом смогут конкурировать с российскими ритейлерами в форматах, кроме гипермаркета и Cash&carry, в крупных городах по причине банального отсутствия в пределах города достаточного количества свободных площадей (под аренду или строительство). Во-вторых, даже в случае выхода иностранцев на российский розничный рынок они столкнутся с нештучной конкуренцией со стороны действующих крупнейших рыночных игроков, которые в настоящий момент обладают высоким уровнем узнаваемости торговой марки, а запущенные программы скидок позволяют не только выигрывать в плане цен, но и поддерживать высокий уровень лояльности покупателей [6].

10. Улучшение качества обслуживания покупателей в перспективе связано прежде всего с внедрением в эксплуатацию расчетных систем самообслуживания и киосков Self checkout. Покупатель самостоятельно после сканирования оплачивает товар, а к станции сканирования подходит следующий покупатель. Оплата производится через аппараты для приема купюр.

11. Корпоративное управление торговыми предприятиями. Особенностью этой формы управления в торговле должно быть стремление вовлечь в корпоративное управление также интересы покупателей, сделать их постоянными посетителями предприятий данной корпорации. Корпоративные магазины должны использовать хорошо организованный менеджмент, руководствоваться в торговой деятельности принципами маркетинга и мерчендайзинга, добиваться повышения эффективной организации труда и управления, сокращения всех видов затрат и высокого уровня обслуживания покупателей [4].

Характеристику основных тенденций развития торговой отрасли рассмотрим на примере розничной торговли Свердловской области. Свердловская область – пятый по численности населения (3,2% населения России) субъект РФ – входит в группу наиболее урбанизированных регионов страны. Доля городского населения превышает 87%. Территория области составляет почти 195 тыс. км² – 1,2% территории РФ. Экономика Свердловской области характеризуется высоким уровнем разви-

тия промышленности, строительства, сельского хозяйства, транспорта, торговли и услуг.

По итогам 2014 г. по объему оборота розничной торговли Свердловская область занимает 1-е место среди областей Уральского федерального округа и 5-е место среди субъектов РФ после Москвы, Московской области, Краснодарского края, города Санкт-Петербурга (в 2013 г. – 3-е место). По объему оборота розничной торговли пищевыми продуктами, включая напитки, и табачными изделиями – 1-е место среди областей УрФО и 4-е место среди субъектов РФ после Москвы, Московской области и Краснодарского края (в 2013 г. – 3-е место). По объему оборота розничной торговли торговых сетей Свердловская область занимает 1-е место среди областей Уральского федерального округа и 4-е место среди субъектов РФ после Москвы, Санкт-Петербурга, Московской области. В обороте розничной торговли торговых сетей удельный вес пищевых продуктов, включая напитки, и табачных изделий составил 61,3% (в 2013 г. – 60,4%). Темп роста оборота розничной торговли в целом по области в фактических ценах 2014 г. к 2013 г. составил 104,7%¹.

В 2014 г. наибольший удельный вес в обороте розничной торговли пищевыми продуктами, включая алкогольные напитки и табачные изделия, занимают: мясо – 20,8% (в 2013 г. – 19%), алкогольные напитки – 15,3% (в 2013 г. – 15,6%), молочные продукты – 9,2% (в 2013 г. – 7,8%), кондитерские изделия – 6,8% (в 2013 г. – 6,3%), хлеб и хлебобулочные изделия – 5,1% (в 2013 г. – 5,1%). В обороте розничной торговли непродовольственными товарами занимают: бензин автомобильный – 12,6% (в 2013 г. – 12,1%), верхняя одежда – 12,4% (в 2013 г. – 12,3%), автомобили легковые – 11% (в 2013 г. – 11,2%), фармацевтические и другие товары – 6,8% (в 2013 г. – 6,3%), обувь кожаная – 4,6% (в 2013 г. – 4,5%)².

По группе непродовольственных товаров за 2014 г. в наибольшей степени наблюдался рост объемов продаж в товарной массе холодильников и морозильников (на 6,3%), телевизоров (на 6,5%), технических носителей информации (на 6,7%), спортивных товаров (на 6,6%), мобильных телефонов (на 6,6%). Зафиксировано наибольшее сокращение объемов розничной продажи книг, газет и журналов, напольных покрытий и ковровых изделий, игрушек, тканей, одежды из меха, ювелирных изделий [2].

Розничная торговая сеть Свердловской области насчитывает 25 911 объектов торговли. Из 20 130 магазинов, расположенных в Свердловской области:

6 834 продовольственных магазина;

¹ ЕМИСС – индексы потребительских цен на товары и услуги. URL : www.fedstat.ru.

² Информация о состоянии и итогах развития потребительского рынка Свердловской области за 2014 год. URL : <http://mcxso.midural.ru>.

11 112 непродовольственных магазинов;

2 184 смешанных магазина.

В 2014 г. в Екатеринбурге были открыты двери трех гастрономов премиум класса: «Гастрономъ „Елисейский“» на ул. Красноармейская, 64 и на ул. 8 Марта, 190 и супермаркет элитных продуктов «Гастрономия» на ул. Розы Люксембург, 4 (ТЦ «Покровский Пассаж»). Первый входит в состав ТС «Елисей», второй – ТС «Звездный».

В конце 2014 г. торговая сеть «Мегамарт» запустила в Екатеринбурге два гипермаркета – на ул. Советской, 6а и на ул. Луначарского, 205. По словам гендиректора торговой сети Александра Комиссарова, таких крупных объектов компания еще не строила. Площадь первого объекта – 25,5 тыс. м², второго – 15,3 тыс. м².

В начале 2015 г. федеральный оператор ГК «Дикси» открыл первый магазин формата «у дома» в Екатеринбурге на ул. Бебеля. Площадь магазина 360 м², в ассортименте около 3 тыс. наименований товаров, 40% – продукция производителей Уральского региона. Сегодня в городе присутствуют четыре торговые точки под брендом «Дикси».

В тройку лидеров рейтинга продуктовых розничных сетей по обороту торговли в Екатеринбурге и Свердловской области по версии журнала DK.RU вошли региональная торговая сеть «Монетка» и ГК «Кировский», а также федеральная сеть «Магнит». Совокупный оборот этих торговых сетей в регионе по итогам 2014 г. составляет 70 млрд р. (15% оборота розничной торговли продуктами товарами Свердловской области).

Вывод таков, что на рынке розничных торговых сетей наблюдается рост торговых сетей как международного, так и региональных, федеральных и других уровней. Несмотря на снижение расходов населения не только на непродовольственные товары, но и товары продовольственные, в России и ее регионах растет количество торговых сетей, потому что одной из причин появления новых операторов являются привлекательные коммерческие условия: снижение ставок аренды в среднем на 20–30% или переход на арендную плату в виде процента от товарооборота.

Оборот общественного питания в Свердловской области в среднем за месяц по итогам 2014 г. примерно на 47% превышает средние российские показатели. Максимальное значение показателя «оборот общественного питания на душу населения» в 2014 г. отмечено в МО город Екатеринбург – 24,7 тыс. р., минимальное значение – 0,4 тыс. р. – в Шалинском ГО¹.

За 2014 г. количество стационарных объектов питания увеличилось на 72 единицы, темп роста сети предприятий питания составил 101,1%. Рост сети стационарных объектов питания отмечается преимущественно за счет увеличения объектов питания открытой (общедоступной) сети.

¹ *Информация* о состоянии и итогах развития потребительского рынка Свердловской области за 2014 год. URL : <http://mcxso.midural.ru>.

По итогам работы отрасли за 2014 г. объем бытовых услуг, оказанных населению Свердловской области, составил 27,6 млрд р.

Несмотря на количественный рост сетевых бизнес-структур розничной торговли, на начало 2015 г. сформирован отрицательный сальдированный финансовый результат в сумме 2 051,5 млн р.

Из анализа динамики розничной торговли Свердловской области можно сделать вывод, что существуют проблемы и в то же время возможности для дальнейшего роста и развития торговой отрасли. Проблемы связаны с ростом, во-первых, количества торговых площадей сверх установленного законом; во-вторых, торговых площадей в торговых центрах при снижении платежеспособного спроса населения; в-третьих, консолидации отрасли и конкуренции между бизнес-структурами розничной торговли при увеличении вклада дистанционной торговли в розничный оборот. Есть проблемы в развитии малого и среднего бизнеса в розничной торговле из-за низкой привлекательности для развития розничной торговли в малых и отдаленных населенных пунктах Свердловской области [5].

Библиографический список

1. Журнал «Вопросы экономики». URL : <http://www.vopreco.ru>.
2. Журнал «Деловой квартал». URL : http://www.onlinegazeta.info/sverdlovsk/delovoy_kvartal_zhurnal_ekaterinburg_online.htm.
3. Журнал «Эксперт». URL : <http://www.expert.ru>.
4. *Окрепилов В. В.* Эффективность торговой деятельности // Экономический анализ: теория и практика. 2010. № 19. С. 21–28.
5. *Мустафина О. В.* Особенности развития розничной торговли Свердловской области в современных условиях развития потребительского рынка // *Educatio*. 2015. № 7-1.
6. *Философова Т. Г., Быков В. А.* Конкуренция и конкурентоспособность. М. : Юнити, 2012.

М. Н. Гончарова, Е. М. Титова, О. А. Чащина

*Уральский государственный экономический университет
(Екатеринбург)*

Современные тенденции инвестирования в строительство в Екатеринбурге

Аннотация. Показана актуальность изучения инвестирования в строительство в Российской Федерации. Рассмотрены текущие тенденции и направления инвестирования в строительство как в целом в России и Свердловской области, так и на территории Екатеринбурга. Определены плюсы и минусы инвестирования в различные виды строительства с позиции финансовых рисков. Представлены преимущества комплексной застройки территории.

Ключевые слова: инвестиция; строительство; комплексное освоение территории.

Инвестиции являются неотъемлемой частью современной экономики. У инвестиций одна цель – принести прибыль тому, кто их вкладывает.

Инвестиций могут выступать денежные средства, ценные бумаги, иное имущество, в том числе имущественные и иные права, имеющие денежную оценку.

Актуальность изучения инвестирования в строительство подтверждается тем фактом, что более половины инвестиций в России направлены именно в строительство, в основном коммерческой и жилой недвижимости. Если говорить о влиянии объемов и темпов строительства на экономику территории, то была замечена такая закономерность, что увеличение объемов строительства помогает улучшить экономическую ситуацию в стране и регионе. Реальным примером такого влияния является выход из застоя экономики США после Второй мировой войны благодаря увеличению объемов строительства.

Направления инвестирования в строительство, пожалуй, одинаковые для всех стран и регионов:

- а) жилые дома;
- б) коммерческая недвижимость – офисные и торгово-развлекательные комплексы;
- в) загородная недвижимость;
- г) производственные предприятия.

Рассмотрим плюсы и минусы инвестирования в различные виды строительства (табл. 1).

Т а б л и ц а 1

Плюсы и минусы инвестирования в различные виды строительства

Вид строительства	Плюсы инвестирования	Минусы инвестирования
Жилые дома	Минимальные риски; относительно небольшие временные затраты на строительство и окупаемость; хорошая ликвидность; выгода вложения в начале строительства; возможность получения долгосрочного дохода при сдаче объекта в аренду	В случае продажи доход единоразовый; риск наткнуться на недобросовестного застройщика; из-за экономической ситуации возможно замораживание стройки; необходимость поиска страховщика, который сможет в полной мере удовлетворить все требования инвестора
Коммерческая недвижимость	Обладает определенной антиинфляционной устойчивостью; обеспечивает стабильность дохода;	Требует больших капиталовложений; обладает небольшой ликвидностью;
	этот вид инвестирования основан на праве собственности; высокий доход; у инвестора есть возможность контроля вложенного капитала	окупаемость строительства – 5–8 лет; требует управления, подразумевает определенные расходы и высокую ответственность во время ее эксплуатации

Вид строительства	Плюсы инвестирования	Минусы инвестирования
Производственные инвестиции	Большой доход в случае окупаемости; временные затраты на строительство зависят от сложности требований к возводимому объекту	Большие риски; требует больших капиталовложений; сложность оценки экономической и финансовой эффективности
Загородная недвижимость	Быстро развивающийся сегмент рынка; ценность земельного участка; хорошая ликвидность; относительно небольшие временные затраты на строительство и окупаемость; возможность получения долгосрочного дохода при сдаче объекта в аренду; перспектива увеличения стоимости за счет вхождения участка в городскую черту	В случае продажи доход единоразовый; риск наткнуться на недобросовестного застройщика; из-за экономической ситуации возможно замораживание стройки; необходимость поиска строителя, который сможет в полной мере удовлетворить все требования инвестора

Примечание. Составлено по данным Аналитического портала для трейдеров. URL : <http://utmazine.ru>.

Из табл. 1 видно, что самой безопасной с точки зрения инвестирования является жилая недвижимость. В основном безопасность инвестирования именно в жилую недвижимость обеспечивается высокой ликвидностью жилых площадей и малыми временными затратами на строительство. Но если рассматривать качество инвестирования с точки зрения прибыли, то здесь предпочтение отдается производственным инвестициям и инвестированию в коммерческую недвижимость.

Обратимся к факторам, влияющим на активность инвесторов, вкладывающих в строительство [1]:

- а) экономическая ситуация в стране;
- б) государственные программы стимулирования инвестиционной активности;
- в) снижение уровня инфляции;
- г) насыщение рынка кредитными ресурсами;
- д) рост спроса на объекты строительства.

Учитывая развитие событий в российской экономике, область строительства готовится к спаду инвестиционной активности из-за уменьшения потребительского спроса. Прогнозируемое удорожание строительства вследствие ввода эмбарго на некоторые стройматериалы также не увеличивает привлекательность области строительства для инвесторов. Но эксперты считают, что процент импортных стройматериалов на рынке России не так уж велик. На сегодня около 90% стройматериалов, исполь-

зуемых для возведения жилья экономкласса, являются отечественными. Импортные отделочные материалы используются при строительстве и отделке элитного жилья¹. Уровень инфляции пока тоже не играет инвесторам на руку. В годовом исчислении за 2015 г. уровень инфляции составил 14,98%. Но если смотреть статистику за год, представленную в табл. 2, можно сделать вывод о том, что постепенно ситуация улучшается.

Таблица 2

Процент инфляции рубля за 2015 г.

	Январь	Февраль	Март	Апрель	Май	Июнь	Июль	Август	Сентябрь	Октябрь	Ноябрь	Декабрь	Всего
За месяц, %	3,85	2,22	1,21	0,46	0,35	0,19	0,8	0,35	0,57	0,74	0,75	0,77	12,26

Примечание. Источник: *СтатБюро*. URL : <https://www.statbureau.org>.

Все эти колебания отражаются на ставке кредитования, делая ее не привлекательной для заемщиков. Например, ставка ипотечного кредитования в 2015 г. в России достигала 21–23%.

Действия государства и региона в такой ситуации имеют ключевое значение. Во время кризиса 2015 г. для предотвращения снижения инвестиционной активности в области строительства государством были приняты следующие меры:

была введена госпрограмма субсидирования ипотечных ставок. Минфин предложил банкам выдавать жилищные кредиты на «новостройки» под пониженный процент – не более 12% – и обязался компенсировать разницу с ключевой ставкой;

проводится работа по актуализации Стратегии развития промышленности строительных материалов и индустриального домостроения на период до 2020 года. В соответствии с планами стратегии ежегодные объемы производства основных стройматериалов должны увеличиться в 1,5–2 раза. Выпуск цемента и кирпича должен вырасти более чем на 50%, теплоизоляционных материалов – более чем на 73%, а нерудных материалов – более чем в два раза. Кроме того, в июле 2015 г. вступил в силу закон «О промышленной политике в Российской Федерации», который содержит меры поддержки высокотехнологичных производств в строительстве²;

программы государственной поддержки инвесторов вводятся в основном на региональном уровне. Например, в Волгоградской области

¹ *Общественный совет при Министерстве строительства и жилищно-коммунального хозяйства Российской Федерации*. URL: <http://www.cbmit.ru>.

² *РИА Новости*. URL : <http://riarealty.ru>.

оказывают поддержку организациям, осуществляющим жилищное строительство, в Калужской области существует Совет по улучшению инвестиционного климата, в Ставропольском крае обновлена нормативно-правовая база по капитальному строительству.

В Свердловской области принята и реализована Областная целевая программа «Развитие жилищного комплекса в Свердловской области» на 2011–2015 годы, основной целью которой выступает увеличение предложения жилья экономкласса на жилищном рынке, в том числе малоэтажного. На наращивание объемов жилищного строительства направлена реализация на территории Свердловской области инвестиционных проектов комплексного освоения территорий в целях жилищного строительства и в порядке взаимодействия с Фондом реформирования жилищного строительства инвестиционных проектов комплексного освоения территорий в целях жилищного строительства на земельных участках, находящихся в федеральной собственности.

В настоящее время комплексная застройка территории активно развивается и применяется во всех субъектах России. Город представляет собой сложный производственно-территориальный комплекс, в своем составе город соединяет объекты различного функционального назначения [3]. Для устойчивого развития города и комфортного проживания граждан необходимо комплексно застраивать территорию города и ликвидировать точечную застройку.

Комплексная застройка предполагает формирование полноценной жилой среды, обеспеченной всеми видами современного культурно-бытового обслуживания (включая транспортное), отвечающего санитарно-гигиеническим, социально-функциональным и архитектурно-эстетическим требованиям [2]. Точечная застройка (уплотненная застройка) – это строительство новых зданий или сооружений уже в исторически сложившемся жилом микрорайоне.

Проблемы точечной застройки сложились во многих крупных городах. Данный вид застройки имеет негативный характер, что связано с некоторыми факторами:

- точно построенный дом увеличивает нагрузку на существующую инфраструктуру;

- сокращается придомовая территория в существующем микрорайоне;

 - нехватка мест в детских садах и школах;

 - недовольство жителей соседних домов, пока строится дом;

 - нарушается единый архитектурный стиль.

Резервы точечной застройки практически исчерпаны, на ее смену приходит комплексное освоение территории. Преимущества комплексной застройки очевидны: это и более широкое придомовое пространство,

и высокая безопасность внутри объекта, однородность социальной среды и наличие собственной инфраструктуры.

К характеристикам комплексной застройки относятся: долгосрочная реализация и многоэтапность строительства, единая концепция застройки и развития территории, продуманный архитектурный стиль проекта, ориентация преимущественно на типовое жилье экономкласса и комфорт-класса. Также важным показателем комплексной застройки является его высокая степень автономности: человек может жить, учиться, работать, отдыхать, заниматься спортом и посещать культурные мероприятия, не покидая территории комплекса.

У комплексной застройки есть и свои недостатки: долгосрочность проекта и высокие инвестиционные затраты. Данный вид застройки подходит крупным строительным компаниям. Екатеринбург является одним из лидеров в стране по объемам строительства, а Академический район в свою очередь – лучшей практикой комплексного освоения территории. В районе планируется построить более 13 млн м² недвижимости, из них 9 млн м² жилья и 4,2 млн м² социальной и коммерческой недвижимости. В нем должны расположиться знаковые для Екатеринбурга объекты – крупнейший торгово-развлекательный центр, бизнес-парк, конгресс-холл и др. Также планируется разместить не менее 90 тыс. рабочих мест. На территории района уже действуют крупная детская поликлиника, школы и детские сады, предприятия общественного питания, магазины, сервисные службы и т.д. Под комплексную застройку представлены и другие масштабные проекты, такие как «Виз-Правобережный», «Новокольцовский» и «Солнечный».

Комплексное освоение территории требует более серьезных финансовых инвестиций, чем точечная застройка, детальной проработки стратегии освоения территории и серьезных строительных мощностей. К проектам комплексной застройки более внимательно относятся и властные структуры.

Библиографический список

1. *Иголина Л. Л.* Инвестиции : учебник. 2-е изд. М. : Магистр, 2008.
2. *Комплексная организация жилой застройки / Государственный комитет по архитектуре и градостроительству при Госстрое СССР. Центральный научно-исследовательский и проектный институт типового и экспериментального проектирования жилища.* М., 1991.
3. *Ламерт Д. А., Юрина Г. И.* Прогнозирование использования земельных ресурсов застроенных территорий : учеб. пособие. Новосибирск : СГГА, 2012.

Повышение инвестиционной привлекательности предприятия средством приведения оценок активов в соответствие с МСФО

Аннотация. Статья посвящена проблемам, связанным с низким уровнем инвестиций в отечественную экономику. Автором исследуются международные подходы к оценке активов, которые рассматриваются в качестве приоритетного направления развития отечественных стандартов. Большое внимание уделяется нормативно-правовой основе вопроса. На основе анализа международных стандартов бухгалтерского учета было предложено сближение отечественных стандартов с международными для получения прозрачной и достоверной информации, формируемой в отчетности, что в свою очередь приведет к повышению интереса инвесторов (в том числе международных), а также позволит России выйти на новый уровень экономического развития.

Ключевые слова: бухгалтерский учет; оценка; вид стоимости; актив; международный стандарт; отчетность.

Переход России к рыночным отношениям, создание компаний различных форм собственности, стремление повысить уровень иностранного капитала привели к глобальным изменениям в системе бухгалтерского учета и отчетности хозяйствующих субъектов. Отечественная система бухгалтерского учета вынуждена переориентироваться на интересы собственников, кредиторов и инвесторов, а также других заинтересованных лиц, среди которых можно выделить преимущественно внешних пользователей учетно-отчетной информации. Данные изменения неизбежно приводят к максимальному сближению отечественного учета и отчетности с существующими международными научными принципами и действующей практикой.

Глобализация и развитие международных отношений в экономической сфере приводят к созданию единых правил и норм бухгалтерского учета (либо к максимальному сближению уже имеющихся норм). Стандартизация бухгалтерского учета приведет к решению ряда непростых проблем, повышению уровня взаимоотношений между отечественными компаниями и инвесторами (в том числе зарубежными). В качестве основных проблем можно выделить: отсутствие доверия к данным отчетности российских компаний и сопоставимости финансовой информации о деятельности организаций, привлекающих средства на рынках капитала, отсутствие в отечественном бухгалтерском учете и отчетности данных, которые позволяют управлять рисками и снижать их. Помимо указанного это связано с уровнем современных технологий и желанием всех пользователей отчетности получать максимально прозрачную и достоверную информацию о деятельности компании.

Актуальность и значимость выбранной темы обусловлена невозможностью предоставления, с точки зрения иностранных инвесторов, российскими организациями достоверной отчетности и точной классификации объектов учета, что, на их взгляд, приводит к искажению финансовых результатов. Необходимо отметить, что наличие собственных стандартов, включающих большое количество неточностей, приводит к неверному пониманию иностранными компаниями полученных данных и снижает интерес к инвестированию отечественных компаний. Данную проблему можно объяснить тем, что все пользователи финансовой отчетности хотели бы получать достоверную и прозрачную информацию.

Необходимость перехода на международные стандарты обусловлена следующей проблемой: предложенные отечественными нормативными документами варианты оценивания активов до настоящего момента не решают проблем практики учета и не отвечают требованиям пользователей, что подтверждается многочисленными фактами нарушения установленных правил оценки, необоснованных с точки зрения экономической целесообразности.

Виды стоимости активов в МСФО:

оценка по фактической (исторической) стоимости, которую также можно назвать оценкой по первоначальной стоимости или себестоимостью, исходя из определения в МСФО 16. Фактическая стоимость – это сумма уплаченных денежных средств и эквивалентов денежных средств или справедливая стоимость другого возмещения, переданного с целью приобретения актива, на момент его приобретения или во время его строительства, или сумма, в которой был отражен такой актив при первоначальном признании в соответствии с требованиями других МСФО. В данной оценке подлежат принятию к учету основные средства, нематериальные активы и некоторые другие виды активов¹;

для первоначальной оценки таких активов, как основные средства, нематериальные активы и запасы, также формируется себестоимость, которая должна включать все затраты на приобретение, затраты на переработку и прочие затраты, понесенные для того, чтобы обеспечить текущее местонахождение и состояние актива. Сумма уплаченных денежных средств и эквивалентов денежных средств или справедливая стоимость другого возмещения, переданного с целью приобретения актива, на момент его приобретения или во время его строительства, или, в случае ес-

¹ *Международный бухгалтерский стандарт (IAS) 16 «Основные средства»* : приказ Минфина РФ от 25 ноября 2011 г. № 160-н; *Международный бухгалтерский стандарт (IAS) 38 «Нематериальные активы»* : приказ Минфина РФ от 28 декабря 2015 г. № 217н.

ли это применимо, сумма, в которой был отражен такой актив при первоначальном признании¹;

оценка по справедливой стоимости – это оценка на основании цены, которая была бы получена при продаже актива или уплачена при передаче обязательства в условиях операции, осуществляемой на организованном рынке, между участниками рынка на дату оценки². Данный вид оценки может применяться для оценки основных средств, нематериальных активов, финансовых инструментов и запасов;

для ряда активов, среди которых можно выделить основные средства и нематериальные активы, может применяться оценка по переоцененной стоимости (восстановленной), представляющей собой справедливую стоимость этого объекта на дату переоценки за вычетом накопленной впоследствии амортизации и убытков от обесценения³;

оценкой по остаточной стоимости признается расчетная сумма, которую организация получила бы на текущий момент от выбытия актива после вычета предполагаемых затрат на выбытие, если бы актив уже достиг конца срока полезного использования и состояния, характерного для конца срока полезного использования. В отношении основных средств и нематериальных актив также может применяться этот вид оценки⁴;

оценка по дисконтированной стоимости – метод оценки по приведенной стоимости, при котором учитываются будущие потоки денежных средств, которые участник рынка ожидал бы получить от обязательства или долевого инструмента, который он удерживает как актив. Рассмотренный вид оценки применяется для финансовых инструментов⁵;

амортизированная стоимость финансового актива или финансового обязательства – величина, в которой финансовые активы или обязательства оцениваются при первоначальном признании, за вычетом выплат в погашение основной суммы долга, уменьшенная или увеличенная на сумму накопленной с использованием метода эффективной ставки процента амортизации разницы между первоначальной стоимостью и суммой погашения, а также за вычетом суммы уменьшения (прямого или

¹ *Международный бухгалтерский стандарт (IAS) 16 «Основные средства»* : приказ Минфина РФ от 25 ноября 2011 г. № 160-н; *Международный бухгалтерский стандарт (IAS) 2 «Запасы»* : приказ Минфина РФ от 28 декабря 2015 г. № 217н; *Международный бухгалтерский стандарт (IAS) 38 «Нематериальные активы»* : приказ Минфина РФ от 28 декабря 2015 г. № 217н.

² *Международный бухгалтерский стандарт (IAS) 13 «Оценка справедливой стоимости»* : приказ Минфина РФ от 25 ноября 2011 г. № 160-н (ред. от 26 августа 2015 г.).

³ *Международный бухгалтерский стандарт (IAS) 16 «Основные средства»* : приказ Минфина РФ от 25 ноября 2011 г. № 160-н.

⁴ Там же.

⁵ *Международный бухгалтерский стандарт (IAS) 39 «Финансовые инструменты: признание и оценка»* : приказ Минфина РФ от 25 ноября 2011 г. № 160-н (ред. от 26 августа 2015 г.).

путем использования счета оценочного резерва) на обесценение или безнадёжную задолженность. Данный вид оценки также применяется только для финансовых инструментов¹;

чистая цена продажи – это расчетная продажная цена в ходе обычной деятельности за вычетом расчетных затрат на завершение производства и расчетных затрат, которые необходимо понести для продажи. Рассмотренный вид оценки применяется только для запасов²;

стоимость, специфичная для предприятия – приведенная стоимость потоков денежных средств, возникновения которых предприятие ожидает от продолжения использования актива и от его выбытия в конце срока его полезного использования, или которые оно ожидает понести при погашении обязательства. Применяется исключительно для нематериальных активов³;

балансовая стоимость – стоимость, в которой актив признается в отчетности после вычета накопленной амортизации и накопленных убытков от обесценения. Данный вид оценки применяется к основным средствам и нематериальным активам исключительно для целей отчетности⁴;

амортизируемая величина – фактическая стоимость актива или другая сумма, заменяющая фактическую стоимость, за вычетом его остаточной стоимости. Такая оценка широко применяется к основным средствам и нематериальным активам;

ликвидационная стоимость предполагает текущую оценку выгод от реализации объекта после истечения срока его полезного использования за минусом расходов на его реализацию. Применяется при выбытии основных средств⁵;

оценка по возмещаемой стоимости – большее из двух значений: справедливой стоимости актива за вычетом расходов на продажу или стоимости от его использования. Применяется при оценке запасов⁶.

Рассмотренные варианты оценки активов согласно международным стандартам финансовой отчетности могут быть положены в основу разработки федеральных стандартов бухгалтерского учета, при этом они

¹ *Международный бухгалтерский стандарт (IAS) 39 «Финансовые инструменты: признание и оценка»* : приказ Минфина РФ от 25 ноября 2011 г. № 160-н (ред. от 26 августа 2015 г.).

² *Международный бухгалтерский стандарт (IAS) 2 «Запасы»* : приказ Минфина РФ от 28 декабря 2015 г. № 217н.

³ *Международный бухгалтерский стандарт (IAS) 38 «Нематериальные активы»* : приказ Минфина РФ от 28 декабря 2015 г. № 217н.

⁴ *Международный бухгалтерский стандарт (IAS) 16 «Основные средства»* : приказ Минфина РФ от 25 ноября 2011 г. № 160-н.

⁵ Там же.

⁶ *Международный бухгалтерский стандарт (IAS) 2 «Запасы»* : приказ Минфина РФ от 28 декабря 2015 г. № 217н.

нуждаются в адаптации к отечественному опыту и традиции ведения бизнеса. Это обосновано тем, что формирование более точной оценки при помощи международных стандартов позволит учитывать риски при ведении бизнеса, чего так не хватает в отечественных стандартах с учетом сложности ведения стабильного бизнеса в условиях постоянно меняющейся рыночной экономики. При этом для каждого актива необходимо проработать методологическое обоснование варианта возможной оценки и учесть мнение бухгалтерского сообщества [1].

Развитие эффективной рыночной экономики путем улучшения инвестиционного климата невозможно без создания единой системы учета и отчетности, которая позволит обеспечить всех пользователей прозрачной и достоверной информацией [2].

Библиографический список

1. *Понов А. Ю.* Концепции последующей оценки основных средств // Вестник ВСГУТУ. 2015. № 5. С. 109–114.

2. *Понов А. Ю.* Особенности учета процентов по заемным средствам, привлеченным в целях создания инвестиционных активов // Управленец. 2013. № 6. С. 55–59.

Н. В. Заворохина, Н. А. Леонтьева

*Уральский государственный экономический университет
(Екатеринбург)*

Качество пищевых продуктов – необходимое условие социально ориентированного рынка

Аннотация. Статья посвящена анализу производства пищевой и перерабатывающей промышленности Свердловской области в контексте ее самообеспеченности. Выявлено, что предприятия и хозяйства пищевой промышленности полностью обеспечивают область продукцией первой необходимости собственного производства, выращенной или переработанной на территории области. Определено, что целью первостепенной важности является обеспечение и контроль безопасности продуктов питания, изготавливаемых в районах с повышенной техногенной нагрузкой. Приведены данные проверок Центра гигиены и эпидемиологии Свердловской области за 2014–2015 гг. В статье приводится анализ заболеваемости населения, связанной с техногенным загрязнением окружающей среды и вследствие употребления продуктов, произведенных на техногенно неблагоприятных территориях. Предложены рекомендации по повышению качества пищевых продуктов и, как следствие, снижению заболеваемости населения Свердловской области.

Ключевые слова: качество; самообеспеченность; импортозамещение.

Свердловская область занимает площадь 194 300 км². Население – 4,7 млн чел., в основном городское – 87%. Оно сосредоточено в 45 городах и 95 поселках городского типа.

В области более 3,5 тыс. промышленно-хозяйственных организаций, из них около 600 крупных и средних промпредприятий, оказываю-

щих неблагоприятное воздействие на окружающую природную среду, способных причинить вред здоровью людей. По данным специалистов, 90–95% заболеваний верхних дыхательных путей и 30–40% заболеваний общего характера связано с загрязнением воздуха [2].

Большая часть территории области занята лесами, что способствует поддержанию экологической стабильности климата, гидрогеологического режима, сохранению растительного и животного мира. В то же время ряд природных факторов снижают возможности области для поддержания экологического равновесия. Среди них – низкий уровень водообеспеченности территории, отсутствие крупных речных систем, частые засухи, распространение низкоплодородных почв, большая изрезанность рельефа в предгорьях, определяющая эрозию почвы, своеобразный режим воздухообмена, обуславливающий «смоговые» облака в атмосфере [2].

Интенсивное развитие в области горнорудной и металлургической промышленности, большие масштабы лесозаготовок и другие факторы привели к истощению ее минеральных и лесных ресурсов. Использование экстенсивных методов в промышленности обусловило высокий уровень загрязненности природной среды, достигший критического значения в большинстве промышленных центров области [3].

Пищевые продукты представляют собой сложные многокомпонентные системы, состоящие из сотен химических соединений. Все химические вещества пищи с определенной степенью условности могут быть разделены, во-первых, на собственно компоненты пищевых продуктов, т.е. вещества, специфические для определенного вида продуктов растительного и животного происхождения; во-вторых, на пищевые добавки – вещества, специально вносимые в пищевые продукты для достижения определенного технологического эффекта и, в-третьих, на контаминанты из окружающей среды. Чужеродные вещества пищи подразделяют на пищевые добавки и контаминанты [3].

Пищевая и перерабатывающая промышленность Свердловской области включает 10 отраслей, объединяющих более 500 действующих предприятий, где занято 28,9 тыс. человек.

Производство хлеба в Свердловской области осуществляют 35 крупных и средних хлебопекарных предприятий, 26 предприятий Свердловского областного союза потребительских обществ, около 200 мини-пекарен, а также мини-производства в крупных торговых сетях и предприятиях общепита. Производство мяса и мясной продукции осуществляют 20 мясоперерабатывающих предприятия и 79 убойных пунктов. Производством молочной продукции занимается 31 молочный завод и 22 цеха по переработке молока.

Предприятиями пищевой и перерабатывающей промышленности в 2014 г. было отгружено продукции на сумму 72,8 млрд р., что на 13,5%

больше, чем в 2013 г. и составляет 5,2% к общему объему отгруженных товаров промышленного производства Свердловской области¹.

Продовольственные товары и сырье для их производства составили 0,7% от общего объема экспорта (увеличение стоимостных объемов на 24,6% по сравнению с аналогичным периодом 2014 г.). Весовые объемы экспортных поставок продовольственных товаров и сырья для их производства уменьшились на 2,0% по сравнению со II кварталом прошлого года. При этом 55,0% от стоимости всех поставок осуществили предприятия Свердловской области, 43,6% – Челябинской области².

Продовольственные товары и сырье для их производства составили 4,3% от общего объема импорта (уменьшение стоимостных объемов на 5,6% по сравнению с аналогичным периодом 2014 г.). Весовые объемы импортных поставок продовольственных товаров и сырья для их производства увеличились на 3,8% по сравнению со II кварталом прошлого года. При этом 70,4% от стоимости всех поставок осуществили предприятия Свердловской области, 18,2% – Челябинской области.

Доля предприятий, выпускающих пищевые продукты, в общем объеме отгруженной продукции составляет около 25%. Индекс производства по виду деятельности «производство пищевых продуктов, включая напитки, и табака» в 2015 г. оценивается в 105%, в прогнозируемом периоде составит 103,3–104,3%.

С начала 2013 г. объем отгруженных товаров собственного производства предприятий пищевой промышленности Урала составил 44,72 млрд р., что на 13% больше, чем в прошлом году, инвестиции в основной капитал в производство пищевых продуктов за первое полугодие 2015 г. составили 788,7 млн р. [5].

Тем не менее данные показатели характерны для развивающейся отрасли экономики и не соответствует желаемым требованиям, предъявляемым к эффективным производственным зонам. В табл. 1 представлены крупнейшие производители пищевой продукции Свердловской области.

Управлением Роспотребнадзора по Свердловской области качество продовольственных товаров проверено на 1 221 объекте, нарушения установлены на 1 068 объектах, что составило 87,5% (в I полугодии 2014 г. – 59,1%) (табл. 2).

Наибольшее внимание уделялось качеству продуктов питания повседневного спроса: хлебобулочных и кондитерских изделий, молочной продукции, масложировой продукции, мясной, рыбной продукции, иных продуктов питания.

¹ Там же. Статистика внешней торговли Уральского федерального округа за I квартал 2015 г. URL : <http://utu.customs.ru>.

² Там же.

Таблица 1

Основные производители пищевых продуктов в Свердловской области

Наименование предприятия	Объем реализации продукции в 2012 г., млн р.	Динамика объема реализации продукции к 2011 г., %
<i>Масложировая промышленность</i>		
1. ОАО «Жировой комбинат»	4 650	19,0
<i>Мясоперерабатывающая промышленность</i>		
1. Комбинат пищевой «Хороший вкус»	1 850	-2,0
2. КМГ «Черкашин и Партнеръ»	1 274	1,5
3. Новоуральский мясной комбинат	782	12,0
4. Комбинат мясной «Каменск-Уральский»	661	1,7
5. Хладокомбинат № 3	н/д	21,0
6. «Агросервис» (ТМ «Екатеринбургский мясокомбинат»)	500	н/д
7. Богдановичский мясокомбинат	н/д	-2,0
8. Комбинат мясной «Галицкий»	315	-5,0
<i>Промышленная переработка молока</i>		
1. Ирбитский молочный завод	1 260	2,0
2. «Молочная Благодать»	948	15,0
3. Алапаевский молочный комбинат	н/д	н/д
4. ООО «Ревдинский молочный комбинат»	н/д	н/д
5. ОАО «Челябинский городской молочный комбинат»	155	25,0
6. ЗАО «Кировский молочный комбинат»	230	15,0
<i>Производство и переработки мяса птицы</i>		
1. Птицефабрика Богдановичская	184	10,0
2. Первоуральская птицефабрика	н/д	н/д
3. Птицефабрика Ирбитская	354	-7,7
4. Птицефабрика Нижнетагильская	н/д	н/д
5. Птицефабрика Рефтинская	230	5,0
6. Птицефабрика Свердловская	3 700	8,7
7. Птицефабрика Среднеуральская	574	н/д
<i>Флодоовощная промышленность</i>		
1. КХ «Симбиоз»	н/д	н/д
2. КХ Куркина Анатолия	н/д	н/д
3. КФХ «Братья Орловы»	н/д	н/д
<i>Безалкогольная и алкогольная промышленность</i>		
1. ООО «Объединенные пивоварни Хейнекен»	150	4,0
2. Тонус	143	8,0

Индекс производства по виду деятельности «производство пищевых продуктов, включая напитки, и табака» в январе – апреле 2014 г. по сравнению с уровнем января – апреля 2015 г. составил 98,2% [4].

Среди 83 субъектов Российской Федерации Свердловская область по доле проб продуктов питания, не соответствующих нормативам по санитарно-химическим показателям, занимает 80-е место (при ранжировании от наилучшего показателя к наихудшему).

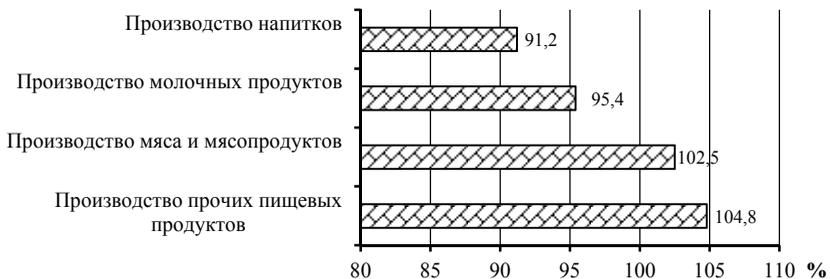
Результаты проверки приоритетных групп пищевой продукции

Наименование продукции	Количество проверенной продукции в I полугодии 2014 г., т (тыс. условных банок, далл)	Количество забракованной продукции в I полугодии 2014 г., т (тыс. условных банок, далл)	Процент забракованной продукции в I полугодии 2014 г.
Молочная продукция	22,7	3,1	11,4
Мясная продукция	19,8	2,9	14,4
Рыбная продукция	12,5	1,1	9
Масложировая продукция	7,9	1,0	12,6
Хлебобулочные изделия	9,5	1,6	17
Кондитерские изделия	21,9	4,6	21,1
Алкогольная продукция	1074,4	40,6	3,8

На протяжении пяти лет наблюдается тенденция к ухудшению качества продуктов питания по микробиологическим показателям, и процент неудовлетворительных проб увеличился с 4,8% до 6,4%, в том числе процент неудовлетворительных проб мясопродуктов по микробиологическим показателям в 2012 г. возрос на 22% по сравнению с прошлым годом, птицепродуктов – на 3%, молочных продуктов – на 9%, плодов и ягод – в 1,3 раза, жировых растительных – в 1,5 раза.

На территории области 275 022 человека подвержено воздействию вероятной биологической нагрузки, связанной с продуктами питания [5].

Это обусловлено снижением в крупных и средних организациях области производства напитков на 8,8%, молочных продуктов – на 4,6%. При этом по сравнению с соответствующим периодом предыдущего года наблюдается рост производства прочих пищевых продуктов, включающего производство хлеба и хлебобулочных изделий, кондитерских изделий, на 4,8%, мяса и мясопродуктов – на 2,5% (см. рисунок) [4].



Производство основных видов продукции пищевой промышленности в Свердловской области в январе – апреле 2015 г.
(в % к соответствующему периоду предыдущего года)

Можно сделать вывод, что предприятия и хозяйства пищевой промышленности полностью обеспечивают область продукцией первой необходимости собственного производства, выращенной или переработанной на территории области. Поэтому целью первостепенной важности можно считать обеспечение и контроль безопасности данных продуктов питания, загрязненности почв произрастания культур, чистоты флоры и фауны.

В рамках проведенных проверок в I полугодии 2015 г. отобраны и исследованы на базе ФБУЗ «Центр гигиены и эпидемиологии в Свердловской области» 895 проб молочной продукции, из них не соответствовали требованиям нормативных документов, технического регламента по органолептическим, физико-химическим показателям (массовая доля жира, массовая доля влаги, кислотность, массовая доля сахара, белки, сухой обезжиренный молочный остаток, жирно-кислотный состав) и микробиологическим показателям 120 проб (13,4%). Удельный вес проб молочной продукции, не соответствующей требованиям технического регламента, по сравнению с данными I полугодия 2014 г. снизился в 1,6 раза.

По результатам проверок Управления Роспотребнадзора по Свердловской области приняты следующие меры:

управлением и судами вынесено 2 313 постановлений о назначении административного наказания на сумму 5,2 млн р.;

предприятиям торговли выданы предписания об устранении выявленных нарушений;

в адрес изготовителей (поставщиков) некачественной и опасной продукции направлены представления об устранении причин и условий, способствовавших совершению административного правонарушения;

информация о забракованной продукции направлена в управления Роспотребнадзора по месту нахождения изготовителей некачественной и опасной продукции.

Процент проб отечественной продукции по химическим загрязнителям в концентрациях, превышающих гигиенические регламенты, на протяжении трех лет остается на стабильно высоком уровне (7,6–7,3%) в основном за счет нестандартных проб по физико-химическим показателям. Территории риска по химическому загрязнению пищевых продуктов: Муниципальное образование «город Алапаевск», Кировградский городской округ, Городской округ Краснотурьинск, Полевской городской округ, Байкаловский муниципальный район, Гаринский городской округ, Горноуральский городской округ, Сысертский городской округ, Таборинский муниципальный район, Тавдинский городской округ, Городской округ Верхний Тагил, Городской округ Пелым, Муниципальное образо-

вание «город Екатеринбург», Качканарский городской округ, Каменский городской округ.

Сложившаяся ситуация на рынке продовольственных товаров Свердловской области не соответствует основным принципам и задачам, поставленным в Концепции обеспечения продовольственной безопасности населения Свердловской области, и требует принятия следующих мер:

устойчивое обеспечение населения Свердловской области качественным продовольствием;

формирование высокоэффективного продовольственного рынка в регионе;

развитие регионального сельскохозяйственного производства, перерабатывающей и пищевой промышленности на основе эффективного и рационального использования биоклиматических ресурсов и формирования инновационной модели развития агропромышленного комплекса;

увеличение доли перерабатывающих отраслей в производстве товаров, расширение потребительского сектора.

Библиографический список

1. *Арет В. А., Николаев Б. Л., Николаев Л. В.* Физико-механические свойства сырья и готовой продукции. СПб. : ГИОРД, 2009.
2. *Большаков В. А., Гальпер Н. Я., Клименко Г. А.* Загрязнение почв и растительности тяжелыми металлами. М. : Гидрометеиздат, 1978.
3. *Загрязнения грунтов Свердловской области.* URL : <http://ru.wikipedia.org>.
4. *О ситуации на потребительском рынке продовольственных товаров Свердловской области по результатам надзорных мероприятий, проведенных Управлением Роспотребнадзора по Свердловской области в I полугодии 2015 г. // Управление Федеральной службы по надзору в сфере защиты прав потребителей и благополучия человека по Свердловской области.* URL : <http://www.admkgo.ru>.
5. *Экологическая обстановка Свердловской области.* URL : <https://www.forum.ekb.ru>.

Е. В. Курилова

Уральский государственный экономический университет

(Екатеринбург)

О. А. Войтенко

Центр развития туризма Свердловской области

(Екатеринбург)

Деловой туризм как фактор развития региона

Аннотация. В статье рассматриваются особенности и тенденции развития делового туризма, конгрессно-выставочной деятельности в Екатеринбурге по итогам 2015 г. Рассмотрена специфика конгрессного туризма в контексте его значения для экономики региона. Показано его влияние как комплексного фактора

развития дестинаций на глобальном и локальном уровнях, не только в экономической, но и культурной, социальной и инновационной сферах.

Ключевые слова: деловой туризм; конгрессная деятельность; дестинация; конгресс-бюро; конгресс-площадка.

В целях формирования образа региона как инновационно активной среды необходима активная конгрессная и выставочная деятельность, которая является мощным инструментом для продвижения результатов региональной инновационной активности, привлечения внимания к территории со стороны инвесторов, общественности, представителей научных кругов. В связи с этим изучение зависимости конгрессно-выставочной деятельности и процессов формирования имиджа является актуальным [2].

Стимулировать развитие делового туризма на межгосударственном уровне призвана принятая в 2013 г. Стратегия Межгосударственной выставочно-ярмарочной и конгрессной деятельности СНГ, которая определяет цели, задачи, основные направления и принципы развития межгосударственной выставочно-ярмарочной и конгрессной деятельности стран Содружества Независимых Государств и направлена на реализацию политики государств-участников СНГ в этой области, обеспечение взаимодействия выставочных организаций и представителей всех сфер выставочно-конгрессного бизнеса, создание условий для эффективного функционирования межгосударственного выставочно-конгрессного рынка СНГ. Положения данной Стратегии служат основой для общего понимания значительной роли межгосударственной конгрессно-выставочной деятельности в экономике государств-участников СНГ, развития конструктивного взаимодействия и стратегического партнерства между государствами-участниками СНГ¹.

При организации конгрессно-выставочных мероприятий деловой туризм имеет мультипликативный эффект, поскольку наблюдается устойчивый рост спроса на продукцию и услуги соответствующих отраслей, стимулируется увеличение объемов продаж и налоговых поступлений в федеральный, региональный и в конечном счете муниципальный бюджет. Развивается инфраструктура, налицо социально-экономический эффект, отражающийся в занятости населения страны². Как определено в Стратегическом плане развития Екатеринбурга, одной из основных целей развития города является обеспечение достаточно высокого и устойчиво повышающегося уровня жизни нынешних и будущих поколений. Развитие рынка конгрессных услуг не только создает клиентскую базу

¹ Стратегия Межгосударственной выставочно-ярмарочной и конгрессной деятельности СНГ – 2013. URL : http://www.vvcentre.ru/mgs/development_strategy.php.

² Стратегический проект «Екатеринбург – международный конгресс-центр» – 2013. URL : <http://ekb4.info/ekaterinburg5/postanovlenie96/page2.htm>.

для всей сферы гостеприимства, но и прежде всего повышает уровень вовлеченности территорий в глобальные экономические процессы. Проведение конгрессных мероприятий позволяет осуществлять обмен опытом, совершенствовать качество работы и трансферт технологий, создает условия для притока инвестиций. Все это в совокупности гарантирует устойчивое развитие города в целях обеспечения высокого уровня жизни его жителей [4]. Данные Международной ассоциации конгрессов и конференций (International Congress and Convention Association) и Всемирной организации по туризму (World Tourism Organization) показывают, что развитие общенациональной и международной конгрессной деятельности становится одним из ключевых факторов увеличения гостевого потока. Результаты реализации проектов стратегической программы «Екатеринбург – международный центр деловых коммуникаций» позволяют прогнозировать, что на период до 2020 г. поездки с деловыми целями будут основным направлением развития въездного и внутреннего туризма (в среднем 85% гостей Екатеринбурга).

Целью стратегического проекта «Международный конгресс-центр» является позиционирование Екатеринбурга как места проведения конгрессных мероприятий общероссийского и международного значения. Для достижения поставленной цели необходимо решение ряда задач. Решение первой задачи – развитие управленческо-информационной инфраструктуры конгрессной деятельности как ведущего элемента развития конгрессной деятельности – характеризуется двумя показателями: количество организаций-членов некоммерческого партнерства «Конгресс-бюро г. Екатеринбурга» и количество проводимых конгрессных мероприятий в год. На конец 2015 г. количество участников Конгресс-бюро Екатеринбурга составило 35 компаний. В течение 2015 г. было принято пять новых организаций: компания Web2Win, Издательский дом DV-Press, ОАО «Корпорация развития Среднего Урала», ГК «Стол», отель Novotel Екатеринбург Центр. На период до 2017 г. ожидается поступательное развитие НП «Маркетинговый центр „Конгресс-бюро г. Екатеринбурга“» с ежегодным вступлением трех новых компаний в ряды его членов. Количество проводимых конгрессных мероприятий в год – 321. Понижение относительно аналогичного показателя в 2014 г. (386 конгрессных мероприятий) составило 16%. Снижение значения показателя объясняется неустойчивой экономической ситуацией в стране и увеличением стоимости сопутствующих услуг при организации делового мероприятия (кейтеринг, транспортные расходы, аренда оборудования и др.). В сложившейся ситуации многие организаторы конгрессных мероприятий пересмотрели график проведения конгрессов и конференций в сторону уменьшения количества таких мероприятий. На плановый период до 2016 г. включительно увеличение значения данного показателя

не прогнозируется. Проведено 15 крупных конгрессных мероприятий, собравших от 1 000 и более человек. Общее количество участников таких мероприятий составило 76 797 человек. Значение показателя «общее количество участников конгрессных мероприятий» в 2015 г. по предварительным данным составило 124 702 человека, что на 11% ниже аналогичного показателя 2014 г. (139 832 человека). Снижение показателя объясняется, во-первых, уменьшением количества проведенных мероприятий, а во-вторых, снижением деловой активности потенциальных участников мероприятий на фоне нестабильной экономической ситуации.

Количество участников конгрессных мероприятий из городов ближнего и дальнего зарубежья по итогам 2015 г. составило 4 630 человек (показатель 2014 г. был на уровне 5 455 человек), или 3,7% от общего числа участников. Низкий уровень данного показателя обусловлен несколькими факторами. Во-первых, основное количество зарубежных участников 2015 г. по-прежнему является приглашенными экспертами для мероприятий, организаторы которых значительно сокращали бюджеты мероприятий и, как следствие, не имели финансовой возможности пригласить большее количество иностранных гостей. Во-вторых, недостаточное количество прямых рейсов, связывающих Екатеринбург с городами иностранных государств, а также удаленность города от центральной России предопределяют более высокие расходы на транспортные услуги.

Показатель «количество участников конгрессных мероприятий из городов России» снизился в два раза в сравнении с 2014 г. и составил 15 446 человек (показатель 2014 г. был на уровне 30 939 человек), что составляет 12% от общего числа участников. Низкий уровень показателя также обусловлен нестабильной экономической ситуацией в стране, заставляющей физических и юридических лиц сокращать свои бюджеты на участие в мероприятиях.

Тем не менее столь низкий уровень двух предыдущих показателей нельзя рассматривать как абсолютную тенденцию в силу того, что метод сбора информации является экспертным. Дополнительной причиной низких показателей выступает нежелание или невозможность организаторов и конгрессных площадок мероприятий делать разбивку при предоставлении данных о количестве участников на участников из Екатеринбурга и Свердловской области, участников из городов России и городов ближнего и дальнего зарубежья. Как правило, организаторы крупных мероприятий данные с такой разбивкой не предоставляют, указывая только общее число участников мероприятия.

В 2015 г. в Екатеринбурге введено четыре объекта конгрессной недвижимости: конгресс-холл отеля DoubleTree by Hilton Ekaterinburg City Centre (первая очередь, два зала общей вместимостью на 150 человек),

конгресс-центр (два зала общей вместимостью 120 человек), конгресс-центр Делового центра «Демидов» (два зала общей вместимостью 250 человек), кино-конференц-зал Президентского центра Б. Н. Ельцина (Ельцин Центр) на 200 человек.

Отдельно стоит отметить, что общее количество действующих конгрессных площадок города Екатеринбурга составляет порядка 138 объектов. Данная цифра включает все объекты конгрессной недвижимости, расположенные в Екатеринбурге. В целом для проведения мероприятий среднего масштаба конгрессная инфраструктура города в количественном отношении по площадкам уже достаточно развита [3].

Конгрессный туризм способствует развитию местной инфраструктуры, инициирует приток валюты в страну, оказывает стимулирующее воздействие на обслуживающие отрасли, осуществляющие вспомогательные и сопутствующие по отношению к туризму виды деятельности. Влияние конгрессного туризма на экономику городов, регионов, стран проявляется в существенном приросте национального дохода, обеспечиваемого проведением конгрессных мероприятий [1]. Данный эффект конгрессного туризма обусловлен вовлечением в организацию процесса множества субъектов хозяйствования, что повышает занятость и увеличивает национальный доход. Так, сегодня в обеспечении туристической деятельности заняты представители 30 отраслей.

Специфика конгрессного туризма позволяет говорить об огромном его значении. Влияние данного вида туризма проявляется не только в экономической, но и культурной, социальной и инновационной сферах, в связи с чем его можно расценивать как комплексный фактор развития дестинаций как на глобальном, так и на локальном уровне.

Библиографический список

1. *Каранович М. К.* Основные принципы, показатели и критерии эффективности развития конгрессного туризма в дестинации // Экономика и управление: анализ тенденций и перспектив развития. 2013. № 3. С. 260–267.
2. *Карлина М. М.* Значение конгрессно-выставочной деятельности в формировании инновационного имиджа региона // Вестник Астраханского государственного технического университета. Сер. : Экономика. 2013. № 2. С. 188–193.
3. *Коваленко А.* Развитие рынка конгрессной деятельности в России // Современная конкуренция. 2010. № 2. С. 62–71.
4. *Социально-экономическое положение муниципального образования «город Екатеринбург» за январь – декабрь 2015 года: аналитический обзор / Территориальный орган Федеральной службы государственной статистики по Свердловской области. Екатеринбург, 2016.*

В. М. Малафеева, Р. А. Малафеев
Уральский государственный экономический университет
(Екатеринбург)

Условия и факторы повышения инвестиционной привлекательности Свердловской области

Аннотация. Инвестиционная привлекательность является одним из ключевых факторов, оказывающих влияние на развитие региона, так как определяет объем инвестиций, поступивших в его экономику. В данной статье рассматриваются факторы, формирующие инвестиционную привлекательность Свердловской области, анализируется объем иностранных инвестиций, привлеченных в экономику области, формируется комплекс мероприятий, направленных на повышение привлекательности региона для инвесторов.

Ключевые слова: инвестиционная привлекательность; Свердловская область; иностранные инвестиции.

Одной из форм международных экономических отношений является международное движение капитала, которое позволяет интегрировать национальную экономику в мировое хозяйство и обеспечивает приток дополнительных инвестиционных ресурсов. Отличительной чертой современного международного движения капитала выступает наличие жесткой конкурентной борьбы за его привлечение. В таких условиях решающую роль играет инвестиционная привлекательность страны и региона, которая подразумевает политическую стабильность, эффективное функционирование правовой системы, стабильную национальную валюту, емкий внутренний рынок, наличие квалифицированной рабочей силы, развитую инфраструктуру и благоприятный механизм государственного регулирования иностранных инвестиций [2, с. 270].

Свердловская область – это динамично развивающийся регион, занимающий лидирующие позиции среди субъектов РФ по большинству социально-экономических показателей. Так, по объему валового регионального продукта регион занимает 6-е место в Российской Федерации, 8-е место по объему инвестиций в основной капитал. Инвестиционная привлекательность региона подтверждается рейтинговыми агентствами. В 2014 г. рейтинговым агентством «Эксперт РА» региону был присвоен рейтинг 1В (высокий потенциал – умеренный риск). Свердловская область занимает 5-е место среди 83 субъектов РФ по показателям производственного и потребительского потенциала, 8-е место по показателю трудовых ресурсов и 12-е место по ресурсно-сырьевой базе¹. Кроме того, в 2015 г. международное рейтинговое агентство Standard&Poore присвоило Свердловской области рейтинг «BB» со стабильным прогнозом, что

¹ *Официальный* сайт Федеральной службы государственной статистики РФ. URL : <http://www.gks.ru>.

означает, что «эмитент платежеспособен, но неблагоприятные экономические условия могут отрицательно повлиять на возможность выплат»¹.

За период с 2000 по 2013 г. объем иностранных инвестиций увеличился в 10 раз. Наибольший приток иностранных инвестиций наблюдался в 2012 г. и составил 5 203, 9 млн дол. США, что в три раза превышало показатель 2011 г., это было связано с внедрением системного комплекса мер по осуществлению государственной поддержки инвестиционной деятельности и созданию налоговых преференций для инвесторов. Так, 14 ноября 2012 г. указом губернатора Свердловской области от 14 ноября 2012 г. № 862-УГ была принята Инвестиционная стратегия Свердловской области на период до 2020 года. Кроме того, 28 марта 2012 г. указом губернатора Свердловской области № 180-УГ был создан Совет по инвестициям, постоянный координационный и совещательный орган при губернаторе Свердловской области, призванный содействовать на территории области государственной политике в сфере инвестиционной деятельности. В совет вошли представители органов государственной власти, бизнеса и общественных организаций области [1].

В 2013 г. произошло уменьшение притока иностранных инвестиций до 1 573,6 млн дол. США, из них 10,7% приходилось на прямые инвестиции и 89,3% – на прочие. В структуре прямых инвестиции преобладали взносы в капитал (9,3%) и кредиты, полученные от зарубежных совладельцев предприятий (1,2%). На торговые кредиты пришлось 53,4% прочих инвестиций, на прочие кредиты – 35,7%².

Для более глубокого изучения особенностей инвестиционной привлекательности региона и формирования стратегии развития необходимо произвести SWOT-анализ Свердловской области, т.е. анализ сильных и слабых сторон региона, а также возможностей и угроз со стороны внешней среды. Результаты проведенного анализа представлены в таблице.

Основной целью разработки инвестиционной стратегии Свердловской области является повышение инвестиционной привлекательности региона за счет использования конкурентных преимуществ и возможностей внешней среды для устранения сдерживающих факторов и создания благоприятного инвестиционного климата для привлечения иностранных инвестиций в экономику региона, чтобы в последующем их использовать для ускорения темпов экономического роста области.

¹ *Министерство* международных и внешнеэкономических связей Свердловской области. URL : <http://mvs.midural.ru>.

² *Инвестиции* в Свердловской области в 2008–2012 гг. : стат. сб. / Территориальный орган Федеральной службы гос. статистики по Свердловской обл. Екатеринбург, 2013.

SWOT-анализ инвестиционной привлекательности Свердловской области

Сильные стороны	Слабые стороны
1. Высокий потребительский потенциал	1. Высокие затраты на топливно-энергетические ресурсы
2. Выгодное экономико-географическое положение	2. Высокие транспортные издержки
3. Наличие высокого научно-технологического потенциала	3. Высокий уровень экономического риска
4. Высокий промышленный потенциал	4. Недостаточное внимание к проблемам экологической безопасности
5. Обеспеченность ресурсно-сырьевой базой	–
6. Доступность энергетических ресурсов	–
7. Высокий уровень развития финансовой, транспортной и телекоммуникационной инфраструктуры	–
8. Развитая административная среда	–
Возможности внешней среды	Угрозы со стороны внешней среды
1. Модернизация транспортной системы России	1. Усиление конкуренции за инвестиции на региональном и международном уровне
2. Контроль государства за применением экологически безопасных технологий в производстве	2. Длительный спад российской экономики
3. Расширение внешнеэкономических связей региона за счет участия России в международных соглашениях	3. Ухудшение геополитической обстановки в мире

На сегодня уже достигнуты определенные результаты в улучшении инвестиционной привлекательности Свердловской области. В сфере мер государственной поддержки инвестиционной деятельности реализуется программа подготовки, переподготовки и повышения квалификации кадров, организуются выставки инвестиционных проектов, осуществляется презентация проектов на международных выставках, инвесторам предоставляются площадки с проведенной инфраструктурой для размещения промышленного производства (на границах особых экономических зон или в рамках индустриального парка), предоставляются льготные инвестиционные кредиты, льготы по налогам и сборам в пределах компетенции субъекта РФ. В настоящее время на территории Свердловской области создается и развивается инвестиционная инфраструктура. Так, в 2010 г. была создана особая экономическая зона промышленно-производственного типа «Титановая долина». Кроме того, на территории Свердловской области созданы НП «Уральский биомедицинский кластер», индустриальный парк «Химический технопарк „Тагил“», 10 бизнес-инкубаторов, 14 технологических парков, 5 индустриальных парков¹.

¹ *Министерство* международных и внешнеэкономических связей Свердловской области. URL : <http://mvs.midural.ru>.

В рамках реализации инвестиционной стратегии Свердловской области уже применяются следующие меры поддержки инвесторов: предоставление государственных гарантий Свердловской области; предоставление субсидий из областного бюджета; передача государственного казенного имущества Свердловской области в аренду; установление льготных режимов налогообложения. Однако внедренных мер недостаточно, об этом свидетельствуют статистические показатели. Одной из ключевых проблем развития региона является низкая инвестиционная привлекательность России в целом. Так, в рейтинге Всемирного банка «Doing business», который оценивает благоприятность ведения бизнеса в стране, России в 2014–2015 гг. присвоено 62-е место. По показателю «регистрация предприятия» Россия в 2015 г. занимает 38-е место, «защита миноритарных инвесторов» – 100-е место, «налогообложение» – 49-е место, «международная торговля» – 155-е место, «получение разрешений на строительство» – 156-е место, «присоединение к электрическим сетям» – 143-е место¹. Огромный бюрократический аппарат, сложная процедура регистрации предприятий, отсутствие гибкого налогообложения, низкая доля в мировой торговле, введенные европейскими странами санкции в отношении российской экономики – все это оказывает отрицательный эффект на потенциального иностранного инвестора. Так, по данным Банка России, объем прямых иностранных инвестиций в экономику России в первом полугодии 2014 г. сократился на 52% по сравнению с аналогичным периодом 2013 г.² На сокращение притока иностранного капитала повлияло замедление экономики России, девальвация рубля и введенные санкции со стороны стран Запада.

В условиях существующей экономической ситуации при формировании инвестиционной стратегии развития региона важно понимать, что существенную роль в борьбе за привлечение иностранных инвестиций играет имидж региона, т.е. его правильное позиционирование и идентификация на мировой инвестиционной арене. При формировании образа Свердловской области необходимо опираться на конкурентные преимущества региона и позиционировать Свердловскую область как российский центр внедрения передовых технологий в экономической и социальной сфере, как территорию эффективной региональной и международной коммуникации, связующее звено между Европой и Азией. В связи с этим предлагается следующий комплекс мероприятий, направленных на повышение инвестиционной привлекательности региона:

формирование инновационных и инжиниринговых центров в регионе;

¹ *Doing business*. URL: <http://russian.doingbusiness.org>.

² *Центральный Банк Российской Федерации*. URL: <http://www.cbr.ru>.

дополнительное финансирование участия области в крупных международных выставках, форумах, деловых миссиях для продвижения региона за рубежом;

снижение ставки налога на прибыль для иностранных инвесторов на всей территории региона на время переходного периода (около 10 лет) при условии инвестирования инновационных проектов;

сокращение административных барьеров при реализации инвестиционных проектов;

создание единой инвестпроводящей инфраструктуры, оказывающей комплексное сопровождение деятельности инвестора, начиная с выбора объекта инвестирования;

диверсификация структуры иностранных инвестиций путем формирования благоприятного имиджа наукоемких отраслей Свердловской области.

Реализация представленных мероприятий направлена на формирование у потенциального инвестора ясного образа территории, привлекательной для инвестирования и комфортной для ведения бизнеса. Для оценки рисков, связанных с внешнеэкономической конъюнктурой, инвестиционной активностью хозяйствующих субъектов, необходимо рассмотрение прогнозных сценариев реализации инвестиционной стратегии Свердловской области.

Существуют три возможных сценария дальнейшего развития Свердловской области: оптимистический, наиболее вероятный (ожидаемый) и пессимистический сценарий. Пессимистический сценарий предполагает развитие Свердловской области в рамках неблагоприятной мировой конъюнктуры, сопровождающейся введением новых санкций в отношении России и оттоком иностранного капитала. При этом сценарии основной задачей для региона будет сохранение темпов экономического роста и валового регионального продукта.

В основе наиболее вероятного (ожидаемого) сценария – стабилизация экономической ситуации, догоняющее технологическое развитие в условиях благоприятной мировой конъюнктуры. Следуя этому сценарию, Свердловская область будет развиваться среднероссийскими темпами, заложенными Концепцией долгосрочного развития Российской Федерации на период до 2020 года.

Оптимистический сценарий предполагает развитие Свердловской области в рамках благоприятной мировой конъюнктуры, которая будет способствовать ускоренному развитию промышленного комплекса и наукоемких отраслей в качестве основы экономического роста региона. Данный сценарий будет сопровождаться увеличением притока иностранных инвестиций, которые необходимо будет направить в высокотехнологичные и инфраструктурные отрасли региона.

В результате применения предложенных мер в рамках наиболее вероятного сценария развития предполагается повышение инвестиционной привлекательности Свердловской области и увеличение объема иностранных инвестиций в экономику региона.

Библиографический список

1. *Инвестиционная стратегия Свердловской области // Инвестиции в России.* 2012. № 9. С. 33–40.
2. *Постоленко М. Л.* Управление внешнеэкономической деятельностью в России : учеб. пособие. М. : Форум, 2012.

Т. Б. Минина, М. С. Агабабаев, А. В. Кирмаров
Уральский государственный экономический университет
(Екатеринбург)

Позиционирование как основа конкурентоспособности города

Аннотация. Основной проблемой в области территориального маркетинга является растущая конкуренция между городами за удержание жителей, привлечение туристов, а также инвестиционную привлекательность региона. Достижение высокого уровня конкурентоспособности возможно посредством выявления основных конкурентных преимуществ конкретного региона и его эффективного позиционирования на основе этих конкурентных преимуществ, создающих имидж и ценность территории как для внутренних, так и для внешних потребителей.

Ключевые слова: маркетинг территорий; конкурентоспособность города; позиционирование; стратегический план развития Екатеринбургa.

Повышение конкурентоспособности территорий является одним из основных направлений развития РФ. Так, в проекте Концепции Стратегии социально-экономического развития регионов РФ, разработанном Министерством регионального развития РФ, сказано, что «миссией политики регионального развития РФ является содействие социально-экономическому развитию регионов, субъектов РФ и муниципальных образований с целью... усиления конкурентных позиций России и ее регионов в мире»¹. В данном документе указывается на то, что «обеспечение глобальной конкурентоспособности России и ее регионов направлено» в том числе «на формирование конкурентоспособных в глобальном масштабе территориальных производственных кластеров»².

Основной проблемой в области территориального маркетинга является растущая конкуренция между городами за удержание жителей, при-

¹ *Концепция Стратегии социально-экономического развития регионов РФ (проект).* URL : //www.minregion.ru/OpenFile.ashx/Download?AttachID=184.

² Там же.

влечение туристов, а также инвестиционную привлекательность региона. Все больше развитых стран борются не только за экономические ресурсы, но и за людей, являющихся носителями ценностей города. В этих условиях привлечение туристов и удержание жителей становится более сложной задачей, так как существующая конкуренция, доступность информации, растущая свобода передвижения расширяют право выбора потребителей.

Термин «городской маркетинг» появился в европейской литературе в 1980-х годах. Так, Н. А. Николаева под городским маркетингом понимает «набор действий, направленных на оптимизацию соотношения между городскими функциями и спросом на них населения, компаний, туристов и других посетителей города» [4, с. 74].

В отличие от региональной экономики, рассматривающей «сравнительные преимущества» региона, в маркетинге территорий изучаются его «конкурентные преимущества» [1].

Очевиден тот факт, что любой город не может быть конкурентоспособным во всех направлениях. Достижение высокого уровня конкурентоспособности возможно посредством выявления основных конкурентных преимуществ данного города и его эффективного позиционирования на основе этих конкурентных преимуществ, создающих имидж и ценность территории для внешних и внутренних потребителей [2; 3; 5].

Методы позиционирования, основанные на конкурентных преимуществах города, должны быть отражены в стратегическом плане его развития.

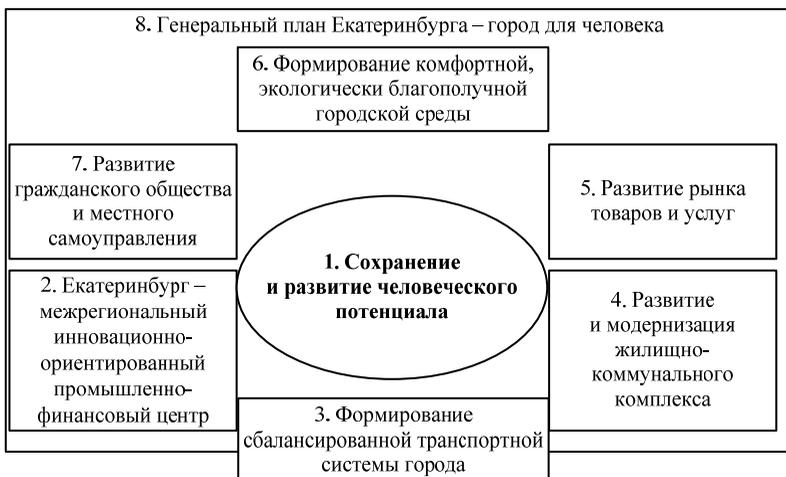
В 2001–2002 гг. был разработан Стратегический план развития Екатеринбурга до 2020 года. Данный план представляет собой комплекс материалов по основным направлениям развития города, интегрирующий главные цели, миссию, задачи, внутренние ресурсы, программы, проекты, организационные действия, направленные на достижение стратегических результатов.

Модель развития города представлена на рисунке.

Главной целью реализации стратегического плана является повышение качества жизни горожан посредством обеспечения устойчивого социально-экономического роста на основе комплексного использования организационных, психологических и других факторов. Эта цель коррелируется с основными положениями Концепции развития РФ до 2020 года.

Для реализации поставленной цели необходима активная городская политика, направленная на достижение баланса между различными сферами, секторами и видами деятельности, на обеспечение гражданских прав, наилучших условий жизни и учета интересов всех, кто работает или

учится в городе, кто посещает его в поисках развлечений, культуры, информации и знаний.



Основные направления Стратегического плана развития Екатеринбурга до 2020 г.¹

Основными принципами развития Екатеринбурга являются: активное саморазвитие на базе повышения экономической самостоятельности и финансовой дееспособности, приоритетность интересов населения города, партнерство при достижении стратегических целей, учет постиндустриальных тенденций развития, использование имеющихся и создание новых конкурентных преимуществ.

Несмотря на то, что в стратегическом плане отражен комплексный подход к гармоничной реализации всех сфер жизнедеятельности города (логистики, торговли, транспорта, здравоохранения, образования и др.), методам позиционирования города в данном документе уделено недостаточное внимание. Так, в миссии города сказано, что следует осуществить трансформацию города из исторически сложившегося индустриально-хозяйственно-научного центра в современный многофункциональный центр с элементами мирового города и создать комфортную среду обитания для его жителей, но как это нужно сделать, не указано.

Екатеринбург – четвертый по численности населения город в России после Москвы, Санкт-Петербурга и Новосибирска. Крупнейший транспортно-логистический узел на Транссибирской магистрали, научно-образовательный, промышленный, торговый и финансовый центр. Также

¹ Составлено по: *Стратегический план развития Екатеринбурга до 2020 года* : приложение к решению Екатеринбургской городской Думы от 26 октября 2010 г. № 67/30.

Екатеринбург – это административный центр Свердловской области и центр Уральского федерального округа. В Екатеринбурге расположены 35 территориальных органов федеральной власти, чья юрисдикция распространяется не только на Свердловскую область, но и на другие регионы.

Территориальное расположение города способствует развитию Екатеринбурга как крупного транспортно-распределительного и торгово-посреднического центра регионального и международного значения.

В основу позиционирования Екатеринбурга, по нашему мнению, должны быть заложены три фактора.

1. Географическое положение региона (в том числе, уникальные природные и производственные ресурсы). Обеспеченность региона материальными ресурсами является основой его конкурентного преимущества. Следует отметить, что с точки зрения стратегических целей и задач важен не столько запас ресурсов, сколько скорость, с которой они могут создаваться и удовлетворять потребности как внутренних, так и внешних потребителей.

2. Имидж территории. Сегодня Екатеринбург может позиционировать себя не только как место расстрела царской семьи, но и как центр конструктивизма, культуры и спорта, что является привлекательным для развития отрасли гостеприимства.

3. Качество человеческих ресурсов. Наличие высококвалифицированного человеческого капитала является предпосылкой экономического роста Екатеринбурга посредством создания и внедрения инноваций. Развитие высокотехнологичных промышленных производств обуславливает инвестиционную привлекательность региона.

Учитывая общий тренд растущей конкуренции между городами за привлечение и удержание жителей, в Стратегическом плане развития Екатеринбурга до 2020 года следует уделить большее внимание методам позиционирования, в основу которых должны быть положены конкурентные преимущества города, чтобы Екатеринбург мог войти в состав основных мировых инновационных промышленных центров. Необходимо разработать эффективную программу позиционирования Екатеринбурга, сформулировать главную цель развития города, в которой будут отражены такие социально значимые аспекты, как обеспечение высокого качества жизни нынешних и будущих поколений горожан.

Библиографический список

1. *Важенина И. С.* Концептуальные основы формирования имиджа и репутации территории в конкурентной среде // *Маркетинг в России и за рубежом.* 2014. № 10. С. 18–25.
2. *Динчи К.* Брендинг территории. Лучшие мировые практики. М. : Манн, Иванов и Фербер, 2013.
3. *Котлер Ф., Ли Н.* Маркетинг для государственных и общественных организаций. СПб. : Питер, 2012.

4. Николаева Н. А. Конкурентоспособность города: взгляд зарубежных ученых // Маркетинг в России и за рубежом. 2001. № 6. С. 69–76.

5. Панкрухин А. Маркетинг территории // Рекламодатель. 2002. № 1.

Е. А. Петров

*Уральский государственный экономический университет
(Екатеринбург)*

Молочно-продуктовый подкомплекс АПК и инновации в условиях региона

Аннотация. Рассмотрены основные проблемы развития молочно-продуктового подкомплекса АПК Свердловской области. Показана важность молочного скотоводства как системообразующей отрасли аграрной экономики. Проведен анализ мер государственной поддержки предприятий молочной отрасли, способствующих повышению уровня научно-технического оснащения и внедрению инновационных процессов, позволяющих вести непрерывное технологическое и техническое обновление всех отраслей сельскохозяйственного производства.

Ключевые слова: инновации; технологии; молоко; молочное скотоводство; Свердловская область.

Эффективное развитие экономики животноводства во многом определяется уровнем состояния молочного скотоводства в регионах. В соответствии с Государственной программой развития сельского хозяйства и регулирования рынков сельскохозяйственной продукции, сырья и продовольствия на 2008–2020 гг. в стране предусматривается рост производства молока на 12,1%. Существующие масштабы производства и продовольственного обеспечения населения выдвигают необходимость целенаправленного регулирования аграрной политики на всех уровнях управления отраслью, принятия срочных мер по эффективному развитию молочного скотоводства.

Основными производителями молочного сырья в Свердловской области в перспективе видятся крупные сельскохозяйственные предприятия, развивающиеся на инновационной основе с использованием трудовых и ресурсосберегающих технологий. Эффективность такого пути развития доказывается результатами деятельности нескольких молочных комплексов, на которых внедрены самые современные технологии производства молока. Молочное скотоводство – одна из системообразующих отраслей аграрной экономики, занимающая в производстве валовой продукции животноводства 70%. Молочные продукты занимают 3-е место в товарной структуре оборота розничной торговли продовольственными товарами. Ввиду широкого распространения, ежедневного поступления средств от реализации продукции молочное скотоводство способствует в определенной мере текущей финансовой стабильности предприятий сельского хозяйства, более того, молочное скотоводство является своеобразным

локомотивом развития отрасли, потребляя значительные объемы растениеводческой продукции.

В Свердловской области одним из важных направлений развития сельского хозяйства является молочное животноводство, от состояния которого зависит экономика сельскохозяйственных организаций, уровень заработной платы, условия для работы и жизни сельских тружеников. Основными производителями молока продолжают оставаться крупные и средние сельскохозяйственные организации. На их долю приходится около 60% в общем объеме производства. Приоритетной формой организации регионального производства в нынешних условиях выступают агрохолдинги и крупные сельскохозяйственные предприятия, реконструкция и техническое перевооружение которых на основе НТП позволяют им стать ведущими и эффективными производителями молока в регионе. Большая роль в повышении эффективности отрасли принадлежит созданию сети племенных хозяйств для воспроизводства высокопродуктивного молочного скота. Доля племенного молодняка животных на сельскохозяйственных предприятиях составляет 10–12%, что позволяет полностью обеспечить потребности общественного животноводства и личного подсобного хозяйства в качественном молодняке крупного рогатого скота¹.

Прогрессивные перемены в развитии молочного производства на индустриальной основе оказались возможными благодаря крупным государственным капитальным вложениям в строительство молочных комплексов, централизованному отраслевому планированию, финансированию и материально-техническому обеспечению [1, с. 22].

Информационно-эмпирическую базу исследования составили федеральные законы, нормативные правовые акты субъектов Российской Федерации, данные Федеральной службы государственной и региональной статистики РФ, бизнес-планы организаций агропромышленного комплекса, отчетность органов управления АПК и аграрных формирований.

Исследование факторов роста средних надоев показало, что этому способствовало на 71% обновление породного состава коров, улучшение их кормления и содержания. В Свердловской области успешно идет процесс развития племенной базы молочного скотоводства. В области имеется 43 племенные организации по разведению крупного рогатого скота молочных пород, в том числе 14 племенных заводов и 29 племенных репродукторов, в которых содержится 37,7 тыс. коров, что составляет 43,9% от числа имеющихся в сельскохозяйственных организациях. За пять лет впервые статус племенного репродуктора получили 16 хозяйств и четыре организации статус племенного завода.

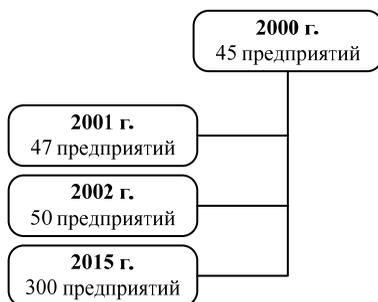
¹ *Технический* регламент на молоко и молочную продукцию // Официальный сайт Министерства сельского хозяйства Российской Федерации. URL : <http://www.mcx.ru>.

Уровень господдержки развития молочной отрасли Свердловской области за последние три года существенно увеличился. Если в 2012 г. финансирование составляло 221 млн р., то в 2014 г. эта цифра достигла 1,850 млрд р. В 2014 г. было произведено 461 тыс. т молочной продукции, чуть меньше уровня 2012 г. – 485 тыс. т, но в стоимостном выражении наблюдается рост с 12 350 млн р. до 16 700 млн р. На территории Свердловской области функционируют заводы крупных международных компаний, таких как: Danone (ЕГМЗ № 1), PepsiCo (Первоуральский молочный завод) и Parmalat (Березовский молочный завод), а также крупные предприятия по изготовлению детского питания: «Молочный кит» и Danone. По данным Минсельхоза РФ, Свердловская область по суточному производству молока занимает 9-е место в Российской Федерации.

Поскольку на крупных и средних предприятиях относительно слабо развиваются инновационные процессы, в Свердловской области за последние десять лет появились новые структуры, способствующие продвижению современных технологий для их дальнейшего использования. Среди них такие, как ООО «Промышленные технологии Урала», Центр содействия предпринимательству, осуществляющий финансовую поддержку инновационных проектов, Уральский учебно-научный Центр инновационного бизнеса (ЦИБ), выполняющий маркетинговые исследования; создаваемый Информационно-технологический центр инноваций при Уральском доме науки и техники, задача которого – образовать единое информационное пространство в сфере инноваций и т.д. Перспективной формой интеграции науки и производства, формой территориальной организации инновационной деятельности призваны стать технополисы и технопарки, ядром которых являются бизнес-инкубаторы, предоставляющие наукоемким фирмам на льготных условиях целый спектр услуг, в том числе финансовые, маркетинговые, инжиниринговые, лизинговые. Созданные в сложный период реформ технополисы и технопарки способствовали в Свердловской области сохранению и эффективному использованию инновационного потенциала многих предприятий и организаций (см. рисунок).

Внедрение инновационных технологий позволяет вести молочное животноводство на европейском уровне. Генетический потенциал молочного скота Свердловской области позволяет достичь и более высокой продуктивности. Стабильно увеличивается поголовье коров-рекордисток с удоем 10,0 тыс. кг и более, которых в области уже более 1 211 голов, имеются животные с продуктивностью более 12,0–14,0 тыс. кг молока. Основой динамичного развития молочного скотоводства является все возрастающая государственная поддержка в виде субсидий на произведенное и реализованное молоко [2, с. 42]. Значительные успехи в области молочного скотоводства стали возможны благодаря постоянному нара-

щиванию генетического потенциала за счет использования современных достижений селекции и генетики. Свердловская область принципиально не завозит маточное поголовье из других регионов и из-за границы с 1990 г., считая более перспективным и экономически выгодным эволюционный путь наращивания генетического потенциала путем завоза из мировых селекционных центров спермы и быков-производителей голштинской породы. В практику технологии молочного скотоводства Свердловской области внедряется использование спермы, разделенной по полу, что на 90% гарантирует рождение телочек. Все это позволяет племенным заводам и репродукторам Свердловской области ежегодно продавать около 3 000 голов высококлассного племенного ремонтного молодняка.



Число предприятий в Свердловской области, приобретавших новые технологии

Содержание высокопродуктивных животных и реализация созданного генетического потенциала возможны лишь на основе масштабного освоения инновационных ресурсосберегающих технологий, внедрение которых возможно только в условиях современных комплексов и реконструированных молочных ферм [3, с. 75]. В Свердловской области активно осуществляются инвестиционные проекты по строительству, реконструкции и модернизации объектов молочного животноводства.

Для стимулирования нового строительства и реконструкции существующих ферм из областного бюджета ежегодно выделяется от 75,0 до 231,0 млн р. Эти средства направляются на компенсацию затрат сельхозтоваропроизводителей на капитальное строительство объектов молочного животноводства (до 30%) и приобретение технологического оборудования (до 50%). Значительное ускорение реализации программы развития молочного скотоводства в 2013 г. придали средства федерального бюджета, предоставленные области в размере 159,5 млн р.

В 2014 г. на реализацию программы развития молочного скотоводства в областном бюджете предусмотрены средства в размере 231,0 млн р.

Активно внедряются в технологию молочного скотоводства последние достижения техники машинного доения коров, а именно роботизиро-

ванные системы добровольного доения коров. В 2014 г. успешно введены в эксплуатацию четыре такие системы в двух сельскохозяйственных организациях, и до конца года работы будут внедрены еще в четырех организациях.

Свердловская область одна из немногих в Российской Федерации полностью свободна от лейкоза крупного рогатого скота. Это стало возможным благодаря разработке и реализации уральской системы оздоровительных противолейкозных мероприятий.

Внедрение современных технологий содержания и доения коров позволяет стабильно наращивать производство молока высшего сорта.

Таким образом, прирост продуктивности обеспечивается высокими вложениями в техническую и технологическую модернизацию молочного скотоводства, что влияет на рост себестоимости молока. Масштабы развития молочного производства в Свердловской области свидетельствуют о том, что агропромышленные формирования холдингового типа становятся ведущими звеньями новой экономической системы, объединяющими аграрный, промышленный и торговый капитал, возможности отдельных предприятий, способствуют снижению издержек производства и реализации продукции, выравниванию экономических условий для всех участников за счет сбалансированного механизма перераспределения доходов, ликвидации неплатежей, сокращения налогового бремени за счет сокращения посреднических звеньев при реализации продукции. Сохранение и развитие научно-технического, технологического и производственного потенциала, опережающего роста производства наукоемкой продукции являются приоритетными направлениями государственной политики Свердловской области. Одним из важнейших звеньев этой политики выступает инновационная деятельность. Несмотря на рост промышленного производства, роль инноваций в реальном секторе экономики незначительна. Однако в последнее время намечается тенденция к улучшению этих показателей.

Можно определить предпосылки развития инновационной деятельности в Свердловской области:

- возрастание роли инноваций как фактора роста благосостояния и устойчивости социально-экономического развития;

- актуальность формирования в области эффективной социально ориентированной рыночной экономики, базирующейся на современных технологических укладах;

 - создание благоприятной экономической и правовой среды;

 - построение инновационной инфраструктуры;

 - совершенствование механизмов государственного содействия коммерциализации результатов научных исследований и экспериментальных разработок;

внедрение интенсивных технологий в молочном скотоводстве;
создание гарантированной кормовой базы за счет совершенствования структуры посевных площадей при увеличении производства растительного белка;

совершенствование селекционно-племенной работы и ежегодный рост реализации племенного молодняка животных.

Библиографический список

1. *Пиценгольц В. М.* Агрохолдинги – формирование будущего устойчивого развития молочного скотоводства // *Фундаментальные и прикладные исследования кооперативного сектора экономики.* 2009. № 1.

2. *Пиценгольц В. М.* Основы инновационного и интенсивного развития молочного скотоводства // *Экономика сельскохозяйственных и перерабатывающих предприятий.* 2009. № 8.

3. *Фомин О. С., Бордуков Г. И.* Инновационное развитие молочного скотоводства в Курской области // *Креативная экономика.* 2009. № 8.

Ю. С. Сабанова, В. В. Егорова

*Уральский государственный экономический университет
(Екатеринбург)*

Электроэнергетика как фактор развития экономики региона

Аннотация. В данной статье рассматривается значение энергетического сектора в развитии региона. Авторами рассмотрено понятие отраслевой структуры региональной экономики, а также проанализирована деятельность в сфере энергетики на примере предприятия ОАО «Тюменьэнерго». Обобщив практический опыт деятельности данной организации, можно сделать вывод: энергетика позволяет не только обеспечивать бесперебойную работу всех секторов, но и выходить на новые, межрегиональные и даже международные уровни, делая регион все более привлекательным с точки зрения инвестирования.

Ключевые слова: региональная экономика; энергетика; отраслевая структура; хозяйственный комплекс; «Тюменьэнерго».

Промышленное производство традиционно относится к разряду базовых секторов региональной экономики. Современная промышленность характеризуется высоким уровнем специализации. В результате углубления общественного разделения труда возникло множество видов производства, образующих в своей совокупности экономическую деятельность промышленности. Для каждого региона характерны специфические виды экономической деятельности. Для определения специализирующих видов следует использовать теоретически обоснованные показатели, тесно связанные с другими показателями территориального разделения труда. Поскольку в основе рыночной специализации лежит территориальное разделение общественного труда, то и определение специализирующихся видов деятельности должно базироваться на выявлении доли участия района в общественном разделении труда [1].

Особенно ярко дифференциация выражена в промышленном производстве, что наглядно проявляется в структурировании промышленного производства в соответствии с Общероссийским классификатором видов экономической деятельности. Кроме того, промышленность выступает в качестве фактора формирования моногородов и регионов традиционно-промышленного типа [3; 4].

Рассмотрим более подробно производство, передачу и распределение электроэнергии, газа, пара и горячей воды.

Все технологические процессы любого производства связаны с потреблением энергии. На их выполнение расходуется подавляющая часть энергетических ресурсов.

Важнейшую роль на промышленном предприятии играет электрическая энергия – самый универсальный вид энергии, являющийся основным источником получения механической энергии.

Преобразование энергии различных видов в электрическую происходит на электростанциях. Электростанциями называются предприятия или установки, предназначенные для производства электроэнергии. Топливом для электрических станций служат природные богатства – уголь, торф, вода, ветер, солнце, атомная энергия и др.

В зависимости от вида преобразуемой энергии электростанции могут быть разделены на следующие основные типы: тепловые, атомные, гидроэлектростанции, гидроаккумулирующие, газотурбинные, а также маломощные электрические станции местного значения – ветряные, солнечные, геотермальные, морских приливов и отливов, дизельные и др.

Основная часть электроэнергии (до 80%) вырабатывается на тепловых электростанциях (ТЭС). Процесс получения электрической энергии на ТЭС заключается в последовательном преобразовании энергии сжигаемого топлива в тепловую энергию водяного пара, приводящего во вращение турбоагрегат (паровую турбину, соединенную с генератором). Механическая энергия вращения преобразуется генератором в электрическую. Топливом для электростанций служат каменный уголь, торф, горючие сланцы, естественный газ, нефть, мазут, древесные отходы [2].

При экономической работе ТЭС, т.е. при одновременном отпуске потребителем оптимальных количеств электроэнергии и теплоты, их КПД достигает более 70%. В период, когда полностью прекращается потребление теплоты (например, в неотапительный сезон), КПД станции снижается.

Атомные электростанции (АЭС) отличаются от обычной паротурбинной станции тем, что на АЭС в качестве источника энергии используется процесс деления ядер урана, плутония, тория и др. В результате расщепления этих материалов в специальных устройствах – реакторах – выделяется огромное количество тепловой энергии.

По сравнению с ТЭС атомные электростанции расходуют незначительное количество горючего. Такие станции можно сооружать в любом месте, так как они не связаны с местом расположения естественных запасов топлива. Кроме того, окружающая среда не загрязняется дымом, золой, пылью и сернистым газом.

На гидроэлектростанциях (ГЭС) водная энергия преобразуется в электрическую при помощи гидравлических турбин и соединенных с ними генераторов.

Достоинствами ГЭС являются их высокий КПД и низкая себестоимость выработанной электроэнергии. Однако следует учитывать большую стоимость капитальных затрат при сооружении ГЭС и значительные сроки их сооружения, что определяет большой срок их окупаемости.

Особенностью работы электростанций является то, что они должны вырабатывать столько энергии, сколько ее требуется в данный момент для покрытия нагрузки потребителей, собственных нужд станций и потерь в сетях. Поэтому оборудование станций должно быть всегда готово к периодическому изменению нагрузки потребителей в течение дня или года¹.

Для обеспечения экономичности, безопасности и удобства в эксплуатации энергосистемы оборудуют специальными диспетчерскими пунктами, оснащенными средствами контроля, управления, связи и специальными схемами расположения электростанций, линий передач и понижающих подстанций. Диспетчерский пункт получает необходимые данные и сведения о состояниях технологического процесса на электростанциях (расходе воды и топлива, параметрах пара, скорости вращения турбин и т.д.); о работе системы – какие элементы системы (линии, трансформаторы, генераторы, нагрузки, котлы, паропроводы) в данный момент отключены, какие находятся в работе, в резерве и т.д.; об электрических параметрах режима (напряжениях, токах, активных и реактивных мощностях, частоте и т.д.).

Таким образом, сфера энергетики является неотъемлемой частью любой деятельности в регионе, имеет большое значение как с экономической точки зрения, так и с неэкономической.

Электросетевой комплекс играет важнейшую роль в эффективном социально-экономическом развитии регионов России и страны в целом, а также является ключевым элементом национальной безопасности. Устойчивый рост экономики регионов во многом определяется качеством и надежностью транспорта электрической энергии. Главная задача распределительной сетевой компании – обеспечение надежного энергоснабжения потребителей – должна быть выполнена независимо от социально-

¹ *Официальный* сайт Российской сетевой компании ОАО «Россети». URL : <http://www.rosseti.ru>.

экономических или природных факторов, формируя, таким образом, повышенную ответственность предприятия за стабильность регионов присутствия.

ОАО «Тюменьэнерго» в зоне своей ответственности реализует государственные задачи в области электроэнергетики, развивает и повышает эффективность распределительного сетевого комплекса, обеспечивает условия для технологического присоединения объектов малого и среднего бизнеса, крупных потребителей, проводит политику энерго- и ресурсосбережения, формируя ответственное отношение населения к электросетевым объектам. В пределах своей компетенции ОАО «Тюменьэнерго» участвует в обеспечении социальной стабильности регионов.

Ежегодно ОАО «Тюменьэнерго» направляет значительный объем инвестиций на проведение мероприятий по техническому перевооружению и реконструкции электрохозяйства, а также на строительство электросетевых объектов для присоединения к электрическим сетям новых потребителей. Общество продолжило работу по развитию энергетической инфраструктуры промышленности и социальной сферы. Одним из самых значимых направлений деятельности ОАО «Тюменьэнерго» стало участие компании в реализации целевой программы Ханты-Мансийского автономного округа – Югры «Централизованное электроснабжение населенных пунктов Ханты-Мансийского автономного округа – Югры на 2011–2013 годы и на перспективу до 2016 года». Эта программа принадлежит к категории проектов, которые призваны обеспечить в дальнейшем промышленное развитие территорий в масштабах федеральных округов и стать катализатором роста в определенных отраслях экономики Российской Федерации¹.

Инвестиции ОАО «Тюменьэнерго» по этой программе были направлены на строительство электросетевых объектов, необходимых для перевода населенных пунктов Березовского района на централизованное электроснабжение. Своевременное появление энергообъектов для нужд крупных промышленных предприятий также чрезвычайно важно, так как от надежного энергоснабжения, например, месторождений зависит добыча компаний и в итоге экономическое благополучие региона.

После присоединения к единой энергосистеме территорий Ханты-Мансийского автономного округа – Югры, ранее не имевших централизованного энергоснабжения, ожидается промышленное и логистическое развитие западной части автономного округа с выходом в Свердловскую и Пермскую области. Электрификация бывших децентрализованных территорий Ямало-Ненецкого автономного округа существенно повысит качество жизни в регионе, повлечет приток инвестиций, обеспечит реализацию межрегиональных экономических проектов.

¹ *Официальный сайт ОАО «Тюменьэнерго»*. URL : <http://www.te.ru>.

С учетом перспективного развития энергосистемы путем присоединения отдаленных районов органы власти автономных округов в 2012 г. заключили ряд соглашений о сотрудничестве с регионами, с которыми имеют общую границу – Томской, Свердловской областями, Пермским краем.

Развитие распределительных электросетей в Тюменской области окажет положительное влияние на строительную и перерабатывающую отрасли, обеспечит дополнительные возможности для совершенствования аграрного производства. Уже в течение последних двух-трех лет наблюдается устойчивая тенденция к увеличению энергопотребления крупными городами, вызванного их расширением, а также к росту количества заявителей из числа малого и среднего бизнеса.

Одним из основных принципов деятельности ОАО «Тюменьэнерго» является обеспечение достаточности энергетической инфраструктуры для региона и конструктивного диалога с потребителями. Принцип рационального строительства был положен в основу формирования инвестиционной программы. Реализуя инвестиционную программу, компания продолжила строительство новых и реконструкцию имеющихся объектов, активизировала реализацию государственной политики в области энергоэффективности и энергосбережения, определила новые направления деятельности в интересах перспективного развития регионов. Взаимодействие ОАО «Тюменьэнерго» с региональными органами власти основывается на взаимовыгодном сотрудничестве, согласовании интересов всех участников социально-экономического процесса и планов развития регионов, что помогает избежать излишнего строительства и рационально распределить объемы инвестиций.

Руководствуясь лучшими мировыми практиками в области экологии, охраны труда и промышленной безопасности, ОАО «Тюменьэнерго» продолжило работу в своих филиалах в этих направлениях. Стремясь к конструктивному открытому диалогу со всеми заинтересованными субъектами, ОАО «Тюменьэнерго» выступило инициатором круглого стола, посвященного развитию электроэнергетики в контексте экологических проблем, и представило свою деятельность в области экологической безопасности широкому кругу общественности.

Повышение операционной эффективности энергокомпаний и снижение издержек остается сегодня одной из главных задач энергетической отрасли. Надежное и качественное электроснабжение существующих потребителей и своевременное подключение новых позволяет говорить о том, что ОАО «Тюменьэнерго» является платформой для формирования единого электросетевого пространства, продвижения инновационных технологий и стандартов энергоэффективности и энергосбережения.

Достигнув значительных успехов в вопросах энергоэффективности, выступая проводником сравнительно в новой сфере – энергоаудита и энергосервиса, «Тюменьэнерго» собственным примером транслирует положительный опыт как энергокомпаниям, так и потребителям, заинтересованным в рациональном потреблении энергоресурсов.

ОАО «Тюменьэнерго» в рамках своей компетенции реализует все возможные мероприятия для повышения инвестиционной привлекательности Тюменской области, Ханты-Мансийского автономного округа – Югры и Ямало-Ненецкого автономного округа. В ближайших планах компании – скоординированная с органами власти этих регионов, сообществами потребителей, другими организациями работа по совершенствованию электросетевой инфраструктуры с учетом планов развития топливно-энергетического комплекса, транспортной инфраструктуры и программ территориального планирования муниципальных образований в соответствии с долгосрочными стратегиями субъектов Российской Федерации.

Библиографический список

1. *Аскеров П. Ф., Цветков И. А.* Анализ и диагностика финансово-хозяйственной деятельности региона. М. : ИНФРА-М, 2015.
2. *Грибов В. Д., Грузинов В. П.* Экономика региона. М. : КУРС; ИНФРА-М, 2013.
3. *Дворядкина Е. Б., Голошейкин Е. В.* Традиционно-промышленный регион в территориальной структуре национальной экономики. Екатеринбург : Изд-во УрГЭУ, 2012.
4. *Казакова Н. А.* Финансовая среда предпринимательства и предпринимательские риски. М. : ИНФРА-М, 2013.

Я. Ю. Старовойтова, О. В. Чугунова

*Уральский государственный экономический университет
(Екатеринбург)*

Оценка существующих подходов к сегментированию рынка ресторанных услуг на региональном уровне

Аннотация. В работе рассмотрены существующие подходы к сегментированию рынка ресторанных услуг. Показано, что для встречающихся в литературе определений сегментации рынка прослеживаются в целом следующие общие принципы: сегментация представляет собой разделение потребителей (клиентов); выделенные сегменты должны быть относительно однородны – до такой степени, чтобы их можно было объединить в сегмент; смысл выделения рыночного сегмента заключается в поиске возможности разработки для него индивидуального (адаптированного) плана маркетинга (стратегии маркетинга, маркетинг-микса).

Ключевые слова: ресторан; сегментирование; рынок; услуги; критерии.

Говоря о существующих подходах к сегментированию рынка ресторанных услуг, необходимо отметить, что эта тема до сих пор не получила

соответствующего ее значимости научного осмысления: академические работы, затрагивающие ее, крайне многочисленны, в то время как специальная (отраслевая) литература не предлагает точек зрения, соответствующих современной методологии маркетинга. Тем не менее литературный поиск позволяет выявить некоторые ценные с позиции настоящего исследования источники.

В работе [8] предлагается использование следующих баз и переменных сегментирования рынка ресторанных услуг:

географическая (страна, регион, город, район);

поведенческая (ситуации использования услуги, желаемая выгода, частота использования, уровень лояльности гостя, уровень готовности к покупке услуги);

демографическая (возраст, пол, стиль жизни, уровень дохода, род занятия, образование, религия, раса (национальность) и др.).

Однако в работе [8] представленные переменные приводятся как допущение – без теоретического либо эмпирического обоснования.

В работе [6] предлагается несколько иной состав баз сегментирования рынков ресторанных услуг:

географическая;

демографическая;

психографическая, которая включает такие группы переменных сегментирования, как род деятельности (как связанных с работой, так и нет), интересы, мнения, ценности и личностные особенности;

сегментация по критерию получаемой выгоды (удобство, скорость обслуживания, качество еды, атмосфера, разнообразие меню и т.д.);

поведенческая сегментация – в рамках этой базы выделяются следующие переменные сегментирования:

а) статус пользователя услуги («не пользователи», пользующиеся впервые, пользующиеся не в первый раз);

б) частота использования: редкие, умеренные и активные пользователи;

в) ситуация использования (когда, как и почему используется услуга); в частности, по критерию времени выделяются такие сегменты, как «пользующиеся по выходным» и «пользующиеся по рабочим дням».

В дополнение к указанным переменным сегментирования добавим, что одной из важнейших переменных сегментирования по поведенческой базе очевидно является уровень затрат при походе в ресторан, который для того или иного потребителя считается «нормальным».

Авторы [6; 8] предлагают в той или иной степени проработанную позицию относительно баз и переменных сегментирования, в других (как правило, публикуемых в специальной периодической литературе) работах, наоборот, полностью отсутствует позиция относительно состава пе-

ременных сегментирования ресторанный рынок, но предлагается подход к выделению тех или иных сегментов по одной или нескольким переменным сегментирования.

Так, в работе [1] предлагается выделение следующих сегментов по ситуации покупки:

- семейное посещение;
- деловая встреча;
- времяпрепровождение с друзьями;
- романтический ужин;
- банкеты.

Отметим, что в целом с указанным составом можно согласиться, оговорившись, что он не является исчерпывающим – как минимум отсутствуют ситуации покупки, связанные непосредственно с приемом пищи – «просто пообедать» (некоторые обеспеченные клиенты питаются в ресторанах), «бизнес-ланч» (регулярная еда в обеденный перерыв) и т.д.

Этот недостаток отчасти отсутствует в другой работе [3], в соответствии с которой клиенты ресторанов подразделяются по критерию ситуации:

- просто поесть и отдохнуть;
- встретиться с друзьями;
- семейные праздники;
- деловые встречи;
- пообщаться с парнем, девушкой;
- другое.

Также бизнес-ланч как один из существенных сегментов всего ресторанного рынка в крупных городах выделяется в работе [5].

Другая работа позволяет выделить такой специфический сегмент потребителей по критерию цели посещения, как желающие пообщаться с представителями узкой социальной группой, в специальной литературе иногда обозначаемой словом разговорного стиля «тусовка» [1]. В частности, наличие «своей» узкой социальной группы постоянных посетителей характерно для многих дорогих ресторанов [1].

Еще одна, безусловно, важная переменная сегментирования – это частота использования ресторана. На основе вторичных источников маркетинговых данных на рис. 1 представлена частота посещения ресторанов. Отметим, что, так как в настоящей работе основная задача – идентификация сегментов (исследование является поисковым), а не оценка их доли на том или ином рынке, определенное устаревание количественных данных не имеет существенного значения.

Как видно из рис. 1, по критерию частоты использования достаточно четко выделяются три сегмента:

малоактивные пользователи: посещают рестораны в редких случаях (1–3 посещения за три месяца);

регулярные пользователи: посещают рестораны достаточно регулярно, но не очень активно;

завсегдатаи, или активные пользователи: небольшой, но активный сегмент – не менее одного посещения в неделю.

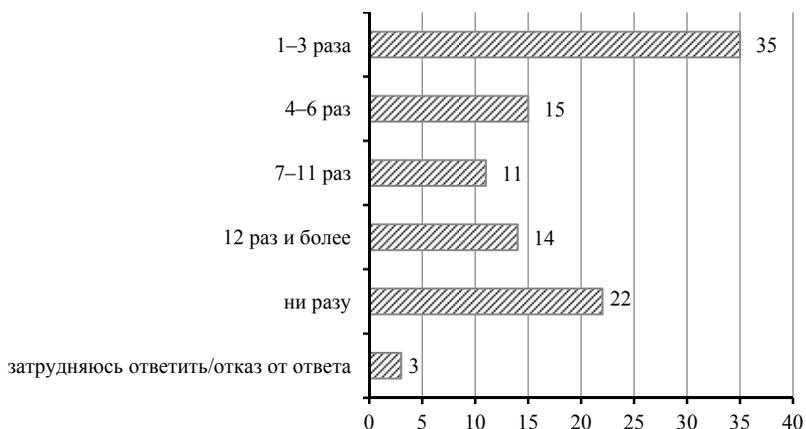


Рис. 1. Частота посещения ресторанов за три месяца, %

Отметим, что к данным рис. 1 необходимо относиться с осторожностью, учитывая, что в формулировке вопроса, заданного респондентам, не была исключена ситуация использования ресторана во время обеденного перерыва «бизнес-ланч». Однако общее представление о сегментировании строго по частоте использования он дает, хотя, на наш взгляд, такие ситуации, как бизнес-ланч, необходимо исключать из общего исследования.

Еще один, без сомнения, важный признак классификации – это гастрономические пристрастия клиентов ресторана. В работе [7] представлены следующие сведения относительно потребительских предпочтений в данном аспекте (рис. 2).

Как видно из рис. 2, предпочтения потребителей позволяют их разделить на две большие группы:

предпочитающие традиционную кухню (русская, смешанная, итальянская, украинская) – любители «понятных» и привычных для большинства жителей России блюд;

предпочитающие этнические кухни.

Также можно выдвинуть гипотезу о наличии сегмента «любителей гастрономического разнообразия» без выраженных пристрастий.



Рис. 2. Ответы на вопрос, «рестораны, бары, кафе с какой национальной кухней вы посещали за последние три месяца?», %

В работе [1] выделяются популярные сопутствующие услуги, которые можно рассматривать как одну из переменных базы сегментирования «по критерию получаемой выгоды»:

- живая музыка / вечернее шоу/ караоке;
- еда на вынос;
- бронь;
- Интернет.

На основании другого исследования [2] можно сделать вывод о том, что при выделении и (или) профилировании сегментов следует учитывать такой фактор, как использование (неиспользование) потребителями Интернета для поиска ресторанов.

В работе [2] отмечается, что «зона действия» ресторана средней категории – до 800 м (на примере Москвы), т.е. большая часть посетителей ресторанным предприятием проживает либо работает в пределах данного радиуса, что примерно соответствует радиусу пешей доступности. Это позволяет, таким образом, сегментировать ресторанный рынок с позиции конкретного предприятия по географическому признаку.

Из работы [4] можно сделать вывод, что выделение «локального рынка» ресторана (по крайней мере, для ресторанов средней ценовой категории) является принципиально важной задачей с точки зрения организации мероприятий локального маркетинга. Под локальным маркетингом понимается осуществление маркетинговых мероприятий на близлежащей территории, включая разработку программ для каждого объекта влияния:

специальные предложения; реклама в торговых центрах; доставка в близлежащие дома и т.д. [4].

Как видно из представленного выше материала, число баз и переменных сегментирования, по которым могут выделяться сегменты ресторанного рынка, достаточно велико, что требует использования специальных методов исследований для выделения разумного числа сегментов или ниш, которые могли бы быть охвачены маркетинговой стратегией ресторанного предприятия.

Кроме того, необходимо констатировать следующее.

1. Несмотря на то, что с большинством выводов и мнений, представленных в рассмотренных (процитированных) работах, можно согласиться, нельзя говорить о том, что в какой-либо из них задача по сегментированию ресторанного рынка получила в той или иной степени комплексное решение.

2. Имеющиеся исследования позволяют сделать выводы о целесообразности использования некоторых баз и переменных сегментирования, в частности:

- по ситуации использования;
- по гастрономическим предпочтениям;
- по интенсивности покупательского поведения (по частоте посещения; по уровню затрат в ресторане);
- по географическому признаку: по расстоянию до ресторана от места жительства, работы либо традиционного маршрута.

3. Тем не менее проведенный анализ литературы не позволяет сформировать исчерпывающий состав баз и переменных сегментирования. Это не должно негативно сказаться на качестве результатов исследований – просто отсутствие в специальной литературе четкой позиции по данному вопросу должно приниматься во внимание при выборе методов исследования.

Таким образом, сегментирование рынка потребителей ресторанных услуг может дать существенные преимущества компании-владельцу: в случае ресторанного рынка особенно актуальна возможность фокусирования на тех или иных сегментах, разработки индивидуализированной стратегии маркетинга и маркетинг-микса применительно к каждому сегменту. Это объясняется крайней неоднородностью рынка ресторанных услуг; по этой причине информация, которая позволит ресторанной компании сузить круг поиска приоритетных направлений своих маркетинговых усилий, приобретает крайне существенное значение.

Наличие у ресторанной компании информации по характеристикам сегментов, по приоритетным потребностям потребителей каждого из сегментов позволит отобрать потенциально целевые сегменты, примени-

тельно к которым могут быть применены более точные методы маркетинговых исследований.

Библиографический список

1. *Губанкова Г. А.* Победа демократии // Ресторатор. 2007. № 1. С. 30–33.
2. *Девятко В. С.* Как клиенты выбирают ресторан // Ресторатор. 2005. № 6. С. 34–39.
3. *Панюкова Е. А.* Выбор медиа // Ресторан. 2004. № 10. С. 40–42.
4. *Спицнадель В. Н.* Основы системного анализа : учеб. пособие. СПб. : Бизнес-пресса, 2000.
5. *Сулимина А. В.* Исследование рынка кофеен // Ресторан. 2005. Июнь. С. 24–25.
6. *Hopkins D.* The marketing plan. Conference Board, 1981.
7. *Reid D., Plank R.* Fundamentals of business marketing research. Haworth Press, 2004.
8. *Unstructured* interview. URL: http://en.wikipedia.org/wiki/Unstructured_interview.

Инновационные технологии в сфере общественного питания и пищевых производств

Л. А. Кокорева

*Уральский государственный экономический университет
(Екатеринбург)*

Анализ дисперсности и свойств порошков из какаоветлы

Аннотация. Статья посвящена изучению степени измельчения какаоветлы, выработанной с помощью ротационно-каскадной технологии измельчения (РКТ), сравнению дисперсности порошков из какаоветлы РКТ и полученных традиционными способами и способом удара. С помощью дегустационной оценки исследованы органолептические свойства экстрактов из порошков какаоветлы, полученных различными способами. По заключению экспертной дегустационной комиссии выявлено, что порошок из какаоветлы РКТ обладает лучшим флейвором среди представленных образцов. Определены функции распределения линейных размеров размолотых частиц с аппроксимацией методом наименьших квадратов. Выявлено, что максимальное количество оптимального размера частиц (30 мкм) было у какаоветлы, полученной с помощью ротационно-каскадной технологии измельчения. Определено, что для получения кулинарных изделий с заданными органолептическими свойствами необходимо более тонкое измельчение какаоветлы с минимальной массовой долей осадка, которое дает технология РКТ.

Ключевые слова: какаоветла; пятивалковая мельница; дезинтегратор; ротационно-каскадная технология.

Для повышения инвестиционной привлекательности Уральского региона необходимо постоянно развивать и внедрять достижения научно-технического прогресса. В связи с этим на базе Уральского государственного горного университета совместно с Уральским государственным экономическим университетом был разработан и запатентован способ измельчения твердых материалов, а также измельчающее устройство для его осуществления [2], представляющее собой ротационно-каскадную с планетарным движением мелющих тел технологию измельчения.

Данная технология применялась для измельчения оболочки какао-бобов – какаоветлы, так как одной из проблем использования какаоветлы в общественном питании и пищевой промышленности является крупность помола частиц в связи с высокой твердостью оболочки какао-боба. Для увеличения степени измельчения порошка какаоветлы в целях применения его в общественном питании был использован инновационный метод измельчения твердого пищевого сырья на универсальном мукомольном комплексе с ротационно-каскадной технологией измельчения.

Проведен анализ степени дисперсности порошков из какаоеллы, полученных различными способами измельчения на разном оборудовании: на универсальном малогабаритном мукомольном комплексе (УММК), реализующем ротационно-каскадную с планетарным движением мелющих тел технологию высокоскоростного, энергонапряженного помола (РКТ); способом сжатия и сдвига на пятивалковой мельнице типа NAGEMA 912/2 (Германия); способом удара на дезинтеграторе – мельнице дисково-пальцевой МДП-205 (Россия). Анализ степени измельчения какаоеллы на различном оборудовании представлен в таблице.

**Степень измельчения какаоеллы после обработки
на различном оборудовании**

Способ /устройство для измельчения	Частицы размером менее 30 мкм, %
Способ сжатия и сдвига (пятивалковая мельница)	69,50±0,02
Способ ударного действия (дезинтегратор)	46,10±0,03
Ротационно-каскадный способ (универсальный малогабаритный мукомольный комплекс)	94,11±0,01

Таким образом, степень дисперсности какаоеллы, измельченной на универсальном малогабаритном мукомольном комплексе, выше, чем после измельчения на дезинтеграторе в производственных условиях и при использовании традиционной пятивалковой мельницы.

Общеизвестно, что при содержании частиц размером 30 мкм не менее 90% в твердых ингредиентах-добавках последние хорошо интегрируются в пищевой продукт, что позволяет добиться хороших органолептических показателей при моделировании рецептуры, а также при обогащении пищевых продуктов. При использовании ротационно-каскадной технологии измельчения какаоеллы 94,11% частиц имели размер менее 30 мкм, что повлияло на улучшение технологических параметров приготовления продукции общественного питания на основе какаоеллы, а также улучшило их флейвор.

Исследованы четыре экстракта порошков из какаоеллы, полученной различными способами, и какао-порошка: экстракт из порошка какаоеллы, полученной способом сжатия и сдвига; экстракт из порошка какаоеллы, полученной способом ударного действия; экстракт из порошка какаоеллы РКТ; экстракт алкализированного какао-порошка. Экстракты готовили из расчета 10 г порошка на 90 мл воды. Порошки заливали горячей водой и доводили до кипения, затем охлаждали до температуры 40 °С.

Дегустации экстрактов порошков из какаоеллы, полученных различными способами, и какао-порошка проводились на базе центра «Дегустатор», лаборатории кафедры технологии питания Уральского государственного экономического университета. Дегустационная комиссия состояла из преподавателей кафедры технологии питания и экспертов

центра «Дегустатор» – не менее семи человек. Результаты дегустационной комиссии обрабатывались с помощью компьютерной программы, достоверность результатов – 95%, ошибка – 5%, при дисперсии оценок – более 15% – результаты отбрасывались. Оценку осуществляли балловым методом с использованием коэффициентов весомости показателей. Коэффициенты весомости отражают долю признака в формировании качества экстракта, являясь количественными характеристиками значимости показателя, и служат множителями при расчете балловых оценок. Коэффициенты весомости показателей определялись как среднее арифметическое из коэффициентов весомости, предложенных индивидуально каждым дегустатором.

Результаты дегустационной оценки экстрактов порошков из какао-веллы выявили, что более ярким ароматом и вкусом (2,8 балла), а также приятным внешним видом (1,85 балл) обладал порошок из какао-веллы, полученной с помощью ротационно-каскадной технологии измельчения. Дегустационная оценка органолептических показателей порошка из какао-веллы РКТ с учетом показателей значимости составила 4,65 баллов. Меньшими баллами дегустаторы оценили показатели «внешний вид», «аромат и вкус» экстракта из какао-веллы, полученной способом сжатия и сдвига, – 3,28 балла. Экстракт из порошка какао-веллы, полученной способом удара, имел менее насыщенный коричневый цвет, ненасыщенный аромат и пустой вкус и получил экспертную оценку в 1,99 балла.

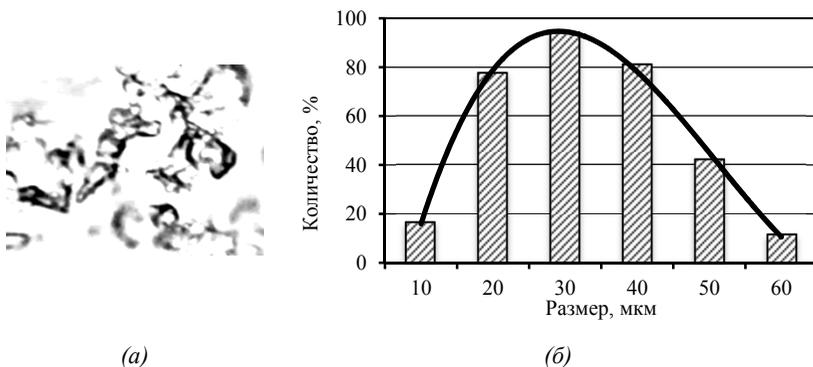
По заключению экспертной дегустационной комиссии (сенсорной панели) лучшим флейвором обладает экстракт из порошка какао-веллы, полученной с помощью ротационно-каскадной технологии измельчения. Данный факт обусловлен большим измельчением порошка и, как следствие, большим переходом вкусо-ароматических компонентов в воду.

По результатам проведенных исследований по определению массовой доли осадка применяемая ротационно-каскадная технология измельчения какао-веллы по сравнению с традиционными дает большую степень дисперсности и соответственно большую растворимость порошка из какао-веллы РКТ [3].

Изучена структура размолотых частиц какао-веллы методом микроскопии на оптическом микроскопе OLYMPUS BX51 (Япония). Обработку и анализ полученных оптических изображений проводили с помощью системы автоматизированного анализа изображений SIAMS Photolab [4].

В результате исследований определены функции распределения линейных размеров размолотых частиц с аппроксимацией методом наименьших квадратов. Аппроксимация осуществлялась с помощью компьютерной программы. Определены дисперсия, максимальный, минимальный линейные размеры частиц. Использование метода аппроксимации дает нам возможность предположить, что при измельчении какао-

веллы других сортов на том же оборудовании степень измельчения будет аналогичной. Для исследованных проб какао-веллы, полученной с помощью различных способов, и какао-порошка (см. рисунок) максимальный размер (100,1 мкм) имеют частицы какао-веллы, полученной способом удара на дезинтеграторе, минимальный размер (8,8 мкм) у частиц какао-порошка. Максимальное количество оптимального размера частиц (30 мкм) было у какао-веллы РКТ – 94,11%.



(а)

(б)

Исследование проб какао-веллы:

(а) оптическая визуализация частиц какао-веллы РКТ;

(б) функция распределения линейных размеров частиц

Благодаря микроразмерам размолотые частицы – продукты тонкого лабораторного помола какао-веллы РКТ – будут равномернее распределяться среди частиц другого пищевого и другого сырьевого материала, образовывать более гомогенизированные смеси, повышать их стойкость при хранении, быстрее растворяться в жидких блюдах и обладать лучшими органолептическими свойствами по сравнению с какао-веллой, полученной традиционными способами.

Из сказанного очевидно, что для получения кулинарных изделий с заданными органолептическими свойствами необходимо более тонкое измельчение какао-веллы с минимальной массовой долей осадка, которое обеспечивает способ ротационно-каскадной технологии измельчения.

Одна из задач исследования – необходимость разработки технологии снижения бактериальной обсемененности какао-веллы РКТ. Так как какао-велла является оболочкой какао-бобов, то она подвержена большей бактериальной обсемененности, чем ядра какао-бобов, из которых производят какао-порошок. Были проведены исследования, которые показали большее содержание мезофильно-аэробных и факультативно-анаэробных микроорганизмов, плесневых грибов и дрожжей в порошках из какао-веллы, полученных способом сжатия и сдвига, удара и ротационно-кас-

кадной технологии без СВЧ-обработки. Согласно исследованиям порошков какао-порошка, полученный разными способами, содержит микроорганизмов в 6–7 раз больше, чем допустимо по микробиологическим нормативам безопасности для какао-порошка товарного, регламентируемого Техническим регламентом Таможенного союза «О безопасности пищевой продукции» ТР ТС 021/2011.

Поэтому одной из целей исследования стал поиск решения по снижению содержания КМАФАнМ, плесневых грибов и дрожжей в производимых порошках из какао-порошка. Для повышения микробиологической безопасности порошок из какао-порошка РКТ обрабатывали в рабочей камере промышленной СВЧ-печи Talin П1-80 насыпным слоем 0,5–1 см в щадящем режиме (конечная температура не превышала 80 °С, что обеспечивало сохранность пищевых веществ) продолжительностью от 30 с до 1 мин. при частоте 2 450±50 МГц. Проведенное исследование подтвердило высокий стерилизующий эффект сверхвысоких частот, 30-секундное использование СВЧ сокращает количество микроорганизмов порошка какао-порошка в 13,2 раза, 45-секундное – в 17,6 раз, 1-минутное – в 28,5 раз. Температура в центральных слоях порошка при обработке в промышленной СВЧ-печи при этом не превышала 80 °С. Дальнейшее повышение температуры приводило к дальнейшему снижению содержания микробного числа, при этом увеличение температуры до 100 °С негативно сказывалось на органолептических и физико-химических показателях.

Необработанные порошки из какао-порошка, полученные различными способами, не соответствуют микробиологическим требованиям к какао-порошку по содержанию плесневых грибов, превышая показатели в 1,5 раза [1]. При использовании СВЧ-обработки в течение 30 с порошка из какао-порошка РКТ наблюдалось снижение содержания дрожжей – в 6,3 раза, плесневых грибов – в 2,5 раз, 45-секундная обработка в поле СВЧ остановила рост дрожжей на среде сусло-агар, снизила рост плесневых грибов – в 5,3 раза. Обработка порошка из какао-порошка РКТ в течение 1 мин. в поле сверхвысоких частот полностью уничтожает дрожжевую и плесневую микрофлору порошка из какао-порошка.

Таким образом, исследованиями установлено, что для устранения загрязнения порошка из какао-порошка мезофильно-аэробными и факультативно-анаэробными микроорганизмами, плесневыми грибами и дрожжами при одновременном сохранении органолептических и физико-химических свойств оптимально использовать обработку порошка какао-порошка РКТ в поле СВЧ в щадящем режиме в течение 1 мин. при частоте 2 450±50 МГц, обеспечивающем повышение температуры в порошке из какао-порошка РКТ до 80 °С в рабочей камере печи. При данной температуре сохраняется также биологическая ценность какао-порошка РКТ.

Таким образом, применение технологии ротационно-каскадного измельчения какаоветлы с СВЧ-обработкой порошка позволит получить конкурентоспособный продукт, позволяющий использовать его как в пищевой промышленности, так и на предприятиях общественного питания.

Библиографический список

1. *Кокорева Л. А., Крюкова Е. В., Пастушкова Е. В.* Определение качества и безопасности напитков на основе порошка какаоветлы // Технология и товароведение инновационных пищевых продуктов. 2014. № 6. С. 79–86.
2. *Пат. 2164815* РФ. МПК В02С15/08. Способ измельчения твердых материалов и измельчающее устройство для его осуществления / Калашников В. Н., Усов Г. А.; № 2000122054; заявл. 22.08.2000 г.; опубл. 10.04.2001 г. 2 с.
3. *Чугунова О. В., Кокорева Л. А., Голуб О. В.* Пищевая ценность порошков из какаоветлы, полученных по ротационно-каскадной технологии // Кондитерское производство. 2014. № 4. С. 9–10.
4. *Юков В. В., Лихачёва Е. И., Крюкова Е. В.* Определение линейных размеров частиц зерна полбы методом оптической микроскопии // Хлебопродукты. 2008. № 7. С. 58–59.

Е. В. Крюкова

*Уральский государственный экономический университет
(Екатеринбург)*

Оценка ассортимента мучных кондитерских изделий на рынке г. Екатеринбурга

Аннотация. В статье проанализировано состояние развития рынка мучных кондитерских изделий в России и г. Екатеринбурге. Изучен ассортимент мучных кондитерских изделий, а именно печенья, определены основные факторы, влияющие на спрос данных видов изделий. Сегодня выпуск традиционного ассортимента печенья может обеспечить сравнительно низкую себестоимость, а производство инновационной продукции в большей степени привлекает потребителя, поэтому имеет значительный потенциал в области брендинга, маркетинга и в итоге получения прибыли. Для создания инновационных продуктов в первую очередь необходимы инновационные ингредиенты, применение нетрадиционного сырья. В статье рассмотрена возможность применения в производстве сахарного и сдобного печенья полбяной муки, которая повышает пищевую и биологическую ценность изделий, улучшает органолептические показатели.

Ключевые слова: мучные кондитерские изделия; рынок; печенье; полба.

В рационе питания населения доля хлебобулочных и кондитерских изделий составляет свыше 30% от всего потребляемого продовольствия. За счет их потребления на 50% удовлетворяется потребность человека в углеводах и до 20% в белках.

Особой популярностью среди населения Российской Федерации пользуются мучные кондитерские изделия. Они обладают приятным вкусом и ароматом, красивым внешним видом, а также высокой энергетической ценностью. В составе кондитерской промышленности Российской Федерации функционируют около 1 500 крупных хлебозаводов по произ-

водству кондитерских изделий и свыше 5 500 мелких предприятий, производящих ежедневно более 16 млн т продукции [2].

Рынок мучных кондитерских изделий включает следующие категории продукции: пряничное изделие, кекс, печенье, вафли, рулет, торт, пирожное, мучное восточное изделие.

Лидером по объему продаж является печенье. Это объясняется тем, что печенье имеет хорошее соотношение цены, качества и потребительских свойств. Производство печенья освоено на большинстве предприятий отрасли, это наиболее популярный и, что немаловажно, наиболее дешевый продукт, поэтому его предпочитают разные группы потребителей. В среднем каждый россиянин потребляет в год 4,2 кг печенья.

Рынок мучных кондитерских изделий представлен широким ассортиментом печенья, и покупатель при его выборе чаще всего проявляет консерватизм, отдавая предпочтение привычным брендам и маркам.

Печенье имеет достаточно большую долю потребления как продукт к чаю и кофе, поэтому всегда остается востребованным и традиционным на кондитерском рынке. Этот сегмент составляет большую часть группы мучных кондитерских изделий (около 40% от общего объема рынка).

В настоящее время производством мучных кондитерских изделий в России занимается около 1 550 предприятий, в том числе примерно 170 специализированных, крупных и средних.

Нельзя не отметить, что в различных сегментах рынка локальные и национальные производители представлены в разных пропорциях. Так, доля локальных производителей в сегменте сдобного печенья и пряников, как правило, составляет более 90%. В то же время на рынке многослойного печенья, которое обладает более продолжительными сроками хранения, представлено гораздо больше федеральных и даже транснациональных, чем локальных производителей [3].

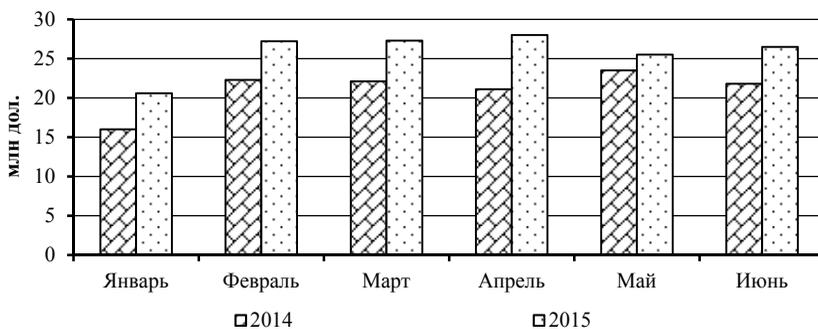
По оценке специалистов, в нашей стране потребление мучных кондитерских изделий в расчете на душу населения составляет 11 кг. Основными покупателями мучной кондитерской продукции являются женщины в возрасте 30–39 лет – их доля составляет порядка 30%, а также женщины в возрасте 50–65 лет, их доля – примерно 25%.

Спрос на мучные кондитерские изделия зависит от сезона, например, с наступлением осени и зимы объем продаж печенья увеличивается.

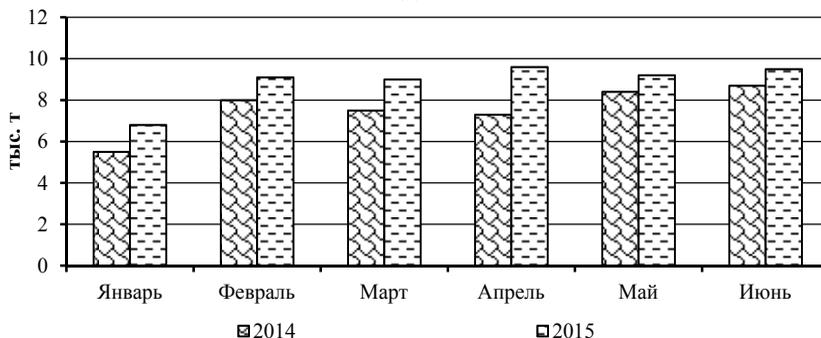
Цены на печенье в магазинах, расположенных в разных регионах России, колеблются от 95 до 250 р. за кг. Такой большой разброс обусловлен наличием разнообразного ассортимента печенья. По технологии производства печенье делится на три основные группы: сахарное, сдобное и затяжное. Данные виды отличаются друг от друга по вкусу и другим качественным характеристикам (пористость, хрупкость, содержание сахара и жиров). Каждый из этих типов печенья делится на подвиды.

Существует еще один сегмент сложного печенья – с начинкой, с шоколадом, с различными добавками. Данное печенье – самое дорогое. Но на его долю приходится наибольшие объемы продаж. В результате ассортиментный ряд, представленный в магазинах, очень широк.

Отечественные изделия вынуждены конкурировать с импортными аналогами практически во всех категориях, за исключением сушек, пряников и сухарей, где доля российской продукции составляет практически 100%. Как показывают данные таможенной статистики, за первое полугодие 2015 г. в Россию было ввезено около 53 202 т мучных кондитерских изделий на общую сумму более 155 млн дол. Этот показатель в стоимостном и натуральном выражении превышает результат аналогичного периода 2014 г. соответственно на 21 и 17% (см. рисунок) [4].



(а)



(б)

Динамика импорта мучных кондитерских изделий в 2014–2015 гг.:
(а) в стоимостном выражении; (б) в натуральном выражении

Разброс цен на упакованную продукцию еще более велик. Например, цена на продукцию кондитерской фабрики «Большевик» варьируется от 115 до 215 р. за 1 кг в зависимости от вида, а продукция, выпускае-

мая под торговой маркой Choco-Pie, является самой дорогой в данном сегменте рынка, цена на нее составляет 210–225 р. за 1 кг.

Ассортимент мучных кондитерских изделий очень разнообразен, однако кондитерская промышленность ставит перед собой одну из главных задач – разработка новых видов изделий с целью совершенствования технологии производства, экономии дефицитных видов сырья, снижения сахароемкости, создания изделий лечебно-профилактического назначения, детского ассортимента, изделий с более длительным сроком хранения. Данную проблему решают с помощью использования местных и нетрадиционных видов сырья. А в связи с указом президента о запрете ввоза импортной продукции вопросы использования местного сырья становятся вдвойне актуальней на сегодня.

Рынок мучных кондитерских изделий имеет высокую степень конкуренции среди производителей. В настоящее время производителям приходится все больше внимания уделять качеству продукции, расширению ассортимента, а также маркетинговому продвижению товара.

Таким образом, в данный момент наблюдается тенденция к усложнению продукции. Ведь для привлечения покупателя большое значение имеет способность производителей проявить воображение и регулярно выпускать принципиально новые либо видоизмененные товары, так как потребителям надоели традиционные виды, формы изделий. Так, среди новинок рынка в сегменте печенья можно выделить продукцию ОАО «Оркла Брэндс Россия»: «Мистер Крекер: сыр и чеснок», «Мистер Крекер: томат и ароматные специи», «Расти с малышом» (с бананом), «Расти с малышом» (с яблоком).

В условиях насыщенности рынка мучных кондитерских изделий, а также роста благосостояния сегодня покупатель все чаще отдает предпочтение более дорогим товарам. Соответственно следующая тенденция – это смещение спроса на более дорогую продукцию.

Следующая тенденция – это увеличение доли сегмента упакованной продукции на рынке мучных кондитерских изделий. В России традиционно наибольшую долю занимает развесная продукция. Но в последнее время эта тенденция начала меняться. Сегмент упакованной продукции постепенно наращивает обороты. Именно такая продукция представляется потребителям более качественной. Наиболее часто на рынке можно встретить изделия в упаковке flow pack, а также в картонных коробках. Крупные производители уделили особое внимание разработке упаковки, так как считают, что, только разработав оригинальное название и яркую упаковку, можно внедрить бренд в сознание потребителей, сделать продукцию заметной и покупаемой.

Еще одной тенденцией является стремление населения к здоровому образу жизни. Производители мучных кондитерских изделий начали уде-

лечь внимание изготовлению продукции с использованием различных пищевых ингредиентов, способствующих улучшению здоровья. Во избежание падения спроса на свою продукцию производители предлагают потребителям новые варианты продукции, например низкокалорийные торты и порожные [5].

Производители печенья в сложившейся ситуации вводят в свой ассортимент продукцию с добавлением дополнительных ингредиентов: отрубей, злаков, изюма, миндаля, витаминов и микроэлементов (например, «Юбилейное утреннее» от производителя ООО «Мон’дэлис Русь»).

Исследования продовольственного рынка г. Екатеринбурга показывают, что ассортимент печенья с добавлением нетрадиционного сырья представлен в основном в интернет-магазинах здорового питания и крупных торговых центрах. В качестве нетрадиционного сырья служат такие добавки, как: пророщенные зерна пшеницы, специальным образом подготовленные сушеные, вяленые и другие консервированные плоды и ягоды, безглютеновые виды муки, продукты переработки плодовоовощного сырья (порошки, пюре, соки и др.).

Сегодня все чаще стали реализовывать «живое» печенье, приготовленное из различного сырья с применением низкотемпературной сушки (35 °С). Доля такого печенья в интернет-магазинах здорового питания достаточно велика и составляет 20%.

Основную долю в ассортименте печенья с добавлением нетрадиционного сырья занимает безглютеновое печенье – 54 %, печенье с добавлением плодовоовощного сырья – 13%, остальную долю занимает печенье на фруктозе – 9%, печенье с добавлением злаковых культур – 4%.

В торговых центрах г. Екатеринбурга структура ассортимента печенья с добавлением нетрадиционного сырья немного иная.

Большую долю данного ассортимента занимает печенье на фруктозе или сорбите – 65%, безглютеновое печенье – 29%, печенье с добавлением плодовоовощного сырья – 4%, печенье с добавлением злаковых культур – 2%. «Живое» печенье в крупных торговых центрах не реализуется.

По мнению многих экспертов, в современных условиях высокой конкуренции на рынке наиболее верный способ стать более успешным – разработка и производство высокомаржинальных инновационных продуктов. Сегодня выпуск традиционного ассортимента может обеспечить сравнительно низкую себестоимость, а производство инновационной продукции в большей степени привлекает потребителя, поэтому имеет значительный потенциал в области брендинга, маркетинга и в итоге получения прибыли. Для создания инновационных продуктов в первую очередь необходимы инновационные ингредиенты.

В качестве такого инновационного ингредиента для производства печенья может служить зерно полбы, продукты ее переработки, которые

в настоящее время не нашли еще применения в производстве мучных кондитерских изделий. Хотя известно, что эти продукты широко использовались в питании наши предки в виде каш, а также в качестве добавок при приготовлении других блюд (супов, запеканок и пр.) [1].

В результате были разработаны новые виды сдобного и сахарного печенья с заменой части пшеничной муки на полбяную, установлены регламентируемые показатели: органолептические – форма, поверхность, цвет, вкус и запах, вид в изломе; физико-химические показатели качества для сдобного печенья – массовая доля влаги не более 5,6%, массовая доля сахара в пересчете на сухое вещество не более 16,5%, массовая доля жира в пересчете на сухое вещество не более 26,75%, щелочность не более 2,0 град, намокаемость не менее 110%; для сахарного печенья – массовая доля влаги не более 8%, массовая доля сахара в пересчете на сухое вещество не более 25,5%, массовая доля жира в пересчете на сухое вещество не более 13,5%, щелочность не более 2,0 град, намокаемость не менее 150%; показатели безопасности.

Библиографический список

1. *Крюкова Е. В., Кокорева Л. А.* Основные направления производства мучных кондитерских изделий // Инновационные технологии в сфере питания, сервиса и торговли : сб. ст. III Междунар. науч.-практ. конф. (Екатеринбург, 15 мая 2015 г.) / отв. за вып. : Н. В. Заборохина, Е. В. Крюкова. Екатеринбург : Изд-во УрГЭУ, 2015. С. 77–83.

2. *Крюкова Е. В., Кокорева Л. А., Чугунова О. В.* Практические аспекты разработки продуктов функциональной направленности // Nauka-Rastudent.ru. 2014. № 10.

3. *Российский рынок печенья.* URL : http://megaresearch.ru/files/demo_file/15691.pdf.

4. *Яшин Ю. Н.* Обзор российского рынка кондитерских изделий // Russian Food&Drinks Market Magazine. 2012. № 6.

5. *Яшин Ю. Н.* Обзор российского рынка кондитерских изделий // Russian Food&Drinks Market Magazine. 2013. № 4.

В. А. Лазарев, Н. Ю. Фролова, Т. А. Титова

*Уральский государственный экономический университет
(Екатеринбург)*

Мембранная технология переработки вторичного молочного сырья как фактор повышения инвестиционной привлекательности предприятия

Аннотация. В статье приведены статистические показатели, свидетельствующие о значительных объемах производства молочной сыворотки в России. Приведены качественные и количественные показатели состава молочной сыворотки. Рассмотрен мембранный метод переработки молочной сыворотки и его основные преимущества. Предложен конкурентоспособный импортозамещающий способ концентрирования аминокислот молочной сыворотки методом ультрафильтрации на керамических мембранах марки КУФЭ (0,01). Приведен сравнитель-

ный анализ концентрирования аминокислот творожной сыворотки методом ультрафильтрации.

Ключевые слова: молочная сыворотка; баромембранные методы; ультрафильтрация; керамические мембраны; аминокислоты.

В Российской Федерации одной из важнейших отраслей считается молочная. За последний год объемы производства сыров и творога увеличились на 22,5%. Необходимо также отметить, что молочные продукты, такие как сыр, сметана и творог, употребляют 80% населения. Их среднегодовое потребление оценивается в 290 кг в год и составляет 16% от всех видов пищи [1], что свидетельствует о высоком спросе на них. При производстве сыров и творога на российских предприятиях образуется 2,2 млн т вторичного сырья – молочной сыворотки, из которых только 30% подвергается обработке [4]. Оставшиеся 70% сливаются в водоемы, что загрязняет окружающую среду, а также не позволяет в полной мере использовать возможные ресурсы.

Молочная сыворотка в то же время – это ценный питательный продукт, богатый белками (α -лактоальбумином и β -лактальбумином), лактозой, аминокислотами, жиром, а также различными минеральными веществами и витаминами, в который переходит около 50% сухих веществ. Поэтому молочная сыворотка обладает высокой пищевой и биологической ценностью.

Методы переработки вторичного сырья являются важной составляющей инвестиционной привлекательности молокоперерабатывающих предприятий Свердловской области. Внедрение безотходной технологии переработки молочной сыворотки позволит расширить ассортимент выпускаемой продукции, снизить экологический ущерб и повысить конкурентоспособность предприятия на молочном рынке.

Молочная сыворотка богата лактозой (4,3% от общей массы) и белком (0,9% от общей массы), который находится в сыворотке в растворенном виде и в виде белкового осадка. Также был определен качественный и количественный аминокислотный состав белкового раствора творожной сыворотки производства ООО «МПК» (г. Полевской) в лабораторных условиях Уральского государственного экономического университета на аминокислотном анализаторе ААА 339 Микротехна, н.п. ПРАГА 4.

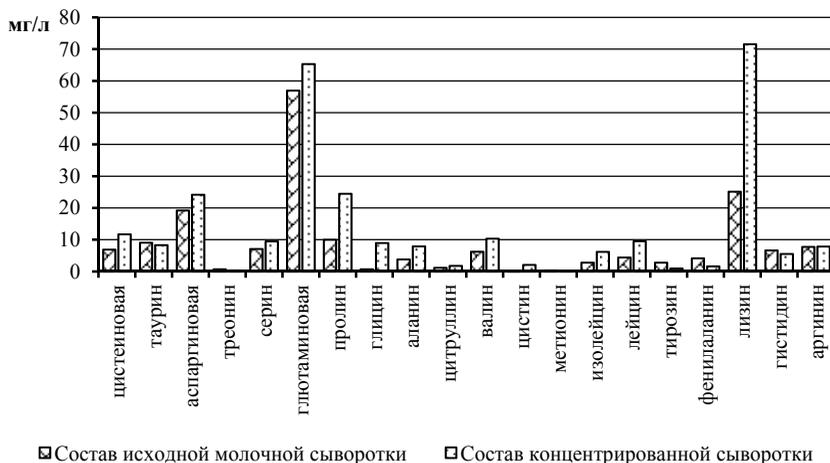
Как показали исследования, творожная сыворотка содержит как заменимые аминокислоты, так и незаменимые. Аминокислоты являются строительными блоками для белков и образуют их бесчисленное многообразие, которое основано на разном порядке чередования аминокислот в полипептидной цепи. Белки же в свою очередь образуют все живые организмы, что делает их важной составляющей молочной сыворотки.

Учитывая то, что в исходном виде молочная сыворотка содержит малое количество ценных компонентов, целесообразно ее концентрировать. Существует несколько способов сгущения сыворотки, но наиболее

эффективный и современный метод – мембранный [5], к положительным чертам которого относят: сохранение нативных свойств компонентов; увеличение степени переработки сырья; возможность экономии энерго-ресурсов, воды и расходных материалов [3].

Согласно общепринятой классификации оптимальным мембранным методом для концентрирования белка и аминокислот является ультра-фильтрация. При ультрафильтрации используют как полимерные, так и керамические мембраны. К недостаткам полимерных мембран относится их быстрая изнашиваемость, что обусловлено узкими межмембранными каналами рулонных элементов. Керамические мембраны, наоборот, отличаются высокой проницаемостью, имеют длительный срок эксплуатации (3–5 лет) и обладают возможностью разделять сыворотку без предварительной подготовки (отделения твердой фазы и обезжиривания) [2].

Авторским коллективом ученых УрГЭУ разработана и апробирована установка для переработки молочной сыворотки методом ультрафильтрации с применением керамических мембран КУФЭ (0,01) отечественного производства (НПО «Керамикфильтр», г. Москва) в условиях реального производства на предприятии К(Ф)Х Аникьева А.В. Вследствие концентрирования творожной сыворотки ООО «ПМК» (г. Полевской) на данной установке образуется пермеат (водный раствор лактозы) и белковый концентрат. Были определены общие показатели концентрированной сыворотки (см. таблицу), ее качественный и количественный аминокислотный состав, а также проведено сравнение с исходным аминокислотным составом (см. рисунок).



Сравнение аминокислотного состава исходной и концентрированной творожной сыворотки

Посредством концентрирования сыворотки на разработанной ультрафильтрационной установке с применением керамических мембран КУФЭ (0,01) получен концентрат с увеличенным содержанием белка приблизительно в десять раз (см. таблицу). Средняя степень концентрирования аминокислот растворенного белка составляет 1,6. Из рисунка видны различия в степени концентрирования аминокислот. При сгущении творожной сыворотки производства ООО «ПМК» (г. Полевской) в большей степени сконцентрировались пролин (в 2,5 раза), глицин (в 12,3 раза), цистин (в 17,6 раза) и лизин (в 2,9 раза). Количество таких аминокислот, как таурин, тирозин и фенилаланин, в мг/л после концентрирования, наоборот, уменьшилось. Данные результаты обусловлены, на наш взгляд, различиями в молекулярной массе аминокислот, конформацией их молекул и пребыванием в свободной или связанной форме.

Показатели творожной сыворотки после ультрафильтрации (средние значения)

Параметры		Сыворотка творожная	
		концентрат	пермеат
Белок общий, %	раствор	0,30	0,01
	осадок	8,20	
Лактоза, %		4,27	4,25
Жир, %		3,30	0,00
Минеральные вещества, %		0,70	0,65
Сухие вещества, %		16,72	4,91

Представляется перспективным выделение из молочной сыворотки различных аминокислот с применением мембранных методов без разрыва пептидных связей химическими веществами. Можно предположить, что при этом в концентрате неизбежно будут присутствовать в большей или меньшей степени все аминокислоты, содержащиеся в исходном продукте, с преобладанием определенных из них. Комплексная технология безотходной переработки вторичного молочной сырья с перспективой получения концентратов аминокислот является важным фактором повышения инвестиционной привлекательности молокоперерабатывающих предприятий Уральского региона и отвечает концепции продовольственной безопасности Российской Федерации.

Библиографический список

1. Жукова А. Сырных дела мастера // Российская газета. 2015. № 1013. URL : <http://rg.ru/2015/09/01/syr.html>.
2. Лазарев В. А. Разделение и концентрирование молочной сыворотки на ультрафильтрационных и обратноосмотических мембранах : автореф. дис. ... канд. тех. наук. Екатеринбург, 2015. С. 6.
3. Лазарев В. А., Тутова Т. А. Мембранное концентрирование аминокислот молочной сыворотки // Продовольственный рынок: состояние, перспективы, угрозы : сб. ст. Между-

нар. науч.-практ. конф. (Екатеринбург, 18–19 ноября 2015 г.) / отв. за вып. О. В. Феофилактова. Екатеринбург : Изд-во УрГЭУ, 2015. С. 124–128.

4. *Маркелова В. В.* Разработка технологий пробиотических продуктов из молочной сыворотки, ферментированной экзополисахаридпродуцирующими штаммами *L. Acidophilus* : автореф. дис. ... канд. тех. наук. СПб., 2013.

5. *Ожгихина Н. Н., Волкова Т. А.* Рациональная переработка молочной сыворотки // Переработка молока. 2012. № 9. С. 44–46.

Н. Ю. Меркулова, В. Г. Клюкина

*Уральский государственный экономический университет
(Екатеринбург)*

Совершенствование технологии производства копченых колбас как фактор оптимизации ассортиментной и ценовой политики на региональном потребительском рынке

Аннотация. В статье рассматриваются технологии производства сырокопченых колбас классическим методом и методом введения стартовых культур. Описаны главные отличительные особенности двух методов выработки. Проведен сравнительный анализ аминокислотного состава образцов, изготовленных разными способами. Выявлено влияние стартовых микрокультур на содержание незаменимых аминокислот в изготовленных образцах.

Ключевые слова: сырокопченые колбасы; стартовые культуры; технология производства; аминокислотный состав; сравнительный анализ.

В настоящее время в магазинах представлен широкий ассортимент колбасной продукции. Один из его сегментов – это копченые колбасы. Данный вид колбасной продукции изготавливают в соответствии с ГОСТ Р 55455-2013, ГОСТ Р 55456-2013 и техническими условиями организаций.

Технология производства сырокопченых колбас является одним из наиболее сложных циклов переработки мясного сырья. Состав сырьевого набора, количество сырья, степень измельчения компонентов, композиция специй и добавок, соблюдение режимов технологических операций – это факторы, определяющие направленность биохимических процессов формирования качества и безопасности сырокопченой продукции в современных условиях нестабильности бактериальной чистоты как сырья, так и производства.

Многие производители сырокопченых колбас в настоящее время предпочитают классической технологии производства технологию с использованием стартовых микрокультур. Данная технология получила широкое распространение в связи с ее очевидными преимуществами в сравнении с традиционной технологией. Сырокопченые колбасы вырабатываются двух категорий:

1) сырокопченая колбаса (колбаска) категории А – сырокопченая колбаса (колбаска) с массовой долей мышечной ткани в рецептуре продукта свыше 60%;

2) сырокопченая колбаса (колбаска) категории Б – сырокопченая колбаса с массовой долей мышечной ткани в рецептуре от 40% до 60%¹.

Стартовые культуры – живые микроорганизмы, главным образом молочнокислые бактерии и стафилококки, роль которых заключается в направленном формировании консистенции, цвета, вкуса и аромата в сочетании с подавлением развития нежелательной микрофлоры в продукте, т.е. в обеспечении гигиенической безопасности [1, с. 31]. Стартовые культуры вносят в колбасную массу с учетом их способности к кислотообразованию, что повышает микробиологическую стабильность продукта, а также в связи с положительным влиянием на цвет и вкус. Количество вносимой стартовой культуры должно составлять не менее 10^7 КОЕ/г колбасной массы [3, с. 401]. Применение стартовых культур в производстве сырокопченых колбас, как считается, позволяет снизить содержание холестерина мясного сырья благодаря его использованию бактериальными культурами в процессе метаболизма, подавить активные радикалы и замедлить окислительную порчу [2, с. 23].

Сравнительный анализ технологических параметров процесса производства также подтверждает эффективность применения стартовых культур.

При использовании стартовых культур отпадают требования к сырью по его биохимическим свойствам, что необходимо в производстве сырокопченых колбас без применения бактериальных культур. Не имеет значения исходный рН мяса. Мясо можно применять парное, выдержанное, созревшее или замороженное. Преимуществом бактериальных культур является их активность, что позволяет получить одинаковые продукты из мяса с разными исходными биохимическими параметрами при определенных условиях производства. При неуправляемом способе производства без применения бактериальных культур используют мясо, содержание влаги в котором меньше нормы, тогда как при применении бактериальных культур необходимо максимально сохранить имеющуюся в мясе свободную воду. Учитывая значение свободной воды в фарше для размножения бактерий, не следует выдерживать предварительно измельченное мясо в рассоле или производить предварительный посол. Такая обработка значительно увеличивает срок созревания сырокопченой колбасы, рН постепенно снижается. При устранении предварительной обработки сырья достигается экономия рабочей силы и времени [4, с. 49]. При равных характеристиках органолептических и физико-химических пока-

¹ ГОСТ 55456-2013. Колбасы сырокопченые. Технические условия. Введ. 2014-07-01. М. : Изд-во стандартов, 2014.

зателей продукции традиционной и с применением стартовых культур установлены различия по содержанию аминокислот белкового комплекса.

Таблица 1

Сравнение традиционной технологии производства сырокопченых колбас с технологией, применяющей стартовые культуры

Продолжительность	Традиционный способ		Применение бактериальных культур		
	Операция	Параметры	Продолжительность	Операция	Параметры
24 ч	Замораживание сырья; предварительное измельчение; составление фарша; перемешивание и измельчение; шприцевание	-10 °С	24 ч	Замораживание сырья; предварительное измельчение; составление фарша; перемешивание и измельчение; шприцевание	-10°С Добавление культур
6 дней	Копчение	18 °С, относительная влажность воздуха 85–90%, скорость воздуха 0,2 м/с	25 дней	Созревание и копчение	25 °С, относительная влажность воздуха 85–95%, скорость воздуха 1 м/с
25 дней	Созревание	12–15 °С, относительная влажность воздуха 75–80%, скорость воздуха 0,06 м/с			
35 дней	Сушка		29–30 дней	Сушка	

Таблица 2

Аминокислотный состав сырокопченых колбас, выработанных традиционным способом (контроль) и с применением стартовых культур (разработка)

Аминокислоты	Контроль		Разработка	
	мг	%	мг	%
Незаменимые, в том числе:	7 935,63	37,51	8 522,67	38,52
валин	680,59	3,22	826,63	3,74
изолейцин	667,99	3,16	825,81	3,73
лейцин	1 490,13	7,04	825,81	3,73
лизин	3 097,72	14,64	3 729,69	16,86
метионин	552,51	2,61	579,55	2,62
треонин	799,87	3,78	988,85	4,47
фенилаланин	646,82	3,06	746,33	3,37

Аминокислоты	Контроль		Разработка	
	мг	%	мг	%
Заменяемые, в том числе:	13 219,9	62,49	12 684,15	57,33
аланин	1 359,39	6,43	1 278,96	5,78
аргинин	1 299,19	6,14	1 316,25	5,95
аспаргиновая кислота	1 370,55	6,48	1 765,90	7,98
гистидин	720,68	3,41	777,32	3,51
глицин	3 144,39	14,86	1 517,22	6,86
глутаминовая кислота	4 140,50	19,57	4 538,63	20,51
пролин	0,00	0,00	0,00	0,00
серин	543,51	2,57	652,21	2,95
тирозин	439,89	2,08	546,60	2,47
цистин	201,80	0,95	291,06	1,32
<i>Итого</i>	<i>21 155,51</i>	<i>100,00</i>	<i>22 124,94</i>	<i>100,00</i>

Анализируя данные табл. 2, можно сделать вывод, что выработка сырокопченых колбас с применением стартовых культур обеспечивает лучшие свойства белков, так как позволяет сохранить количественное содержание незаменимых аминокислот в процессе переработки сырья (валин, изолейцин, лейцин, лизин, метионин, треонин, фенилаланин). Внесение в колбасную массу нужного вида бактерий в требуемом количестве обеспечивает эффективное и безопасное брожение. Смесь бактериальных культур выбирают исходя из желательной скорости процесса ферментации. Разработаны стартовые культуры для быстрого, среднего и медленного увеличения кислотности. Применение микрокультур уменьшает производственный цикл, но не уменьшает себестоимости продукции. Тем самым производители могут увеличить свой товарооборот.

Библиографический список

1. *Прянишников В. В., Ильтяков А. В.* Современные технологии сырокопченых колбас с применением стартовых культур // Мясная индустрия. 2011. № 10.
2. *Титов Е. И., Колотвина С. В., Машенцева Н. Г. и др.* Стартовые культуры, снижающие содержание холестерина, в мясных продуктах // Мясная индустрия. 2012. № 2.
3. *Фейнер Г.* Мясные продукты. Научные основы, технологии, практические рекомендации / пер. с англ. Н. В. Магды, науч. ред. : В. Г. Проселков, Т. И. Проселкова. СПб. : Профессия, 2010.
4. *Шиффнер Э., Хагедорн В., Опель К.* Бактериальные культуры в мясной промышленности / пер. с нем. М. : Пищевая промышленность, 1980.

Д. С. Мысаков

Уральский государственный экономический университет
(Екатеринбург)

Изучение состояния биотехнологического производства в УрФО и России в целом с обоснованием значимости внедрения микробных гидроколлоидов в рецептуру мучных кондитерских изделий

Аннотация. Рассматривается термин «биотехнологические процессы», показано состояние промышленной биотехнологии в целом и пищевой биотехнологии в частности на примере России и УрФО. Сделан акцент на микробиологических производствах как самом интенсивно развивающемся сегменте биотехнологии, и подробно рассказано о гидроколлоидах – биополимерах, оказывающих огромное влияние на реологические свойства полуфабрикатов и в итоге на качество готовой продукции. На основе проведенных ранее исследований показана целесообразность применения ксантановой камеди в производстве безглютеновых мучных кондитерских изделий в качестве заменителя клейковины без потери органолептических и физических качеств готового продукта.

Ключевые слова: пища; биотехнология; синтез; гидроколлоиды; ксантан.

На сегодня биотехнологические процессы повсеместно используются в разных областях промышленности. Даже если исключить продукты брожения, микроорганизмы помогают человеку получать множество веществ, перерабатывая всевозможные виды органического сырья в сотнях ферментативных реакций.

Современные условия недостатка и низкого качества исходного сырья вынуждают производителей искать новые технологии для производства продукции. Долгое время считающаяся прикладной сферой молекулярной биологии биотехнология сегодня действительно может помочь не только удержать текущие темпы производства, но и значительно их увеличить. Биоиндустрия на рынке занимает третье место по капитализации среди ведущих секторов мировой экономики, уступая только банковскому и нефтегазовому секторам.

Китай, США, Индия, Япония, страны Евросоюза интенсивно развивают биотехнологическую промышленность. В отечественной промышленности биотехнология признана приоритетным направлением развития инновационной экономики, что отмечено в Концепции долгосрочного социально-экономического развития Российской Федерации до 2020 г.¹

Между тем вклад РФ в мировую биотехнологию составляет десятки доли процента, хотя в 1989 г. СССР по общему объему производства биотехнологической продукции уступал только США [3; 5].

¹ URL : <http://government.ru/info/6217>.

В СССР значительное увеличение фундаментальных и прикладных исследований в различных сферах микробиологии относится к началу 60-х г. XX в., когда для этих целей был создан ряд институтов: Центр биологических исследований АН СССР, Институт биоорганической химии им. М. Шемякина, Институт молекулярной биологии. Кроме того, были открыты новые научно-исследовательские институты на Урале, в Сибири, Казани, Махачкале и Мурманске. По инициативе АН СССР был создан сектор микробиологической промышленности, производящий белки одноклеточных организмов, витамины и другие вещества [1].

В целом текущее состояние биотехнологической промышленности в Российской Федерации значительно отстает по объему и уровню производства от других стран. В то же время наблюдается постоянно возрастающий потребительский спрос на биотехнологическую продукцию.

Результатом такой ситуации стала высокая зависимость от импорта из стран-центров биоиндустрии по биотехнологическим продуктам – ферментным препаратам и кормовым добавкам – и наличие на отечественном рынке устаревших и низкокачественных биотехнологических продуктов.

Одним из основных направлений развития пищевой биотехнологии в России было выбрано получение ферментных препаратов. Доля российских производителей на данном рынке колеблется на уровне 27%. Однако даже вырабатываемые сегодня отечественные ферменты не пользуются популярностью у производителей пищевых продуктов, практически в полном объеме поступая в кормопроизводство по причине использования для их получения устаревших технологий. Стоит отметить основные предприятия ферментной промышленности РФ: ПО «Сиббиофарм» (Новосибирская область), Московский завод сычужного фермента (Москва), «Восток» (Кировская область).

Рассматривая Уральский федеральный округ с точки зрения развития биотехнологических производств, стоит упомянуть, что в 2008 г. в Челябинской области проводились успешные эксперименты по трансплантации эмбрионов на агрофирме «Калининская» Брединского района. А первый на Урале центр биотехнологии репродукции сельскохозяйственных животных появился в Троицке в 2010 г.

В основу деятельности центра положена технология трансплантации эмбрионов, которая на сегодняшний момент широко применяется в животноводстве стран Европы. Трансплантация эмбрионов позволяет в разы быстрее продуцировать генетический материал путем получения большого количества потомства с высоким генетическим потенциалом. В таком случае возможно получение не одного теленка в год, а более ста эмбрионов с необходимыми генетическими характеристиками, формиро-

вание высокопродуктивного стада за пять лет вместо традиционных 30 лет.

Другой пример успешного внедрения биотехнологии в УрФО – тюменское предприятие Госрыбцентр, в филиалах которого большое внимание уделяется совершенствованию технологии искусственного воспроизводства ценных видов рыб (сибирского осетра, муксуна и пеляди), и проводятся работы по формированию маточных стад сиговых в озерах Урала и Западной Сибири.

Но главным достижением Госрыбцентра являются биотехнология искусственного воспроизводства и товарного выращивания тугуна и биотехнология сбора икры сиговых рыб экологическим методом в реках Западной Сибири, позволяющая на 40% увеличить выход икры в сравнении с традиционным способом.

Рассматривая в целом процесс биотехнологического производства, можно описать следующие пять стадий.

Три из них – стадии подготовка сырья, микроорганизмов-продуцентов и ферментация. При осуществлении микробиологического синтеза необходимо ответственно подходить к процессам приготовления питательной среды и поддержания чистой культуры микроорганизмов. Более того, поддержание чистой культуры штамма – основная задача микробиологического производства, так как только высокоактивный, избежавший спонтанных мутаций штамм может гарантированно производить целевой продукт с заданными свойствами.

Затем из получившейся культуральной жидкости выделяют и очищают продукт. Для микробиологических процессов характерно образование очень «грязных» растворов и суспензий, в которых помимо целевого продукта содержится большое количество сопутствующих и соковых веществ. Поэтому производители вынуждены прибегать к процессам разделения этой смеси веществ, применяя физические (например, сепарирование) или химические (экстракция) методы.

Заключительная стадия биотехнологического производства – это придание продуктам микробиологического синтеза товарной формы. При этом необходимо учитывать тот факт, что эти продукты характеризуются недостаточной стойкостью к хранению, поскольку являются питательной средой для развития посторонней микрофлоры. Это заставляет принимать специальные меры для повышения сохранности препаратов, вплоть до полной их иммобилизации. Стоит отметить, что, например, вырабатываемые биоиндустрией препараты для медицинских целей нуждаются в дополнительных стадиях расфасовки и укупорки, так как должны быть стерильными. Наиболее упрощенно рассмотренные стадии биотехнологического производства представлены на рисунке.

Для пищевой промышленности фундаментальным долгое время оставался процесс брожения сырья, осуществляемый благодаря жизнедеятельности микробных клеток. В результате этого процесса человек получал прямой продукт (например, этиловый спирт) и сопутствующий (углекислый газ, используемый при производстве мучных изделий). В зависимости от целевого конечного продукта подбирались условия, и проводился соответствующий контроль за жизнедеятельностью штаммов микроорганизмов. Однако, с 1940–1950-х годов началось широкое внедрение так называемого микробиологического синтеза, движущим фактором для которого стало освоение производства антибиотика пенициллина. В классическом варианте брожения продукты обмена веществ микроорганизмов образуются в результате ферментативного процесса распада органических веществ. В микробиологическом синтезе сложные вещества образуются из более простых в результате функционирования ферментных систем микробной клетки [2].



Стадии микробиологического синтеза

Важной особенностью микробиологического синтеза является способность некоторых организмов размножаться с невероятно большой скоростью. Сегодня уже выделены и активно используются бактерии, которые способны продуцировать биомассу в 500 раз быстрее, чем у самых урожайных сельскохозяйственных культур. Кроме того, некоторые микроорганизмы оказались способны к «сверхсинтезу» – избыточному образованию продуктов обмена веществ (например, аминокислот, вита-

минов и др.), превышающему потребности самой микробной клетки. Для микробиологического синтеза органических соединений в качестве сырья применяют наиболее дешевые источники азота (например, нитраты или соли аммония) и углерода (углеводы, органические кислоты, спирты, жиры, углеводороды) [6].

Полисахариды – это углеводы, которые являются обязательным компонентом любого организма, будучи при этом основой растительного мира. Существуют также микробные полисахариды, некоторые из них напоминают или полностью соответствуют по структуре полисахаридам растений или животных, но в целом все же имеют специфичную структуру, которая, как правило, характерна только для данного вида.

Самой обширной группой микробных полисахаридов являются гидроколлоиды, представляющие собой длинную цепь полимеров полисахаридов и белков. Наличие большого числа гидроксильных (-ОН) групп в химическом составе заметно повышает их сродство с молекулами воды и в результате делает гидроколлоиды гидрофильными соединениями. Поэтому основным свойством гидроколлоидов является формирование вязких дисперсий или гелей при растворении их в воде. Дисперсия гидроколлоида выступает промежуточным веществом между истинным раствором и суспензией.

Использование такой способности гидроколлоидов привело к значительному сдвигу в области исследований реологических свойств систем производства продуктов питания. На этапе получения полуфабрикатов, например, пшеничного теста, внесение гидроколлоидов отражается на вязкости смеси, а в готовом продукте изменяется текстура мякиша. Таким образом, модификация вязкости пищевой системы помогает изменить органолептические свойства продукта. Следовательно, гидроколлоиды могут использоваться в качестве структурообразующих пищевых добавок для выполнения конкретных задач по формированию заданных характеристик изделий.

К натуральным, т.е. вырабатываемым микроорганизмами без последующей модификации, гидроколлоидам относят: растительные и микробные камеди, слизи из рожкового дерева, семян льна и айвы, пектина, агара и др.

Капсулярный полисахарид ксантан вырабатывается микробиологическим способом в гидрокарбонатной среде с добавкой лактата кальция и неорганического азота. Этот биополимер-загуститель – внеклеточная слизь, образующаяся на поверхности ячейки. Состав и структура ксантановой камеди, изготовленной в промышленных условиях, идентичны характеристикам камеди, полученной в процессе культивирования облигатных аэробов грамтрицательных неспороносных фитопатогенных бактерий *Xanthomonas campestris*, принадлежащих к семейству *Pseudomo-*

пасае. Ксантан состоит из пяти повторяющихся фрагментов сахаристых остатков: два глюкозных остатка, два маннозных остатка и один остаток глюкуроновой кислоты, частично этерифицированный уксусной и пирогликолевой кислотами [4].

Ксантан в пищевой промышленности играет важную роль, широко применяясь в самых разнообразных производствах. Напитки, соусы, джемы, продукты быстрого приготовления, молокосодержащие и мясные изделия – в технологии этих продуктов нашлось место применению удивительных связывающих свойств этой камеди. Активно происходит внедрение данного структурообразователя и в рецептуру мучных кондитерских изделий. Особенно высокая эффективность в этой области наблюдается в безглютеновых продуктах, в которых ксантан выполняет роль клейковины. В результате получаются продукты с хорошими органолептическими качествами. Смеси из ксантановой камеди, каррагинана, камедей гуаровой и рожкового дерева являются превосходными стабилизаторами ряда замороженных и охлажденных молочных продуктов, таких как мороженое (в том числе, фруктовое), сметана, взбитые сливки и рекомбинированное молоко. Такие смеси обладают оптимальной вязкостью, устойчивостью к долгому хранению и тепловому удару, а также позволяют контролировать образование и размер кристаллов льда в замороженных и подмороженных изделиях [2].

В лабораториях УрГЭУ на кафедре технологии питания проводятся многочисленные исследования по сравнению ксантана с другими распространенными стабилизаторами и выпечке образцов мучных кондитерских изделий, содержащих в своем составе ксантан. На сегодня результатом этих исследований стали рецептуры и технологии безглютенового бисквитного полуфабриката из смеси рисовой, кукурузной и соевой муки. Данные полуфабрикаты отличаются хорошими органолептическими и физико-химическими показателями.

Библиографический список

1. *Биотехнологические* и генно-инженерные компании и их разработки // TechStandart. URL : <http://www.techstandard.ru/testars-308-4.html>.

2. *Илларионова В. В.* Научно-практическое обоснование применения подсолнечных лецитинов олинового типа в производстве пищевых продуктов функционального назначения : дис. ... д-ра тех. наук. Краснодар, 2010.

3. *Интернет-журнал «Коммерческая биотехнология»*. URL : <http://http://www.cbio.ru>.

4. *Использование* ксантановой камеди в качестве структурообразователя при производстве бисквитного полуфабриката / Д. С. Мысаков, О. В. Чугунова, Н. В. Заворохина, Н. А. Панкратьева // Новые технологии. 2014. № 3.

5. *Итоги* Парламентских слушаний по биотехнологиям. URL : <http://www.ras.ru/news/shownews.aspx?id=9fdef67e-86ec-41ba-a2ef-641c0ba87113>.

6. *Микробиологический синтез*. URL : http://www.chemport.ru/data/chemipedia/article_2186.html.

Г. Б. Пищиков

Уральский государственный аграрный университет
(Екатеринбург)

А. Иус

Технологический институт Карлсруэ
(Карлсруэ, Германия)

А. В. Швецова, В. А. Лазарев

Уральский государственный экономический университет
(Екатеринбург)

Изучение стабильности биологически активных ингредиентов карамельной бессахарной смеси при хранении

Аннотация. Описаны преимущества леденцовых форм по сравнению с жидкими или таблетированными. Разработана технология и состав карамельной основы, предложено ее использование в производстве патокодержащих леденцов. Изучено влияние ингредиентов карамельной смеси на ее свойства и стабильность при хранении. Определена степень инактивации витаминов при хранении. Представлены хроматограммы растворов опытных и контрольных образцов, содержащих витамины. Установлено, что стабильность витаминов С, В1 и В2 в карамели в несколько раз выше, чем в порошке.

Ключевые слова: изомальт; карамель; биологически активные формы; витамины; патока.

В настоящее время приоритетным направлением пищевой и фармацевтической промышленности стала разработка форм, отличающихся повышенным комфортом применения. Особый интерес представляют леденцовые формы для рассасывания, характеризующихся быстротой высвобождения и полнотой всасывания действующих веществ в сочетании с приятным вкусом. Данные биофармацевтические свойства делают леденцовые формы более эффективными, чем привычные жидкие или таблетированные [1]. Ранее исследованиями [2; 3] установлено, что молекулы лекарственного средства, окруженные сахарным стеклом, как бы покрываются инертной газонепроницаемой оболочкой и практически не поддаются химическим изменениям.

Цель эксперимента – определить степень инактивации витаминов при хранении. На песчаную баню устанавливали выпарительную чашку, в которую при температуре 150–160 °С загружали 2,0 мл воды, 8,0 г патоки, 42,0 г изомальта. Карамельную массу уваривали 25–30 мин. Готовую массу (49,72 г) переносили на пластину из фторопласта и тщательно перемешивали со смесью 0,063 г тиамин гидрохлорида, 0,061 г рибофлавина, 2,108 г кислоты аскорбиновой. Затем карамельную массу делили на две равные части, которые помещали в термостаты на 13 суток. Первый образец выдерживали при температуре 60 °С, второй при температуре 15 °С. В качестве контроля служили варианты смеси порошков изомальта

(96,014 г), витамины: 0,061 г тиамин гидрохлорида, 0,062 г рибофлавина, 2,210 г кислоты аскорбиновой.

На рис. 1–4 представлены хроматограммы растворов опытных и контрольных образцов. Результаты измерения площадей пиков показаны в таблице. В связи с тем, что время выхода изомальта совпадает с временем выхода кислоты аскорбиновой ее определение вели по ГФХ.

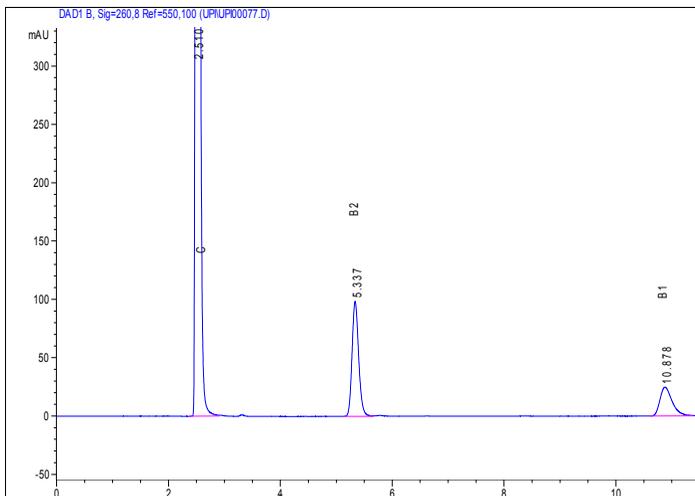


Рис. 1. РСО. Навески витаминов: С – 0,35 г; В1 – 9,8 мг; В2 – 10,2 мг/500 мл ПФ. Объем пробы 10 мкл

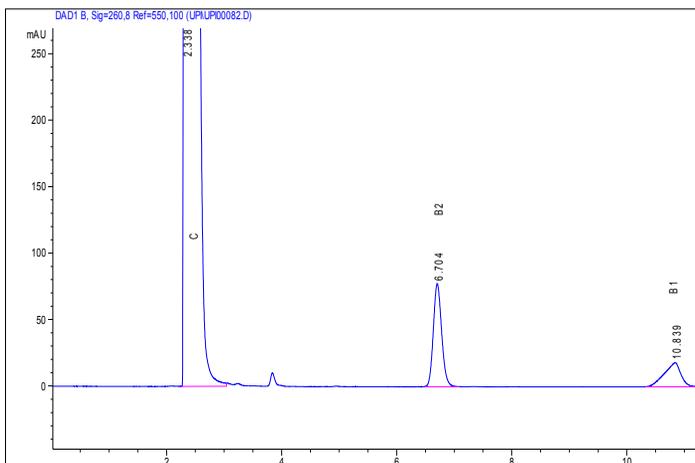


Рис. 2. Карамель с витаминами С, В2 и В1 после хранения при 15 °С, навеска 1,062 г на 50 мл ПФ

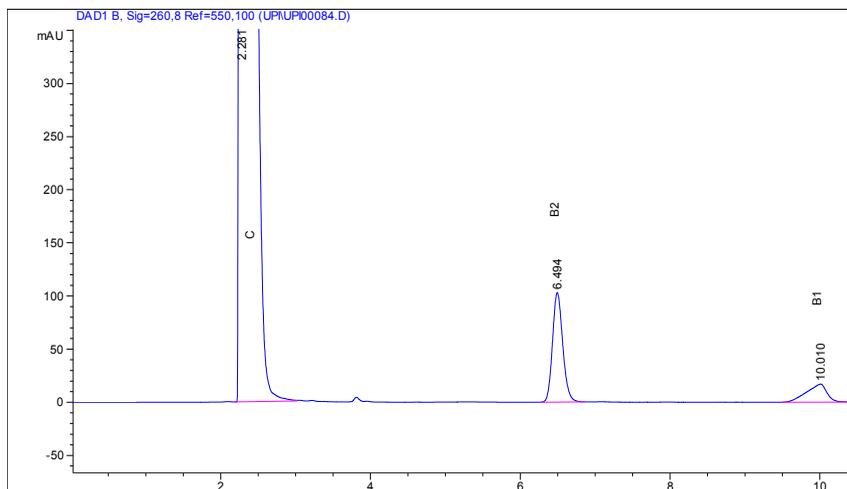


Рис. 3. Карамель с витаминами С, В2 и В1 после хранения при 60 °С, навеска 1,0287 г на 50 мл ПФ

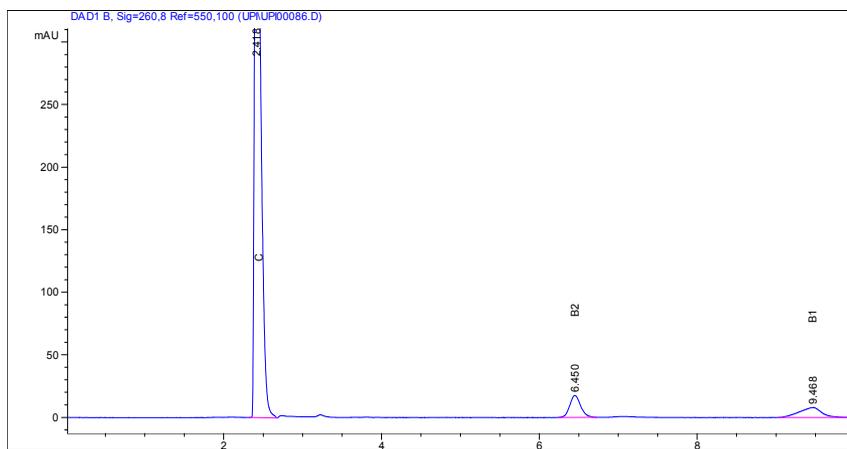


Рис. 4. Порошок изомальта с витаминами С, В2 и В1 после хранения при 60 °С, навеска 0,99 г на 50 мл ПФ

Результаты эксперимента

Наименование образца и режим хранения	Карамель		Порошок	
	15 °С	60 °С	15 °С	60 °С
Площадь пика* витамина В2, [mAU*s]	752,35	771,85	252,27	166,50
Площадь пика* витамина В1, [mAU*s]	347,93	320,79	239,84	153,50
Объем, 0,1н раствора КЮЗ*	0,96	0,86	0,49	0,21

Примечание. * – в пересчете на навеску пробы 1,000 г.

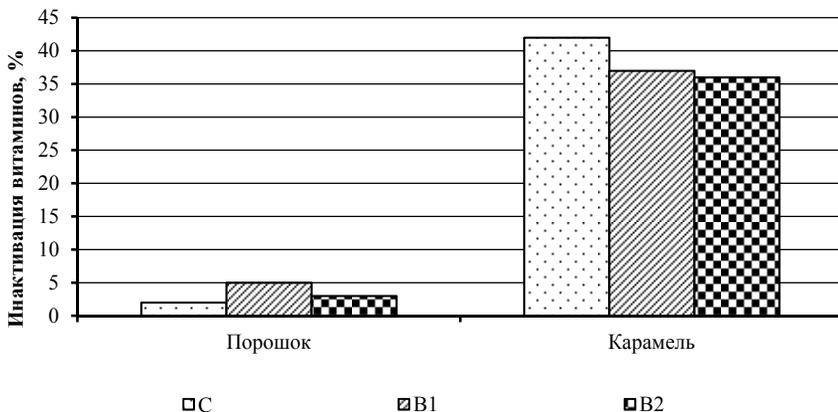


Рис. 5. Инактивация витаминов в порошке и карамели при хранении

Инактивация витаминов С, В1 и В2 при 60 °С в течение 13 суток в карамели и порошке составила 2%, 5%, 3% и 42%, 37%, 36% соответственно. Таким образом, включение витаминов в состав карамели благоприятно сказывается на их стабильности при хранении.

В результате исследований предложенного нами сочетания компонентов смеси установлено, что включение витаминов в газонепроницаемый массив карамели благоприятно сказывается на их стабильности. Потери витаминов за один год хранения составили 5–15%.

Таким образом, методом «ускоренного старения» изучена стабильность витаминов С, В1 и В2 при хранении. Потери витаминов при 60 °С в течение 13 суток в карамели составили 2%, 5% и 3% соответственно. Стабильность витаминов С, В1 и В2 в карамели в несколько раз выше, чем в порошке.

Библиографический список

1. *Gajdos R.* Pharmaceutical orally applicable composition. US Patent № 6008249 28.12.99.
2. *Loid V., Allen G.* Troshes & losengers // *Secundeum Artem.* 2003. Vol. 12. No. 26. P. 9–16.
3. *Rivier V.* Confectionery product containing functional ingredients. US Patent Application № 20030059501.

Д. М. Пьянкова

Уральский государственный экономический университет
(Екатеринбург)

Целесообразность использования порошка из морской капусты в качестве функциональной добавки¹

Аннотация. Рассматривается использование различных пищевых добавок в производстве продукции общественного питания. Сделан вывод, что порошок из морской капусты можно использовать в качестве полезной биодобавки в блюдах общественного питания.

Ключевые слова: йододефицит; обогащенные продукты; порошок из морской капусты; функциональные добавки.

Йододефицитные заболевания включают патологические состояния, связанные с нарушением функции щитовидной железы, обусловленной снижением потребления йода с пищей и водой. Дефицит йода в питании является причиной хронической йодной недостаточности, приводящей к эндемическому распространению таких нарушений, как снижение интеллектуального потенциала вследствие задержки умственного и физического развития, заболевание зобом.

Наиболее тяжелые последствия йодного дефицита оказывает на растущий мозг ребенка, формируя его необратимые нарушения. В условиях йодного дефицита в сотни раз возрастает и риск радиационно-индуцированных заболеваний щитовидной железы в случае ядерных катастроф. Основными природными источниками йода для человека являются продукты растительного и животного происхождения, питьевая вода, воздух. Несмотря на проводимый комплекс профилактических мер по предупреждению заболеваний, связанных с дефицитом йода, заболеваемость йододефицитными болезнями среди населения Екатеринбурга остается высокой, отмечается тенденция к ее росту.

Общий показатель заболеваний в 2003 г. составил 2 671,3 на 100 тыс. населения против 2 489,9 в 2002 г. Удельный вес заболеваемости среди детей до 14 лет – 53,7%. В структуре заболеваемости, связанной с недостаточностью йода, эндемический зоб составил 64,2%² [1; 2]. Лучше всего для профилактики йододефицита подходят те продукты, в которых йод изначально присутствует. Это такие продукты, как: сухая ламинария – содержит от 26–180 мкг йода, морепродукты и морская рыба – 300–3 000 мкг, фасоль – 12 мкг, чеснок – 9 мкг, свекла – 7 мкг, помидоры – 6 мкг на 100 г продукта.

¹ Статья написана под научным руководством Л. Ю. Лавровой.

² *Нормы физиологических потребностей в пищевых веществах и энергии для различных групп населения* от 28 мая 1991 г. № 5786–91. URL : <http://base.consultant.ru>.

По 2 мкг йода содержится в яблоках, апельсинах, вишне и баклажах, а в груше, крыжовнике, черной смородине и абрикосах – в два раза меньше. Самой богатой йодом крупой является пшеничная. Она содержит 4,5 мкг на 100 г крупы, по убыванию дальше следует гречневая крупа – 3,3 мкг, пшеничная – 1,5 мкг и рисовая – 1,3 мкг. Проблема заключается в том, что наиболее богатые йодом продукты – морепродукты, а они для большинства людей слишком дорогие. Именно поэтому необходимо применять дополнительные меры по снабжению населения продуктами, обогащенными йодом.

В целях профилактики йододефицитных заболеваний применяются такие пищевые продукты, как поваренная соль, хлеб, молоко. Для обогащения пищевых продуктов йодом используются различные йодосодержащие добавки, которые условно можно разделить на растительные, неорганические и органические. Наиболее распространены добавки неорганической природы – йодаты или йодиды калия, кальция и натрия. Вносить йодосодержащие добавки в пищевые продукты рекомендуется на таких стадиях технологического процесса, которые обеспечивают достаточное перемешивание, способствующее равномерному распределению элемента по массе продукта, содержание добавки в определенном объеме или массе продукта, простоту внесения и исключают по возможности повреждающее технологическое воздействие.

Всеобщее йодирование соли рекомендовано Минздравом РФ, РАМН в качестве универсального, высокоэффективного метода массовой йодной профилактики. Всеобщее йодирование соли означает, что практически вся соль для употребления человеком (т.е. продающаяся в магазинах и используемая в пищевой промышленности) должна быть йодирована.

Йодирование соли – это простой технологический процесс, а количество йодной добавки на тонну соли составляет около 60–70 г. Международные требования к качеству соли регулируются Пищевым кодексом (Codex Alimentarius). Соль для йодирования должна содержать по весу по крайней мере 98% NaCl и не менее 0,2% кальция, 0,1% магния, 0,5% сульфатов, 0,5% нерастворимых веществ и иметь 3%-ную влажность. По стандарту 2000 г. содержание йода – 40 ± 15 мг/кг соли, используется стабильный йодид калия, срок хранения – до 12 месяцев. Таким образом, массовое содержание йода в соли повышено до 40 ± 15 мг/кг, а срок хранения соли увеличен до 12 месяцев по сравнению со стандартом 1990 г. Нужно учитывать что йод улетучивается из соли при неправильном хранении. Если соль была подмочена или некоторое время находилась в открытой таре, она слипается в комки (верный показатель того, что в ней содержится влага).

Другим способом массовой йодной профилактики стало производство йодированного хлеба. Этот способ профилактики наряду с йодированной солью позволил решить проблему йододефицита во многих странах мира. Обогащение хлеба и молока йодом осуществляется с помощью добавления в них йодированных белков, таких как: «Йодказеин», «Йоддар», «Витайод» и т.д. [3]. Изучая влияние этих добавок на организм человека, ученые не приходят к однозначному выводу. Одни полагают, что применение этих добавок помогает решить проблему йододефицита. Но многие ученые категорически не приемлют данные пищевые добавки как панацею и даже считают вредными для здоровья человека.

Такое разногласие связано с тем, что с помощью таких добавок, как «Йодказеин», продукт обогащается йодированным белком, устойчивым к высоким температурам, однако этот йод практически не отщепляется от белка при температуре до 600 °С. Таким образом, нельзя с уверенностью говорить о пользе продуктов с добавлением йодированных белков. А для профилактики йододефицита необходимо потреблять богатые йодом продукты, в которых йод накапливается естественным путем.

При обосновании общих подходов к решению задач в области питания необходимо исходить не только из биологических факторов, определяющих потребность организма в пищевых веществах и энергии, но и из ряда социальных факторов: резкого ускорения темпа жизни, научно-технического прогресса, объема получаемой информации и др.

Один из возможных путей решения – использование различных пищевых добавок в производстве продукции общественного питания. Выбор конкретных пищевых веществ для обогащения определяется прежде всего дефицитом нутриентов и его широким распространением среди населения. В число дефицитных микронутриентов для Уральского региона входит йод. Использование продуктов переработки морской капусты в пищевых продуктах относят к функциональному питанию.

Функциональные продукты – это продукты, созданные человеком с целью придания им каких-либо определенных свойств, направленных на поддержание здоровья.

Важность йода для организма человека сложно переоценить. Йод поддерживает функцию щитовидной железы и необходим для работы желез внутренней секреции. При недостатке йода нарушается работа мозга и нервной системы, ухудшается состояние кожи, волос, ногтей, зубов. Йод следует употреблять в профилактических целях от цинги, пародонтоза, воспаления лимфатических узлов, подагры, рахита.

Природным источником йода является морская капуста. Этот бесценный дар моря в избытке содержит фитостерины, которые помогают организму очищаться от холестерина, тем самым обеспечивая профилактику атеросклероза. Регулярное употребление морской капусты благо-

творно сказывается на состоянии крови, снижает риск инсультов, инфарктов, стенокардии, а также способствует нормализации менструального цикла. Ламинария повышает уровень гемоглобина и эритроцитов в крови. Соли альгининовой кислоты в морской капусте обладают уникальными иммуностимулирующими свойствами, благотворное сочетание клетчатки и минеральных солей улучшает пищеварение.

Водоросли богаты глютаминовой кислотой. Она нормализует процессы в головном мозге, улучшает белковый обмен и регулирует работу нервной и эндокринной систем. Водоросль спирулина входит в состав БАДов, регулирующих аппетит. Ее микроволокна разбухают в желудке и надолго ликвидируют чувство голода.

На предприятия общественного питания морская капуста поступает в замороженном, консервированном и сушеном видах.

Консервированная морская капуста изготавливается из бурых морских водорослей. Она используется при приготовлении салатов. Блюда из нее получаются легкими, полезными и очень сытными. На основе ламинарии готовят супы, ее используют при тушении мяса, в котлетах.

Морская капуста употребляется не только в виде консервов, но и в сушеном виде. Она сохраняет все полезные свойства свежей морской капусты. В магазины морская капуста сушеная поступает в виде шинкованных тонких нитей, пакетированных по 50 г.

Порошок из ламинарии содержит ряд биологически активных веществ, среди которых различные аминокислоты, йодиды, витамины, минеральные вещества, такие как магний, марганец, который также необходим для роста организма, поддержания состава крови и правильного функционирования половых желез [4]. Он снижает уровень холестерина в крови, предупреждает развитие атеросклероза. Регулирует деятельность половых желез и эндокринной системы, связывает и выводит токсины из организма, в том числе тяжелые металлы, радионуклиды. Стимулирует репарацию слизистых оболочек, оказывает обеззараживающее действие, поглощает различные токсины из кишечника, уменьшает вязкость крови, улучшает ассимиляцию белка, усвоение фосфора, кальция и железа.

Сухие порошкообразные ингредиенты имеют ряд особенностей, которые выгодно отличают их от других пищевых продуктов. Это быстрота и простота (с минимальной затратой труда) приготовления блюд, высокая концентрация питательных веществ, высокая их усвояемость, возможность длительного хранения без потери качества, транспортабельность.

Исходя из сказанного, можно заключить, что порошок из морской капусты является полезной биодобавкой и может быть рекомендован при приготовлении различных блюд общественного питания, что весьма актуально.

Библиографический список

1. Аминина Н. М. Состав йодосодержащих экстрактов из ламинарии японской // Известия высших учебных заведений. Пищевая технология. 2007. № 1. С. 24–27.
2. Дейниченко Г., Дюкарева Г. Как победить йододефицит // Питание и общество. 2012. № 3. С. 12–13.
3. Новикова М. Н. Морская капуста // Рыба и морепродукты. 1999. № 2.
4. Пищевая ценность морепродуктов. URL : <http://www.bigpi.biysk.ru>.

О. В. Феофилактова

Уральский государственный экономический университет
(Екатеринбург)

Использование пребиотиков в производстве пищевых продуктов для коррекции нарушений микробиоценоза населения Уральского региона

Аннотация. Рассматривается использование пребиотиков для профилактики и коррекции микробиологических нарушений в пищеварительном тракте человека. Определено оптимальное направление коррекции нарушений микробиоценоза с учетом строения цепи пребиотических веществ.

Ключевые слова: пребиотики; коррекция нарушений микробиоценоза; оптимизация пищевой ценности.

Здоровье населения существенным образом определяет жизнеобеспечение, экономический потенциал страны и рост ВВП. Необходимость улучшения здоровья населения РФ определена в указах Президента РФ от 7 мая 2012 г.¹

Население Уральского региона подвержено воздействию ряда неблагоприятных факторов, отрицательно влияющих на формирование популяционного здоровья: антропогенное загрязнение окружающей среды, возрастание стрессовых воздействий, антимикробные, противоопухолевые и другие препараты, технологические пищевые добавки, промышленные яды, а главное – неполноценное питание.

Постоянное воздействие данных факторов на организм приводит к нарушению симбиотической микробиологической системы, что сопровождается разнообразными экологическими и социальными неблагоприятными последствиями.

Микробиологическая система (микробиоценоз) – различные органы и полости организма человека вместе с естественной для них микрофлорой. Нормальная микрофлора – это сложная ассоциация бактерий, грибов, вирусов и других микроорганизмов, которые осуществляют жизнен-

¹ Основные положения стратегии охраны здоровья населения РФ на период 2013–2020 гг. и последующие годы. М., 2013. URL : <http://www.nacmedpalata.ru/index.php?action=show&id=12658>.

но важные для человека функции: защитные, пищеварительные, трофические, энергетические, очищения (детоксикация), антимутагенные, иммунные и др. [3].

Микроэкологические нарушения приводят к уменьшению числа бифидобактерий и увеличению общего количества патогенных и условно-патогенных микроорганизмов и их метаболитов (дисбиотическим состояниям), вследствие чего возникают и обостряются хронические заболевания желудочно-кишечного тракта. При дисбиотических состояниях снижается иммунитет, который тесно связан с функцией нормальной микрофлоры. Отсюда становится важным поддержание микроэкологического равновесия.

В виду того, что частота распространения микроэкологического дисбаланса в популяции россиян постоянно увеличивается, становится очевидным, насколько важно приостановить дальнейшее разрушение микроэкологического статуса населения.

Согласно Основам государственной политики Российской Федерации в области здорового питания населения на период до 2020 года создание комплекса мероприятий, направленных на удовлетворение потребностей различных групп населения в здоровом питании с учетом их традиций, привычек и экономического положения является актуальным и своевременным¹.

Направлениями оптимизации пищевой ценности продуктов являются обогащение пищевых продуктов биологически активными компонентами, подбор сырья, применение специальных технологий и т.п. Эффективным и экономически доступным способом улучшения рациона питания за счет содержания биологически активных веществ выступает использование специализированных пищевых продуктов повышенной пищевой и биологической ценности в повседневной жизни [4].

Обеспечить коррекцию дисбиотических состояний можно путем включения в рацион питания населения продуктов оптимизированной пищевой ценности с использованием пребиотиков.

Пребиотики были определены как непереариваемые компоненты, оказывающие положительное воздействие на организм человека путем селективного стимулирования роста и (или) активности одного или ограниченного количества бактерий в толстой кишке и, таким образом, способные улучшить состояние здоровья [6].

Критериями для отнесения соединения к пребиотикам являются:

устойчивость к кислотности желудочного сока, неспособность к ферментативному гидролизу и абсорбированию в желудочно-кишечном тракте;

¹ Распоряжение Правительства РФ от 25 октября 2010 г. № 1873-р.

селективная стимуляция роста и (или) активности кишечных бактерий [5].

К пребиотикам можно отнести следующие соединения (см. рисунок): олигосахариды (соевый олигосахарид, фруктоолигосахариды, галактоолигосахариды);

моносахариды (ксилит, раффиноза, сорбит, ксилобиоза и др.);

дисахариды (лактозула);

полисахариды (целлюлоза, гемицеллюлоза, пектины, камеди, слизи, декстрин, инулин и др.);

пептиды (соевые, молочные и др.);

ферменты (протеазы сахаромикетов, б-галактозидазы микробного происхождения и др.);

аминокислоты (валин, аргинин, глутаминовая кислота);

антиоксиданты (витамины А, С, Е, каротиноиды, глутатион, Q10, соли селена и др.);

ненасыщенные жирные кислоты (эйкозапентаеновая кислота и др.);

органические кислоты (уксусная, лимонная и др.);

растительные и микробные экстракты (морковный, картофельный, кукурузный, рисовый, тыквенный, чесночный),

другие (лецитин, парааминобензойная кислота, лизоцим, лактоферрин, лектины, экстракты различных водорослей и др.) [1; 2].



Соединения пребиотической природы

Действие пребиотиков основано на повышении числа лакто- и бифидобактерий, а следовательно, устранении дисбактериоза и его проявлений (защита, иммунное действие), выработке короткоцепочечных жирных кислот (колонизация, перистальтика), улучшении всасывания питательных веществ, витаминов и минералов, в частности улучшении усвоения кальция (поддержание плотности костей), снижении газообразования, подавлении выработки токсинов и канцерогенов, улучшении состояния печени, селезенки, поджелудочной железы, тонкого и толстого ки-

сечника, обмена веществ, обмена холестерина, снижении уровня сахара в крови при диабете, снижении избыточного веса и др. [1; 2].

При оптимизации пищевой ценности пищевых продуктов необходимо учитывать разнообразие входящих в состав пребиотических веществ по строению цепи (числу мономерных звеньев в молекуле пребиотика), что позволит восстановить более широкий спектр родов бактерий микробиоценоза. Например, мономерные пребиотики проявляют эффект с полости рта и пищевода. Димерные пребиотики проявляют эффект с уровня желудка и тонкого кишечника. Олигомерные пребиотики проявляют эффект в тонком кишечнике и верхних отделах толстого кишечника. Полимерные пребиотики проявляют эффект, начиная с верхних отделов до нижних отделов толстого кишечника [3].

Таким образом, можно активизировать однородные по ферментативной активности микроорганизмы нормофлоры на ограниченном участке пищеварительного тракта и получить точечный эффект для определенных органов и систем (для сердца, иммунитета, печени и т.д.), так как не будет пропорционально развиваться другая микрофлора с другим набором биологических эффектов внутри симбиоза и в отношении макроорганизма-хозяина [3].

Данный метод позволит многогранно и сбалансированно решить проблему профилактики и поддержания нормофлоры.

Можно определить несколько направлений коррекции нарушений микробиоценоза:

составление рациона питания из пищевых продуктов, в достаточной степени содержащих пребиотики;

использование в дополнение к основному рациону питания БАД, содержащие пребиотические компоненты;

разработка и включение в рацион питания традиционных блюд с использованием пребиотиков.

В связи со сложившейся ситуацией, характеризующейся ускорением жизненного ритма, последнее направление является наиболее оптимальным.

Таким образом, представляется целесообразной разработка ассортимента продуктов питания и блюд, содержащих пребиотики, которые могут быть использованы для профилактики нарушений микробиоценоза. Для повышения эффективности таких продуктов необходимо подбирать пребиотические вещества в соответствии с их систематизацией по длине цепи для воздействия на определенный отдел пищеварительного тракта.

Библиографический список

1. *Ардатская М. Д.* Пробиотики, пребиотики и метабиотики в коррекции микробиологических нарушений кишечника // Медицинский совет. 2015. № 13.

2. Орел Р. Кишечная микрофлора и пребиотики // Педиатрическая фармакология. 2011. Т. 8. № 2.

3. Пат. 2473347 Россия МПК А61К 31/70 (2006.01) А61К 47/48 (2006.01) А61Р 1/00 (2006.01). Композиция пребиотиков для нормализации микрофлоры организма / Панюшин С. К.; №: 2011145403/15; заявл. 09.11.2011; опубл. 27.01.2013.

4. Шатнюк Л. Н. Пищевые микроингредиенты в создании продуктов здорового питания // Пищевые ингредиенты. Сырье и добавки. 2005. № 2.

5. Gibson G. R., Probert H. M., Van Loo J., Rastall R. A., Roberfroid M. B. Dietary modulation of the human colonic microbiota: updating the concept of prebiotics // Nutr. Res. Rev. 2004. Vol. 17.

6. Gibson G. R., Roberfroid M. B. Dietary modulation of the human colonic microbiota – introducing the concept of prebiotics // J. Nutr. 1995. Vol. 125.

С. В. Шихалев

*Уральский государственный экономический университет
(Екатеринбург)*

Разработка инновационного оборудования для пищевой промышленности

Аннотация. В статье предложены новые принципы конструирования варочных аппаратов для пищевой промышленности на основе эмпирической модели нестационарной теплопередачи. Предложенный метод инженерного расчета аппаратов с рубашкой, позволяющей определить требуемую поверхность варочного сосуда с перемешивающим устройством. Оптимальная теплопередающая поверхность позволяет снизить затраты при изготовлении аппарата, уменьшить время тепловой обработки.

Ключевые слова: варочный аппарат; моделирование; перемешивающее устройство.

В последнее время в пищевой, перерабатывающей промышленности и АПК возникает необходимость перехода на новые виды отечественного технологического оборудования, обладающего высокими показателями качества, надежности и тепловой экономичности. Поэтому разработка собственных проектных теплотехнических расчетов металло- и энергоемких аппаратов, в частности, варочных аппаратов с рубашкой, является актуальной.

Предложенный нами инженерный метод расчета варочных аппаратов с мешалкой базируется на моделировании нестационарного режима их работы [1–4]. Основные положения метода включают определение геометрических параметров конструкции, толщины теплоизолированного материала, тепловой мощности и определение оптимальной площади теплопередающей поверхности варочной емкости аппарата.

В рубашечных аппаратах, как правило, используются цилиндрические емкости с выпуклым полусферическим и эллиптическим днищем. Поэтому диаметр $D_в$ варочной емкости предлагается определить по следующей зависимости:

$$\sqrt[3]{\frac{4 \cdot M}{\phi \cdot \rho \cdot \pi \cdot (k_k + 0,5 \cdot k_o)}} \quad (1)$$

где k_k – коэффициент, учитывающий соотношение высоты цилиндрической части корпуса варочной емкости к ее диаметру, $k_k = H_k/D_e = 0,5 \div 0,8$; k_o – коэффициент, учитывающий соотношение высоты днища корпуса варочной емкости к ее диаметру, $k_o = h_o/D_e = 0,05 \div 0,1$; M – заданное разовое количество загружаемого в варочную емкость продукта, кг; $\phi = 0,85$ – коэффициент заполнения варочной емкости; ρ – плотность загружаемого продукта, кг/м³.

Высота варочного сосуда вычисляется по формуле:

$$H_e = D_e \cdot (k_k + k_o). \quad (2)$$

Поверхность теплообмена (фактическая) варочного сосуда определяется суммой площадей цилиндрической части и днища рабочей камеры:

$$F = \pi \cdot D_e^2 \cdot k_k + 0,5 \cdot \pi \cdot D_e \cdot \left(k_o + \frac{0,25}{k_o} \right). \quad (3)$$

Диаметр рубашки котла определяется соотношением:

$$D_p = D_e + 2m, \quad (4)$$

где m – величина зазора рубашечного пространства, принимаемая равной 0,002 ÷ 0,005 м.

Высота рубашки котла вычисляется по соотношению:

$$H_p = H_e + P, \quad (5)$$

где P – величина зазора между условными уровнями днищ варочной емкости и рубашки котла, принимаемая равной 0,005 ÷ 0,02 м.

Конструкцией рубашечных аппаратов пищевой промышленности может быть предусмотрен непосредственный обогрев варочной емкости горячим теплоносителем либо генерация пара с помощью встроенного парогенератора.

Парогенератор электрического рубашечного аппарата в зависимости от вида варочной емкости может иметь различные конструкции. Как правило, парогенератор представляет собой цилиндрическую емкость с эллиптическим или плоским днищем и размещенными в нем горизонтально трубчатыми электронагревателями.

Диаметр эллиптического днища D_1 принимается равным диаметру рубашки котла D_p .

Масса рабочей жидкости (вода или другие теплоносители), заполняющей парогенератор, определяется по формуле:

$$M_{p.ж.} = \frac{\pi \cdot D_1^2 \cdot \rho_{ж.}}{4} \cdot (1 + k_{дпг}) \cdot h_{ж.}, \quad (6)$$

где $\rho_{ж.}$ – плотность жидкости (воды), заливаемой в парогенератор, кг/м³; $k_{дпг}$ – коэффициент, учитывающий влияние выпуклости днища парогенератора.

Исходя из того, что тепловая изоляция должна и уменьшать потери тепла в окружающую среду наружными поверхностями аппарата, и снижать температуру наружных ограждений до безопасных значений, исключающих возможность ожогов, ее расчет ведут, задаваясь величиной максимально допустимой температуры наружных стенок варочного аппарата, принимаемой равной $t_{нар} = 40$ °С. С подробной методикой расчета тепловой изоляции пищеварочных котлов можно ознакомиться в работе [1].

Необходимая тепловая мощность пищеварочного котла в период нестационарного режима разогрева определяется по формуле:

$$N_T = \frac{Q_p}{\tau_p}, \quad (7)$$

где Q_p – расчетное количество необходимых затрат тепловой энергии за выбранный температурный интервал, кДж; τ_p – принятое значение времени разогрева содержимого варочной емкости, с.

С целью оценки необходимых затрат тепловой энергии на выполнение заданного технологического процесса составляется тепловой баланс рубашечного аппарата в режиме разогрева:

$$Q_p = Q_{пол.} + Q_{p.к.} + Q_{кр.} + Q_{бок.} + Q_{p.ж.} + Q_{пр.}, \quad (8)$$

где $Q_{пол.}$ – полезная тепловая энергия, затраченная на разогрев содержимого варочного сосуда от начальной до конечной температуры на интервале Δt , кДж; $Q_{p.к.}$ – тепловая энергия, затраченная на разогрев конструкционного материала аппарата от начальной до конечной температуры, кДж; $Q_{кр.}$ – потери тепла в окружающую среду крышкой варочного сосуда, кДж; $Q_{бок.}$ – потери тепла в окружающую среду боковой поверхностью аппарата, кДж; $Q_{p.ж.}$ – тепловая энергия, затраченная на разогрев рабочей жидкости парогенератора, кДж; $Q_{пр.}$ – потери тепла через продувочный штуцер, кДж [1].

Указанные величины определяются по следующим формулам:

$$Q_{пол.} = V_H \cdot (\rho_{ж.к.} \cdot C_{ж.к.} \cdot t_{ж.к.} - \rho_{ж.н.} \cdot C_{ж.н.} \cdot t_{ж.н.}), \quad (9)$$

$$Q_{p.к.} = \sum_{i=1}^n M_i \cdot C_i \cdot (t_{i.к} - t_{i.н}), \quad (10)$$

$$Q_{кр} = \tau_p \cdot F_{кр} \cdot \overline{\alpha_{кр}} \cdot (\overline{t_{кр}} - t_{окр}), \quad (11)$$

$$Q_{p.ж.} = M_{p.ж.} \cdot (C_{p.ж.к} \cdot t_{p.ж.к} - C_{p.ж.н} \cdot t_{p.ж.н}), \quad (12)$$

$$Q_{бок} = \tau_p \cdot F_{бок} \cdot \overline{\alpha_{бок}} \cdot (\overline{t_{бок}} - t_{окр}), \quad (13)$$

где V_n – объем нагреваемого продукта в варочном сосуде, м³; M_i – масса i -го элемента конструкции аппарата, кг; $M_{p.ж.}$ – масса рабочей жидкости парогенератора, кг; $F_{бок}$ – площадь боковой поверхности аппарата, м²; $F_{кр}$ – площадь поверхности крышки, отдающей тепло окружающей среде, м²; $C_{ж.н.}$, $C_{ж.к.}$ – соответственно теплоемкость содержимого варочного сосуда в начале и в конце разогрева, кДж/(кг·К); C_i – теплоемкость материала i -го элемента, кДж/(кг·К); $\rho_{ж.н.}$, $\rho_{ж.к.}$ – соответственно плотность содержимого варочного сосуда в начале и в конце разогрева, кг/м³; $C_{p.ж.н.}$, $C_{p.ж.к.}$ – соответственно теплоемкость содержимого варочного сосуда в начале и в конце разогрева, кДж/(кг·К); $\overline{\alpha_{кр}}$ – средний коэффициент теплоотдачи от поверхности крышки в окружающую среду за интервал τ_p , (кВт/м²·°C); $\overline{\alpha_{бок}}$ – средний коэффициент теплоотдачи от поверхности боковой облицовки в окружающую среду за интервал τ_p , кВт/(м²·°C); $t_{i.к}$ – температура поверхности i -го элемента в конце разогрева, °C; $t_{ж.н.}$, $t_{ж.к.}$ – температура содержимого варочного сосуда соответственно в начале и конце разогрева, °C; $\overline{t_{бок}}$ – средняя за время τ_p температура боковой поверхности аппарата, °C; $\overline{t_{кр}}$ – средняя за время τ_p температура боковой поверхности аппарата, °C.

Требуемая (оптимальная) площадь обогреваемой части варочного сосуда F определяется по предложенной эмпирической модели:

$$Q = 0,89 \cdot F \cdot k_{к} \cdot \Delta t_{к}^{0,92} \cdot (\Delta t_{н} - \Delta t_{к})^{-1} \cdot \left[\Delta t_{н}^{1,08} - (1,04 \cdot \Delta t_{к} - 0,04 \cdot \Delta t_{н})^{1,08} \right] \cdot (\tau_p - \tau_{н}). \quad (14)$$

Коэффициент теплопередачи в конечный период разогрева k определяют по общеизвестной формуле:

$$k = \left(\frac{1}{\alpha_1} + \frac{\delta_{ст}}{\lambda_{ст}} + \frac{1}{\alpha_2} \right)^{-1}, \quad (15)$$

где α_1 – коэффициент теплоотдачи от конденсирующегося пара к стенке варочной емкости; α_2 – коэффициент теплоотдачи от стенки варочной емкости к нагреваемой среде; $\delta_{ст}$ – толщина стенки теплопередающей поверхности; $\lambda_{ст}$ – коэффициент теплопроводности материала стенки.

Необходимо значение коэффициента теплоотдачи при конденсации технического пара с учетом содержания в нем примеси неконденсирующихся газов $\alpha_1 = \alpha_{см}$, которое можно определить по рекомендациям работ [3; 5]:

$$\frac{\alpha_{см}}{\alpha_{конд}} = 0,043 \cdot \varepsilon^{-0,6}, \quad (16)$$

где $\alpha_{конд}$ – коэффициент теплоотдачи от чистого пара, Вт/(м²·К); ε – содержание неконденсирующихся газов в техническом паре в конце режима разогрева по массе % (6% согласно [1]).

Коэффициент теплоотдачи от чистого греющего пара к поверхности нагрева $\alpha_{конд}$ определяется по расчетной зависимости при конденсации пара на произвольной поверхности [1]:

$$Nu_{конд} = 0,925 \cdot Re_{конд}^{-0,33} \cdot \varepsilon_v \cdot \varepsilon_\phi, \quad (17)$$

где $Nu_{конд} = \frac{\alpha_{конд}}{\lambda_{конд}} \cdot H_{экв}$ – число Нуссельта при конденсации;

$Re_{конд} = \frac{q \cdot H_{экв}}{v_{конд} \cdot \rho_{конд} \cdot r_{конд}}$ – критерий Рейнольдса при конденсации; $\varepsilon_\omega = Re_{конд}^{0,04}$ – поправочный коэффициент, учитывающий волновое течение пленки конденсата; $\rho_{конд}$ – плотность конденсата; $v_{конд}$ – кинематический коэффициент вязкости конденсата; $\lambda_{конд}$ – коэффициент теплопроводности конденсата; $r_{конд}$ – теплота парообразования; ε_ϕ – коэффициент, учитывающий форму теплопередающей поверхности; $H_{экв}$ – эквивалентная протяженность поверхности конденсации.

Физические свойства конденсата выбираются из справочной литературы по температуре $t_{см,к}$. Значения поправочного коэффициента ε_ϕ для наиболее распространенных форм варочных емкостей рубашечного аппарата приведены в работе [1].

Для расчета процесса теплоотдачи в варочной емкости при перемешивании жидкости мешалкой α_2 можно использовать расчетное уравнение:

$$Nu_{жс} = 0,36 Re_{жс}^{0,67} \cdot Pr_{жс}^{0,33}, \quad (18)$$

где $Re_{жс} = \frac{v_m \cdot D_m}{\nu_{жс}}$ – критерий Рейнольдса для жидкости, вращающейся в варочной емкости с помощью мешалки; v_m – линейная скорость вращения мешалки в точке, соответствующей центру вращающейся лопасти, м/с; D_m – наружный диаметр лопасти мешалки (конструктивно), м.

Скорость вращения мешалки определяется по формуле:

$$v_m = \frac{\pi \cdot n \cdot D_m}{60}, \quad (19)$$

где n – число оборотов мешалки в минуту, об/мин.

Полученное значение требуемой площади поверхности нагрева F по формуле (3) следует сравнивать с фактической площадью поверхности теплообмена варочного сосуда, определенной ранее по формуле (14). При этом, если требуемая площадь меньше фактической за принятое время разогрева τ_p , то возникает возможность оптимизации геометрических параметров пароводяной рубашки за счет снижения ее объема.

Библиографический список

1. *Минухин Л. А.* Расчеты сложных тепло- и массообмена в аппаратах пищевой промышленности. М. : Агропромиздат, 1986.
2. *Минухин Л. А., Шихалев С. В., Решетников И. Ф.* Исследование тепловых процессов при нестационарном режиме работы варочных аппаратов // *Хранение и переработка сельхозсырья.* 2009. № 5.
3. *Решетников И. Ф.* Процессы в греющих полостях и рабочих объемах пищеварочных котлов : автореф. дис. ... канд. тех. наук. М., 1983.
4. *Шихалев С. В., Ермаков С. А., Решетников И. Ф.* Моделирование процесса нестационарной теплопередачи в аппаратах с рубашкой // *Журнал прикладной химии.* 2008. № 9.
5. *Шихалев С. В., Минухин Л. А., Решетников И. Ф.* Процессы тепло- и массоотдачи при конденсации пара из парогазовой смеси на горизонтальной плоской поверхности аппаратов с рубашкой // *Техника и технология пищевых производств.* 2014. № 3.



**Основные направления
модернизации системы
государственного управления
на уровне регионов
и муниципальных образований**

Материалы круглого стола

С. А. Александров

*Уральский государственный экономический университет
(Екатеринбург)*

Поведенческие инвестиционные продукты как преимущество в глобальной конкуренции за человеческий капитал

Аннотация. В статье показаны направления применения поведенческих финансов при формировании индивидуальных инвестиционных предложений. Сделан вывод, что использование поведенческих финансов для создания финансовых продуктов приводит к практически полному соответствию предлагаемого клиенту продукта его потребностям, что значительно повышает лояльность клиентов, а благодаря этому возрастает устойчивость и конкурентоспособность компании.

Ключевые слова: конкурентоспособность; поведенческие финансы; инвестиционные продукты; банк; психология инвестора; трейдинг; фондовый рынок.

Начало XXI в. – время, когда пятый технологический уклад сменяется шестым. Это период качественного изменения социально-экономического развития человечества и технологий в механике, энергетике, электронике, биологии, медицине и других областях знаний. Сложно найти отрасль мирового хозяйства, которая бы не получила новый импульс в своем развитии. Ускорение развития технологий в различных сферах жизни предопределяет возросшую конкуренцию на многих рынках, в том числе, товаров, услуг, ноу-хау.

Новым вызовом времени стала конкуренция за человеческий капитал. Не случайно именно сейчас в странах-лидерах научного развития открываются онлайн-университеты, предоставляющие возможность для модификации своей образовательной траектории многим талантливым молодым людям. И даже онлайн-вузы вступают в конкурентную борьбу за доминирование своей программы, своего видения прогресса, своего фрагмента в картине знаний вчерашнего студента. В эпоху окончательной победы информационных технологий любое конкурентное преимущество из локального может превратиться в глобальное. Еще одним трендом становится внимание непосредственно к клиенту, пользователю услуг, покупателю, а не к бездушному и безликому представителю целевой аудитории. Все это предопределяет чрезвычайную важность предоставления не просто качественных, а индивидуализированных, спроектированных специально для конкретного человека товаров или услуг. И если в отраслях материального производства использование 3D-принтеров, позволяющих производить штучные товары в интересах даже одного человека, это вопрос только насыщения рынка доступными моделями и материалами, то в сфере услуг, в частности финансовых и инвестиционных, таких прорывов еще не случилось.

Область информационных технологий традиционно держит пальму первенства в изобретении и развитии новых продуктов. К сожалению, сфера инвестиций к настоящему времени не накопила подобных достижений, она находится на начальных уровнях развития инвестор-ориентированных моделей поведения. По сути, финансовая сфера во взаимоотношениях с клиентом во многом недалеко отошла от старых каталогов в библиотеках, в которых клиент банка все так же выбирает себе сервис из предложенных: вклад, кредит, страхование, обмен валюты. По меркам интернет-технологий это уже давно стало анахронизмом.

Единственное, что изменилось с тех времен – сейчас клиент ищет подходящий себе продукт не в папке на столе операциониста, а во вкладках приложения на планшете. Банк или инвестиционная компания не предоставляет клиенту персонально-спроектированного сервиса. Создание инвестиционных продуктов в реагировании на запросы пользователя, проявляющиеся в его инвестиционном поведении как в форме устойчивых поведенческих образований – паттернах [2], так и в повседневном или даже сиюминутном – разовом поведении все еще не освоено инвестиционной сферой.

Фактически здесь речь идет не о необходимости изучить в рамках поведенческих финансов экономического агента вообще наравне с его максимизацией полезности, т.е. его проявляемые вовне черты, а исследовать внутренние характеристики его экономического поведения, которые оказывают влияние на его экономический выбор. Иными словами, объектом исследования поведенческих финансов необходимо сделать экономического агента, но рассматривать его нужно не столько как безликого участника экономических взаимоотношений, сколько как носителя интеллекта, предпочтений, ценностей, ограничений, притязаний, актора сознательного выбора. На настоящем этапе именно «гуманистическая» экономика может стать тем краем науки, который будет давать наибольшее приращение научного знания, и в связи с этим понятно, что дополнительную ценность для экономики будут нести такие сервисы, которые с использованием положений поведенческих финансов смогут предложить пользователю индивидуальные условия обслуживания, спроектированные в соответствии с потребностями, проявившимися в его экономическом поведении. В сфере инвестиций факторами, на основе которых может осуществляться анализ и подготовка таких индивидуальных сервисов, могут стать сделки, осуществляемые инвестором на фондовом рынке. Большое внимание к инвестору как объекту изучения поведенческих финансов и к его поведению позволит вывести из проведенных им сделок не только традиционные характеристики финансовых продуктов, такие как доходность, рискованность, горизонт инвестирования, возможность досрочного отзыва и др., но и способ и механизм принятия инве-

стиционного решения (например, степень подверженности влиянию значимых лиц в окружении при покупке акций, стремление оставаться клиентом ПИФа вне зависимости от демонстрируемой доходности и т.п.), достигнутую внутреннюю эффективность [1], характеристики инвестиционных паттернов и другие черты, значимые для инвестиционного поведения.

Чтобы перейти к описанию применения положений поведенческих финансов в условиях совершения инвестором сделок на бирже и использования полученных при анализе данных для создания релевантного его потребностям инвестиционного продукта, необходимо охарактеризовать данное направление экономики, увидеть, результаты каких исследований в русле данного направления отражены в деятельности инвестора, а также изучить, какие черты инвестора как экономического агента значимы для создания индивидуального инвестиционного продукта.

Поведенческие финансы – область неоклассической экономической теории, соотносящая результаты своих исследований с теорией финансов, инвестиций, социологией, культурологией, психологией [4].

Поведенческие финансы – это, по мнению ряда ученых, достаточно сложно организованная система, состоящая в части приложения к фондовому рынку как минимум из четырех конструктов [3]:

1) теория перспектив, развитая исследователями Канеманом и Тверски, начиная с первой работы, выпущенной в 1979 г.;

2) постоянно пополняемая группа эвристик, или феноменов, или ошибок суждения – тех особенностей мышления, которые оказывают влияние на поведение человека, в том числе экономический выбор;

3) поведенческая модель ценообразования активов ВАРМ, разработанная с целью объяснить отклонения значений цен относительно предсказанных на основании модели оценки финансовых активов САРМ, наблюдаемые в реальности;

4) теория шумовой торговли [6], провозглашающая наличие на рынке как «информационных» трейдеров, торгующих с прибылью, так и «шумовых», терпящих убытки.

Очевидно, что если инвесторы не являются полностью рациональными, то существуют некие факторы, которые препятствуют получению наибольшей прибыли. Причиной появления не приводящего к формированию прибыли на счете паттернов инвестиционного поведения являются определенные психологические феномены. Данные феномены оказывают влияние на инвестора при осмыслении поступающей информации, при принятии решения о заключении сделки, при формировании предположений о будущей стоимости активов, о движении рыночных цен, о настроениях других инвесторов. Можно даже говорить о взаимодей-

ствии между реальной картиной мира и своего рода фильтрами, расположенными на пути сигнала от момента восприятия до момента реакции.

Негативному влиянию феноменов на деятельность трейдера не только не препятствуют, а даже способствуют характеристики условий, в которых трейдер осуществляет свою деятельность. Постоянный информационный шум, перегрузка восприятия и мышления, неравномерность динамики торгов, длительное пребывание в состоянии высокого риска, сильное подразумеваемое ощущение напряженного противоборства, непрогнозируемый эффект деятельности, высокая степень ответственности за результат, легкое развитие навязчивого желания «быть в рынке», финансовая неопределенность [5] – все эти факторы приводят к закреплению феноменов и включению их в программу инвестиционного поведения трейдера, формированию паттернов инвестиционного поведения.

Несомненно, опытные трейдеры в результате анализа и работы над исправлением ошибок имеют возможность преодолеть отрицательное влияние паттернов. В любом случае, эти паттерны могут быть выявлены и видоизменены при их нежелательности. Такая работа может быть проведена самостоятельно либо в содружестве с профессионалом.

Перспективным будет анализ инвестиционного поведения инвестора, проявляющегося в совершении сделок на фондовом рынке, со стороны брокерской компании с использованием положений поведенческих финансов с последующим формированием поведенческого инвестиционного профиля и проектированием на основании традиционно собираемой информации о совершенных сделках (вид используемого инструмента, характеристика эмитента, частота сделок, время открытия и закрытия позиции, горизонт инвестирования, доходность, рискованность, наличие возможности отозвать инвестиции и т.д.) и новой информации, полученной в контексте использования поведенческих финансов (внутренняя эффективность, способ и механизм принятия решения, наличие феноменов, таких как неприятие риска, оптимистическое искажение и т.п.), такого финансового продукта, который будет понятен и выгоден клиенту, а также приносить прибыль эмитенту. В качестве примера таких продуктов можно привести не обеспеченный гарантией государства вклад в банк с условием покупки на сумму вклада облигаций и акций в установленном клиентом соотношении либо кредитование на часть суммы вклада под ставку процента, уменьшенную пропорционально доле срока кредита по отношению к сроку вклада и на долю кредита в сумме вклада.

Иначе говоря, применение поведенческих финансов в сфере создания инвестиционных продуктов, во-первых, расширяет сферу инвестиций на любое взаимодействие клиента и инвестиционной компании или банка в отношении сбережения и приумножения денежных активов, во-вторых,

многократно потенцирует клиентскую базу пионеров внедрения данной концепции в бизнес-процессы компании, в-третьих, приводит к практически полному соответствию предлагаемого клиенту продукта его потребностям, что значительно повышает лояльность клиентов, в-четвертых, благодаря этому возрастает устойчивость и конкурентоспособность компании.

Таким образом, внедрение новых технологий на основе поведенческих финансов качественно меняет саму парадигму взаимодействия поставщика и потребителя инвестиционных услуг, способствует повышению приверженности пользователя, расширяет клиентскую базу и повышает уровень финансовой устойчивости, дает значительные конкурентные преимущества компаниям, внедрившим данные услуги в свои бизнес-процессы.

Библиографический список

1. *Александров С. А.* Методологические аспекты определения внутренней эффективности сделки на фондовом рынке // Управленец. 2016. № 2.
2. *Александров С. А.* Определение эффективности деятельности инвесторов // Современные проблемы экономики, менеджмента и маркетинга : материалы XVIII Междунар. науч.-практ. конф. Нижний Тагил, 2012.
3. *Ващенко Т. В.* Современные теории поведенческих финансов // Финансовый менеджмент. 2006. № 2.
4. *Коваленко Е. А.* Теория поведенческих финансов и ее применение к прогнозированию доходности финансовых активов. URL : <http://ismme.esrae.ru/pdf/2012/5/326.pdf>.
5. *Мухортов В. В.* Психология инвестирования. М. : Олимп-бизнес, 2005.
6. *Саркисян А. Г.* Поведенческие финансы и их роль на фондовом рынке // Молодой ученый. 2015. № 6. С. 450–455.

Д. Арбузова, К. С. Перминова

*Уральский государственный экономический университет
(Екатеринбург)*

Агломерации и кластеры как объекты регионального стратегического развития

Аннотация. Выявляется необходимость разработки региональных стратегий, базирующихся на развитии не отдельных административно-территориальных единиц, а качественно новых территориальных образований, агломераций и кластеров, трансформация которых обусловит комплексное преобразование региона.

Ключевые слова: регион; региональная экономика; кластер; агломерация; региональное развитие.

В настоящее время происходит изменение концепции разработки стратегий развития территорий Российской Федерации. Сущность данного процесса заключается в смещении акцентов от планового подхода размещения производств с последующим формированием социально-

экономической инфраструктуры к формированию поселенческой структуры в виде агломераций и созданию конкурентных условий для развития кластеров и инновационных технологий.

Путь формирования крупных регионов России включает множество предпосылок, в том числе развитие различных транспортных коридоров. Например, одним из первых таких коридоров была система рек (Волга, Ока, Кама), которая связывала города в единые крупные хозяйственные комплексы (Москва, Нижний Новгород, Казань, Саратов и т.д.).

Вторым транспортным коридором стала Транссибирская магистраль, которая послужила триггером активного экономического развития городов Омск, Красноярск, Томск, Чита.

В советский период, в частности период индустриализации 50-60-х годов XX в., значительное количество городов возникло вокруг предприятий, размещаемых в условиях территориальной и ресурсной привязки их производственной деятельности. Стоит отметить, что по большей части это были города с численностью населения менее 100 тыс. человек. Административными мерами сдерживался рост крупных городов. В России к концу XX в. насчитывалось 14 городов-миллионников, при этом все они были основаны до 1917 г.

Так, необходимость создания и развития городов обуславливалась в первую очередь экономической целесообразностью.

Важную роль играло и создание в 40–50-е годы наукоградов, призванных формировать научно-инновационную структуру регионов. Они появлялись рядом с крупными городами, опираясь на уже имеющиеся профессиональные образовательные учреждения, а также крупные предприятия. Больше число наукоградов было сконцентрировано в Московской области. Также создание наукоградов и ЗАТО в Сибирском и Дальневосточном регионах способствовало экономическому развитию территорий [1].

Значительными были масштабы формирования территориально-промышленных комплексов, которые связывали производства, включенные в кооперационную технологическую цепочку (угольная и коксохимическая промышленность и металлургия Кемеровской области и Алтайского края) либо использующие единообразное сырье (Усть-Илимский лесоперерабатывающий комплекс). При этом управление осуществлялось сверху, выделение капитальных средств на развитие инженерной и социальной инфраструктуры в городах, где размещалось производство, происходило через министерства и предприятия, а органы исполнительной власти регионов были финансово зависимы от наличия в них крупных производств.

В текущий период основой реализации стратегий развития регионов являются инвестиционные проекты, осуществляемые на данной террито-

рии. Так, плановые подходы не действуют в связи со следующими обстоятельствами:

зависимость развития социально-экономической инфраструктуры в основном от выполнения мероприятий целевых отраслевых программ, определение экономического развития производственных отраслей реализацией крупных инвестиционных проектов;

тенденция к созданию малых и средних предприятий (создание крупных предприятий, численность сотрудников которых составляет в среднем 2 тыс. человек, происходит за редким исключением);

недостаток инвестиционных ресурсов. Повышаются требования к региону со стороны инвесторов, особенно в сфере гарантий и разделения рисков, и т.п.;

отсутствие единого видения потенциального развития предприятий (посредством инвестирования) между органами региональной власти и собственниками предприятий;

недостаток конкретных практических механизмов стимулирующего воздействия на экономику региона посредством модернизационных процессов.

В настоящее время стратегии и планы регионального развития на практике нередко носят декларативный характер, а количественные параметры моделей будущего развития регионов, как правило, не реализуются в процессе осуществления планов.

Необходимо качественное изменение подхода к разработке стратегий регионов. К примеру, эффективная промышленная политика в условиях ограниченности ресурсов должна быть направлена на создание инновационно-промышленных кластеров, основанных на глубоком взаимодействии и сотрудничестве между крупными и малыми предприятиями и организациями, органами власти, профессиональными учебными заведениями, НИИ. Кластерное развитие становится важным инструментом государственной политики комплексного социально-экономического развития регионов Российской Федерации. Таким образом, стратегия должна включать мероприятия по созданию системы поддержки инноваций и технологического развития.

Для достижения регионом устойчивого развития большую роль играет выявление факторов роста конкурентоспособности, формирование системы эффективного управления этими факторами. Конкурентоспособность региона является важнейшей характеристикой состояния и перспектив стратегического развития региональной хозяйственной системы, роста благосостояния и качества жизни.

Кластеризация – относительно новый инструмент проектного регионального развития. Кластеры представляют собой плотную сеть взаимодополняющих субъектов экономической деятельности, объединенных

участием в цепочке создания стоимости и локализованных на определенной территории. Основным отличием кластеров от территориально-производственных комплексов является, как правило, определенная специализация и пространственная организация кластера.

Кластер позволяет его субъектам использовать единую транспортную, ресурсную, инженерно-коммунальную, рыночную инфраструктуру, инфраструктуру поддержки бизнеса (технопарки, бизнес-инкубаторы и т.п.). Кроме того, участие в кластере обеспечивает преимущества координации в процессе создания добавленной стоимости, повышение производительности предприятий.

Так, кластеры формируют инновационную среду территории, на долгосрочный период определяют перспективные экономические специализации субъектов Российской Федерации.

Основными мероприятиями по формированию кластеров могут быть:

- инженерно-техническое и коммунальное обустройство территории кластеров;

- создание инфраструктуры поддержки предпринимательства, реализация мер налогового стимулирования;

- сокращение административных барьеров.

Развитие кластерного подхода проявилось в ряде крупных проектов, предлагаемых к реализации с привлечением средств Инвестиционного фонда Российской Федерации. Еще в 2012 г. Правительством РФ были выбраны 25 инновационных кластеров в качестве пилотных, для которых были разработаны комплексные инвестиционные проекты и предусмотрена поддержка федеральными органами власти.

Потенциал регионального развития неразрывно связан с уровнем производственного и научного развития, емкостью региональных и локальных рынков, преодолением территориальных и административных барьеров. Недостаточно развитая транспортно-логистическая инфраструктура негативно отражается на конкурентоспособности национальных предприятий как на внутренних, так и на внешних рынках, сокращает диапазон транспортной доступности и не способствует укреплению экономического пространства Российской Федерации.

Следовательно, необходимо стимулирование и упорядочение процессов территориальной самоорганизации расселения – образования агломераций городов и населенных пунктов [3].

Центры формирующихся агломераций экономически влияют также на муниципальные образования, не входящие в состав подобной комплексной системы. На данный момент агломерация как административно-территориальная единица законодательно не закреплена, однако уже сейчас проявляется необходимость регулирования социально-экономи-

ческого развития данных объективно возникающих пространственных образований.

Так, развитие кластеров и возникновение агломераций являются взаимодополняющими процессами, т.е. развитие агломераций способствует развитию кластеров и, наоборот. К примеру, нефтехимический кластер Башкирии способствовал формированию Уфимской агломерации, где сейчас располагается один из крупнейших нефтеперерабатывающих и нефтехимических комплексов в Российской Федерации.

На сегодня формируются две крупные агломерации (Московская и Санкт-Петербургская), которые оказывают значительное влияние на социально-экономическое развитие России в целом. Их влияние распространяется за пределы Московской и Ленинградской областей.

Функционирование транспортного сообщения, в частности скоростного, приведет к расширению границ данных агломераций вдоль транспортных коридоров. Поскольку покупательная способность населения Москвы и Санкт-Петербурга находится на более высоком уровне по сравнению с иными городами России, происходит естественное развитие единого рынка товаров и услуг, рынка труда, транспортно-логистической системы.

Исходя из этого, можно сделать вывод, что при разработке стратегий развития регионов непременно следует учитывать агломерационные процессы, отходя от принятых рамок административно-территориального деления.

При осуществлении комплексного развития регионов, в частности, кластеров и агломераций на их территории, необходимо учитывать ряд факторов:

- 1) кооперация науки, образования и предприятий;
- 2) региональный брендинг;
- 3) мобильность населения.

На экономический рост особое влияние помимо всех факторов производства оказывают реализуемые на практике инновационные разработки и научно-технические решения. Так, развитие, ориентированное на модернизацию, подразумевает пространственное сосредоточение научно-технического потенциала, а значит, и определенных творческих инициатив.

Так или иначе, инновационно ориентированные кластеры в России создаются на базе существующих научно-исследовательских центров (например, ЗАТО или наукограды) или предполагают их создание.

Со времен дореволюционной России сложилась система, в которой компетенции научных трудов принадлежит Академии наук, образования – профессиональным учебным заведениям, а инженерно-технической

деятельности – научно-исследовательским институтам (данная практика отраслевых НИИ получила свое развитие в советский период).

Однако в результате процессов перехода от плановой экономики к рыночной в начале 90-х годов XX в., в частности процессов приватизации, множество отраслевых НИИ были упразднены или перепрофилированы, что разрушило систему, обеспечивающую переход от научных разработок к практическим инженерным решениям. Таким образом, существует проблема дезинтеграции фундаментальной науки и производства. Также стоит отметить, что предпринимательство в России по большей части не ориентировано на инвестиции в научно-технические разработки, при этом учебные заведения (в первую очередь технической специализации) не имеют достаточного ресурсного оснащения и кадровой базы.

Так, развитие агломераций и кластеров может способствовать ускорению процессов интеграции фундаментальных научных знаний, инновационных инженерных решений и производства, являясь единой площадкой как для творческих инициатив, так и для создания конечного продукта.

Немалую роль в развитии кластерного подхода играет имидж региона. В общем смысле под имиджем принято понимать сложившийся образ, представление, восприятие какого-либо объекта. Данное определение также распространяется на имидж региона. Выражается имидж в форме бренда конкретного региона.

Что касается регионально-кластерных брендов, помимо стандартных, брендинг также реализует следующие функции [2]:

- позиционирование региона, агломерации в национальном и глобальном экономическом и социально-культурном пространстве;

- формирование его привлекательности как места трудовой деятельности и проживания;

- интеграция товарных брендов, производимых в данном кластере, в том числе с учетом культурно-исторической самобытности региона;

- консолидация населения практически всех возрастов, проживающего и работающего на данной территории, формирование региональной идентичности, сопричастности развитию региона.

Таким образом, экономика региона тесно граничит с человеческим капиталом кластера в данном регионе, а успешный брендинг региона (кластера, в частности) способствует не только маркетинговому продвижению, но и повышению деловой активности. Конкретный кластер представляет собой экономическую, социальную и культурную целостность.

Региональный брендинг не ориентирован на извлечение экономической выгоды напрямую, но позволяет создать условия для извлечения такой выгоды инвесторами, населением, регионом в целом.

Однако одним из важнейших условий реализации кластерного подхода и развития агломераций, концентрации в них творческого человеческого капитала является миграционная мобильность.

В Российской Федерации существует ряд барьеров для миграционных потоков, низкая мобильность населения обуславливается как менталитетом и культурными особенностями нации, так и высокими финансовыми и материальными рисками при смене места жительства. Однако имеет место так называемая маятниковая миграция, что, безусловно, является фактором развития агломераций и кластеров.

Так, низкий уровень мобильности населения выражается в отсутствии свободного межрегионального движения трудовых ресурсов, в частности между регионами с высоким потенциалом экономического развития и регионами, где наблюдается высокий уровень безработицы.

Напротив, повышение мобильности населения, в том числе квалифицированных трудовых ресурсов, позволит снизить нагрузку на бюджеты различных уровней и, как следствие, перераспределить сэкономленные средства на эффективные инвестиционные проекты.

Подводя итог, можно заключить, что в настоящее время выявляется необходимость разработки региональных стратегий, базирующихся на развитии не отдельных административно-территориальных единиц, а качественно новых территориальных образований, агломераций и кластеров, трансформация которых обусловит комплексное преобразование региона, повышение его конкурентоспособности как внутри страны, так и за ее пределами, а также межмуниципальную и межрегиональную кооперацию.

Библиографический список

1. *Анимцица Е. Г., Шарыгин М. Д.* Социально-экономическая география и региональная экономика: проблемы взаимоотношений. Пермь : ПНИУ, 2013.
2. *Богомяков В. Г.* Региональная идентичность «Земли Тюменской»: мифы и дискурс. Екатеринбург : Изд. дом «Дискурс-Пи», 2007.
3. *Нецадин А. А., Тульчинский Г. Л.* Модернизация России: территориальное измерение. СПб. : Алетей, 2011.

А. А. Бурак

*Уральский государственный экономический университет
(Екатеринбург)*

Особенности применения программно-целевого управления в современной бизнес-практике

Аннотация. В статье рассмотрен мировой и отечественный опыт реализации программно-целевого управления посредством создания сложноорганизованных экономических структур. Проанализированы актуальные тенденции создания государственных корпораций в преломлении исторических аспектов раз-

работки механизма программно-целевого управления и мировой практики. Представлен прогноз развития метода программно-целевого управления в бизнес-среде.

Ключевые слова: программно-целевое управление; программа; сложноорганизованная структура; государственная корпорация; федеральная целевая программа.

В процессе экономического развития в XXI в. возникла необходимость узконаправленных, сбалансированных с генеральной целью инновационных методов управления. Усложнение макросреды, вызванное ростом торгово-экономических отношений, вкуче с расширением сфер деятельности предприятий привело к расширению организационных структур бизнеса. Результатом развития бизнеса стало расширение компетенций, что усложнило процесс управления и заложило тенденцию к перестройке крупных представителей бизнеса в сложноорганизованные экономические структуры.

Сложноорганизованная экономическая структура – комплекс предприятий в рамках структур смешанного типа, состоящих из головного предприятия и ряда дочерних предприятий по различным направлениям деятельности. Примером сложноорганизованной экономической структуры выступают компании холдингового типа, имеющие различные сферы деятельности: General Electrics, Siemens, Philips, Bosch, Safran, Thales, Drager.

В частности, компания General Electric представляет собой сложноорганизованную экономическую структуру – корпорацию с холдинговыми структурами в семи ключевых направлениях:

энергетика – GE Power & Water, выручка 27,5 млрд дол.;

авиация – GE Aviation, выручка 24 млрд дол.;

нефтегазовое – GE Oil & Gas, выручка 18,7 млрд дол.;

здравоохранение – GE Healthcare, выручка 18,3 млрд дол.;

освещение – GE Lighting, выручка 8,4 млрд дол.;

управление энергией – GE Energy Management, выручка 7,3 млрд дол., включая четыре сектора Digital Energy, Industrial Solutions, Power Conversion и Intelligent Platforms;

дорожно-транспортное – GE Transportation, выручка 5,7 млрд дол.

Исторически одним из первых проектов сложноорганизованной экономической структуры выступило создание государственных корпораций.

Первая госкорпорация Tennessee Valley Authority основана в 1933 г. в США. Целью ее организации стало создание мощного гидроэнергетического кластера на месте аграрных районов. Президент США Франклин Рузвельт подписал Tennessee Valley Authority Act и учредил полностью государственную корпорацию – body corporation (корпорацию по управлению имуществом). С 1934 по 2000 г. проекты TVA были профинанси-

рованы в размере 20 млрд дол. 73% средств было потрачено с 1940 по 1958 г. Общие выгоды от TVA составили 22–32,3 млрд дол. в зависимости от эластичности рабочей силы [8].

В Советском Союзе первый опыт организации сложноорганизованных экономических структур прошел в конце 1980-х – начале 1990-х годов. Характерной чертой выступило «слияние» ведомств в форме компаний. В частности, Министерство газовой промышленности СССР преобразовано в государственный газовый концерн «Газпром» в 1989 г.

Организационно-правовая форма «государственная корпорация» утверждена поправкой в ФЗ от 12 января 1996 г. № 7 «О некоммерческих организациях», введенной ФЗ от 8 июля 1999 г. № 40 «О реструктуризации кредитных организаций».

Первой полноценной госкорпорацией в РФ стало Агентство по реструктуризации кредитных организаций (АРКО) в 1999 г. В 2003 г. учреждена госкорпорация Агентство по страхованию вкладов. За 2007 г. организовано еще шесть госкорпораций: Внешэкономбанк, Роснанотех, Фонд содействия реформированию ЖКХ, Олимпстрой, Росатом, Ростехнологии (на основании законов № 144-ФЗ, № 177-ФЗ, № 182-ФЗ, № 139-ФЗ, № 185-ФЗ, № 238-ФЗ, № 317-ФЗ, № 279-ФЗ).

Продолжение тенденции выражается в учреждении госкорпорации «Роскосмос» согласно закону от 13 июля 2015 г. № 215-ФЗ «О государственной корпорации по космической деятельности „Роскосмос“». Таким образом, в настоящий момент осуществляют деятельность девять государственных корпораций.

Общей целью создания перечисленных сложноорганизованных экономических структур являются реализация целей государственной политики по выполнению федеральных целевых программ (ФЦП) и координация работ по приоритетным стратегическим направлениям.

Непревзойденным инструментом управления сложноорганизованными экономическими структурами становится программно-целевое управление, которое разрабатывалось в 70-е годы и активно используется в наши дни как инструмент управления государством.

Программно-целевое управление позволяет:

- структурировать и упростить систему управления;
- привести все бизнес-направления в сопоставимый для отчетности вид при сохранении их специфики;
- усилить контроль выполнения работ в сложноорганизованных системах;
- согласовывать проекты развития по срокам, ресурсам и ответственным исполнителям;
- визуализировать цельную картину результатов деятельности и развернуть систему вплоть до конкретного элемента;

сохранять принцип системности;
использовать механизмы анализа и синтеза.

Понятие «программно-целевое управление» не имеет четкого, однозначного толкования. Исследователи рассматривают его и как метод программного воплощения крупных управленческих решений, и как реализацию комплексного, системного подхода при решении крупномасштабных социально-экономических проблем [6].

Программно-целевое управление позволяет согласовывать разнонаправленную деятельность по срокам и финансам, увязывать цели бизнес-направлений с генеральной целью, согласовывать цели и работы по различным направлениям, территориям и проектам развития. Оно становится гарантом устойчивости и понятности системы, стабилизирует внутреннюю среду предприятия и позволяет оперативно реагировать на изменения внешней среды на каждом из этапов.

При рассмотрении вопросов развития программно-целевого управления следует конкретизировать, что данный механизм управления готовился для решения крупномасштабных задач страны, поэтому базируется на разработке и выполнении целевых комплексных программ.

Б. А. Райзенберг определяет целевую комплексную программу как директивный адресный документ, представляющий собой увязанный по срокам осуществления, ресурсам и исполнителям комплекс экономических, производственных, организационных и других заданий, направленных на достижение поставленных целей наиболее эффективными путями [6].

Программно-целевое управление как метод появилось в Советском Союзе в 1970-х годах. Метод применялся для разработки новых изделий и развития научно-технического прогресса. В дальнейшем успешный опыт был распространен на макро- и микроуровни экономики.

В 1980-е годы отечественными учеными и специалистами были всесторонне исследованы вопросы использования программно-целевого подхода в планировании и управлении [1–5]. В результате подготовлены «Методические положения по разработке целевых комплексных народнохозяйственных программ, программ по решению региональных проблем, формированию и развитию территориально-производственных комплексов».

Программа – группа взаимосвязанных проектов и различных мероприятий, объединенных общей целью и условиями их выполнения и управляемых совместно для достижения эффектов и выгод, которые невозможно достичь, управляя каждым проектом по отдельности [7, с. 154].

Разработаны и приняты к выполнению программы в ключевых социально-экономических сферах развития страны:

продовольственная (1982 г.);
 энергетическая (1984 г.);
 развития производства товаров народного потребления и сферы услуг (1985 г.);

химизации народного хозяйства (1985 г.).

Практика программно-целевого управления продолжилась посредством государственных и федеральных целевых программ (ФЦП). Постановлением Правительства РФ от 26 июня 1995 г. № 594 утвержден Порядок разработки и реализации федеральных целевых программ. 2 августа 2010 г. принято постановление Правительства РФ № 588 «Порядок разработки, реализации и оценки эффективности государственных программ Российской Федерации».

В 2012 г., по опубликованным данным Минфина России, бюджетом было предусмотрено финансирование более 300 ФЦП общим объемом около 1 трлн р. (10% расходной части бюджета). Программы распределены по 67 подразделам, которые систематизированы по основным направлениям в таблице.

Финансирование основных направлений ФЦП РФ

Направление ФЦП	Количество ФЦП, шт.	Объем финансирования, млрд р.
Общегосударственные вопросы и экономика народного хозяйства	64	~ 270,0
Социальная политика	9	~ 46,5
Оборона, безопасность и правоохранительная деятельность	55	~ 80,0
Инфраструктурное развитие	26	~ 445,0
Жилищно-коммунальные реформы	25	~ 41,5
Природный комплекс и охрана окружающей среды	29	~ 33,0
Образование	50	~ 47,0
Здравоохранение	21	~ 19,0
Культура и средства массовой информации	18	~ 37,0
Физкультура и спорт	9	~ 10,5
Прочие	5	~ 8,0
<i>Итого</i>	<i>311</i>	<i>1 037,5</i>

Реализация указанных ФЦП предполагает активное участие государственных корпораций. Государственные корпорации выступают в роли интеграторов и гарантов исполнения ФЦП. Участие бизнес-структуры в реализации ФЦП требует принятия методов программно-целевого управления.

Создание экономических структур для решения социально значимых задач с вовлечением широкого круга соисполнителей из различных сфер соотносится с зарубежным опытом. В соответствии с этим опытом можно прогнозировать расширение сфер внедрения программно-целево-

го управления при сохранении государственной политики по реализации ФЦП.

Мировая тенденция к усложнению организационных структур с развитием новых бизнес-компетенций пошла от реализации крупных социально значимых проектов и отразилась в создании государственных корпораций. В отечественной практике проекты выразились в ФЦП и разработке под них специального механизма – программно-целевого управления. Реализация ФЦП планируется посредством государственных корпораций.

При сохранении тенденции создания государственных корпораций и поддержки ФЦП можно прогнозировать перенесение методов программно-целевого управления на прочих крупных представителей бизнеса и предположить эффективность метода по опыту мировой практики.

Таким образом, в результате рассмотрения мирового опыта развития стран и крупных представителей бизнес-среды можно заключить, что в России выстраивается программно-целевое управление на государственном уровне. Представители бизнеса, участвующие в приоритетных и значимых программах, интегрируются в единую бизнес-структуру. Примерами выступают государственные корпорации.

Можно предположить, что успешный опыт реализации программно-целевого управления государственных корпораций постепенно будет перениматься представителями крупного и среднего бизнеса по опыту европейских стран.

Библиографический список

1. *Лемешев М. Я., Панченко А. И.* Комплексные программы в планировании народного хозяйства. М. : Экономика, 1973.
2. *Новиков Е. Д., Самохин Ю. М.* Комплексные народнохозяйственные программы. М. : Наука, 1976.
3. *Попов Г. Х., Косов Н. С.* Программно-целевой метод в планировании и управлении. М. : Экономика, 1980.
4. *Поспелов Г. С., Ириков В. А.* Программно-целевое планирование и управление. М. : Советское радио, 1976.
5. *Проблемы разработки и реализации комплексных программ.* М. : Наука, 1984.
6. *Райзберг Б. А., Лобко А. Г.* Программно-целевое планирование и управление. М., 2002.
7. *Современные тенденции в области управления проектами / С. А. Баркалов, В. Н. Бурков, А. В. Цветков, С. В. Дубовенко // Научный вестник Воронежского государственного архитектурно-строительного университета. Сер. : Управление строительством. 2014. № 1. С. 144–163.*
8. *Что дала США их крупнейшая госкорпорация // Finmarket.ru. URL : <http://www.finmarket.ru/main/article/3438577>.*

Оценка инвестиционного климата муниципальных образований

Аннотация. В данной статье раскрыто понятие «инвестиционный климат муниципального образования» и его взаимосвязь с такими понятиями, как «инвестиционный потенциал», «инвестиционный риск», «инвестиционная привлекательность» и «инвестиционная активность». Была разработана методика оценки инвестиционного климата муниципальных образований и доказана возможность ее практического применения с помощью корреляционного анализа.

Ключевые слова: инвестиционный климат; муниципальное образование; инвестиционный потенциал; инвестиционный риск; инвестиционная привлекательность; методика оценки.

Проблема привлечения инвестиций – одна из ключевых проблем современного общества. Инвестиции являются основой расширенного воспроизводства, которое в свою очередь представляет собой основу экономического роста. Экономический рост же при прочих равных условиях вызывает рост реальных доходов населения и выступает в качестве фактора стимулирования спроса на товары, работы, услуги и расширения предложения адекватного объема, качества и ассортимента [1]. В современных условиях в системе направлений инвестиционной политики приоритетное место отводится созданию благоприятного инвестиционного климата, выступающего в качестве базовой предпосылки активизации инвестиционной деятельности на территории муниципального образования [4].

Инвестиции с наибольшей эффективностью могут быть осуществлены в тех муниципальных образованиях, где для этого имеются наилучшие условия, поэтому важную роль в информационном и методическом обеспечении принятия управленческого решения на муниципальном уровне играет оценка и прогнозирование инвестиционного климата муниципального образования.

Инвестиционный климат муниципального образования – система социальных, экономических, организационных, правовых, политических, социокультурных предпосылок, предопределяющих привлекательность и целесообразность инвестирования в экономику муниципального образования и степень реализации этих возможностей [4].

Для исследования инвестиционного климата муниципального образования необходимо выяснить, из каких составных элементов он состоит. В экономической литературе выделяется несколько подходов к определению составляющих элементов инвестиционного климата, но наиболее часто встречающийся из них – так называемый рисковый. Его сторонни-

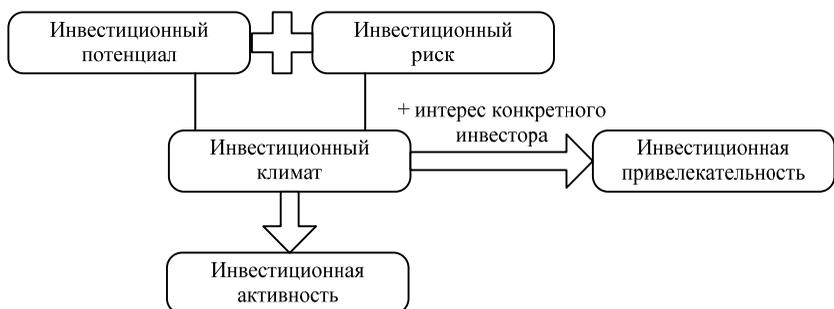
ки в качестве составляющих инвестиционного климата рассматривают два основных понятия: инвестиционный потенциал и инвестиционные риски [2].

Инвестиционный потенциал определяется как совокупность условий, ресурсов, предпосылок, зависящих от экономического состояния территории, а также от наличия и разнообразия сфер и объектов инвестирования. Инвестиционный риск – это вероятность потери инвестиций и доходов от них. Таким образом, первый из данных двух элементов является количественной характеристикой и непосредственно связан с емкостью инвестиционного пространства, а второй – качественной характеристикой и связан с его надежностью.

Изучая инвестиционный климат, нельзя не остановиться на таком понятии, как «инвестиционная привлекательность». В результате анализа множества различных подходов было сформулировано следующее определение. Инвестиционная привлекательность – это субъективная оценка территории инвестором с точки зрения интересующего его вида деятельности, необходимости наличия соответствующего потенциала у территории и отсутствия какого-либо конкретного риска в ее пределах. Например, инвестору, вкладывающему средства в добывающую промышленность, необходим высокий природно-ресурсный потенциал территории. Каким бы благоприятным не был инвестиционный климат данной территории за счет других частных потенциалов и низких рисков, она никогда не станет привлекательной для инвестора, занимающегося добычей, если на ней нет ресурсов. Таким образом, инвестиционная привлекательность – скорее субъективное понятие, так как она сильно зависит от типа инвестора и его целей, а инвестиционный климат – скорее объективное, поскольку отражает тенденции, влияющие на всех участников инвестиционного процесса.

Также необходимо рассмотреть такое понятие, как «инвестиционная активность». Инвестиционная активность есть развитие и интенсивность инвестиционной деятельности, характеризующиеся объемом и темпами привлечения инвестиций в основной капитал. Корреляционный анализ распределения реальных инвестиций по регионам доказывает связь между оценками рейтинга инвестиционного климата и последующей инвестиционной активностью в них [3]. Следовательно, инвестиционная активность является результатом и следствием сформировавшегося на территории инвестиционного климата. Инвестиционная активность – в некотором роде фактическая реализация имеющегося потенциала с учетом уровня инвестиционных рисков.

Чтобы систематизировать взаимосвязи всех перечисленных понятий, необходимо обратиться к рисунку.



Соотношение понятий «инвестиционный потенциал», «инвестиционный климат», «инвестиционный риск», «инвестиционная привлекательность» и «инвестиционная активность»

Итак, разобравшись с терминологией, можно приступить непосредственно к оценке инвестиционного климата муниципальных образований. В сравнении с достаточным количеством различных способов оценки инвестиционного климата регионов в экономической литературе методик для оценки соответствующего показателя для муниципальных образований совсем немного. Цель данной работы – создание простой методики оценки инвестиционного климата муниципальных образований, с помощью которой каждый сможет рассчитать инвестиционный климат интересующего его муниципального образования, используя общедоступные данные.

Инвестиционный потенциал муниципального образования складывается из частных потенциалов. Каждый из них в свою очередь характеризуется группой показателей [3]:

трудоёмкой потенциал отражает уровень занятости на местном рынке труда (доля работающего населения в численности населения в трудоспособном возрасте), представляет собой накопленную способность трудовых ресурсов обеспечивать инвестиционный процесс в настоящем (доля трудоспособного населения) и будущем (отношение численности населения моложе трудоспособного возраста к численности населения старше трудоспособного возраста);

производственный потенциал характеризуется степенью износа основных фондов, предпринимательской активностью на территории муниципального образования (число предприятий и организаций в МО), а также обеспеченностью обрабатывающими производствами (доля обрабатывающих производств в промышленном производстве);

потребительский потенциал оценивает совокупную покупательную способность населения муниципального образования (средняя заработная плата работников МО) и то, насколько население реализует свою возможность потреблять товары и услуги (оборот розничной торговли на

душу населения в МО), а также обеспеченность населения жильем (общая площадь жилых помещений, приходящаяся в среднем на одного городского жителя в МО);

финансовый потенциал – совокупность финансовых ресурсов местного бюджета (доля налоговых поступлений в местный бюджет), зависимость местного бюджета от поступлений из вышестоящих бюджетов (доля безвозмездных поступлений в МО из вышестоящих бюджетов);

природно-ресурсный потенциал представляет совокупность природных ресурсов, которые могут быть использованы в процессе общественного производства (могут быть оценены с помощью уже существующих добывающих предприятий и их доли в промышленном производстве МО);

институциональный потенциал показывает степень развития на территории ведущих финансовых институтов рыночной экономики, обеспечивающих условия для деловой активности субъектов инвестиционной деятельности муниципального образования (можно оценить по количеству различных банков на территории МО);

туристический потенциал характеризуется наличием мест посещения и размещения туристов и отдыхающих (количество коллективных средств размещения);

инфраструктурный потенциал отражает уровень транспортной и дорожной обеспеченности МО и его экономико-географическое положение (оценивается близостью к государственной границе, наличием федеральных автотрасс, железнодорожных линий и аэропорта);

инновационный потенциал характеризует уровень развития науки и внедрения достижений научно-технического прогресса в муниципальном образовании (может быть оценен в связи с наличием высших образовательных учреждений, научно-исследовательских институтов, технопарков).

Следующим элементом инвестиционного климата является «инвестиционный риск». В данной методике предлагается оценить следующие виды риска: финансовый, показывающий степень сбалансированности местного бюджета (дефицит местного бюджета); криминальный, характеризующий уровень преступности в МО (число зарегистрированных преступлений); социальный, оценивающий уровень социального комфорта граждан, их желание и возможности для создания семьи и рождения детей (естественный прирост или убыль населения); экологический, дающий представление об уровне загрязнения окружающей среды (сколько всего выброшено в атмосферу загрязняющих веществ).

Итак, обозначив необходимые частные потенциалы и риски, перейдем к непосредственной оценке инвестиционного климата муниципальных образований. Для примера были взяты четыре разных по уровню

социально-экономического развития города: Москва, Екатеринбург, Нижний Тагил и Каменск-Уральский. Москва в данном случае рассматривается не как субъект федерации, а как совокупность множества муниципальных образований.

Оценка инвестиционного климата городов: Москва, Екатеринбург, Нижний Тагил и Каменск-Уральский

Потенциал	Показатель	Москва	Екатеринбург	Нижний Тагил	Каменск-Уральский
Трудовой	Доля населения в трудоспособном возрасте в МО	0,61	0,62	0,58	0,56
	Среднегодовая численность работников организаций в МО/Численность населения в трудоспособном возрасте в МО	0,63	0,50	0,73	0,58
	Численность населения моложе трудоспособного возраста в МО/Численность населения старше трудоспособного возраста в МО	0,55	0,71	0,67	0,64
Производственный	Степень износа основных фондов в РФ/Степень износа основных фондов в МО	1,39	1,13	0,95	0,77
	Число предприятий и организаций на душу населения в МО/Число предприятий и организаций на душу населения в РФ	3,33	2,44	0,67	0,67
	Доля в промышленном производстве обрабатывающих производств	0,67	0,82	0,93	0,93
Потребительский	Среднемесячная номинальная начисленная заработная плата в МО/ Среднемесячная номинальная начисленная заработная плата в РФ	1,86	1,25	0,96	0,89
	Общая площадь жилых помещений, приходящаяся в среднем на одного городского жителя в МО/Общая площадь жилых помещений, приходящаяся в среднем на одного жителя в РФ	0,82	1,01	0,99	0,96
Финансовый	Оборот розничной торговли на душу населения в МО/ Оборот розничной торговли на душу населения в РФ	2,01	0,80	0,36	0,29
	Доля налоговых доходов в бюджете МО	0,86	0,36	0,22	0,35

Продолжение таблицы

Потенциал	Показатель	Москва	Екатеринбург	Нижний Тагил	Каменск-Уральский
	Доля безвозмездных поступлений в МО из вышестоящих бюджетов	-0,02	-0,42	-0,72	-0,58
Природно-ресурсный	Доля в промышленном производстве добывающих производств в МО	0,24	0,00	0,02	0,00
	Доля действующих добывающих предприятий среди промышленных предприятий в целом по МО	0,01	0,02	0,02	0,00
Институциональный	Количество различных представленных в МО банков/100	4,61	0,88	0,27	0,17
Туристический	Число коллективных средств размещения в МО/100	5,55	1,11	0,16	0,18
Инфраструктурный	Близость к государственной границе – 0,3	0	0	0	0
	Наличие федеральных автотрасс – 0,3	0,3	0,3	0,3	0
	Наличие железнодорожных линий – 0,3	0,3	0,3	0,3	0,3
	Наличие аэропорта – 0,3	0,3	0,3	0	0
Инновационный	Наличие высших образовательных учреждений – 0,5	0,5	0,5	0,5	0,5
	Наличие технопарков – 0,5	0,5	0,5	0,5	0,5
	Наличие НИИ – 0,5	0,5	0,5	0	0
Риск	Показатель	Москва	Екатеринбург	Нижний Тагил	Каменск-Уральский
Социальный	Естественный прирост, убыль (-) на 1000 человек населения	1,7	3,10	-1,20	-0,70
Криминальный	-10*Число зарегистрированных преступлений в МО на душу населения МО	-0,14	-0,16	-0,20	-0,19
Финансовый	10*Дефицит (профицит) бюджета МО/Общие доходы бюджета МО	-0,47	-0,24	-0,15	-0,56
Экологический	(Выброшено в атмосферу загрязняющих веществ, отходящих от стационарных источников (тонн) – Уловлено и обезврежено загрязняющих веществ, отходящих от стационарных источников)/ – 100 000	-0,19	-0,16	-0,25	-0,03

Окончание таблицы

Риск	Показатель	Москва	Екатеринбург	Нижний Тагил	Каменск-Уральский
	Интегральная оценка	26,42	16,17	6,61	6,23
	Инвестиции в основной капитал, млн р.	1412086	114225	12839	9431

Примечание. * Составлено по данным Федеральной службы государственной статистики. URL : <http://www.gks.ru>.

Для доказательства того, что данную методику можно применять на практике и получать интегральную оценку, характеризующую инвестиционный климат муниципального образования, был проведен корреляционный анализ. Был вычислен коэффициент корреляции между значениями интегральной оценки инвестиционного климата муниципальных образований и объемом инвестиций в основной капитал соответствующих муниципальных образований. По представленным в таблице четырем наблюдениям коэффициент корреляции равен 0,908, что свидетельствует о наличии тесной прямой линейной связи между переменными. При этом объем инвестиций является результирующей (объясняемой) переменной, а оценка инвестиционного климата – объясняющей (факторной) переменной. Данная модель является парной, но при этом охватывает множество факторов и условий, влияющих на формирование инвестиционного потенциала и риска, соединенных в единую комплексную оценку.

Библиографический список

1. *Анимица Е. Г., Иванов Е. Г.* Особенности управления инвестиционными процессами в экономическом пространстве муниципального образования // Известия Уральского государственного экономического университета. 2006. № 3. С. 135–144.
2. *Киселева Н. В., Боровикова Т. В., Захарова Г. В.* Инвестиционная деятельность : учеб. пособие. М. : КноРус, 2011.
3. *Орешин В. П.* Регулирование региональной экономики: специфика и альтернативы. М. : МАКС Пресс, 2001.
4. *Саак А. Э., Колчина О. А.* Инвестиционная политика муниципального образования : учебник. СПб. : Питер, 2010.

С. А. Зверева, В. А. Бушуй

Уральский государственный экономический университет
(Екатеринбург)

Государственно-частное партнерство: вчера, сегодня, завтра

Аннотация. Статья посвящена актуальной теме государственно-частного и муниципально-частного партнерства: определены предпринятые меры институционального характера для развития государственно-частного партнерства в Российской Федерации, раскрыта суть понятия «государственно-частное (муни-

ципально-частное) партнерство», выделены цели, формы и обязательные элементы соглашения ГЧП (МЧП), приведены целевые значения уровня развития ГЧП в регионах Российской Федерации, в том числе по Свердловской области, отображены результаты рейтинга регионов России по уровню развития ГЧП, а также объясняется рост показателей реализуемых проектов с участием ГЧП в Свердловской области к 2018 г. В статье обозначены проекты ГЧП, реализуемые на территории муниципального образования «город Екатеринбург», более подробно рассмотрены такие проекты, как комплексный инвестиционный проект «Жилой район „Академический“» и проект «Строительство трамвайной линии Екатеринбург – Верхняя Пышма».

Ключевые слова: государственно-частное партнерство; муниципально-частное партнерство; суть, цели и формы ГЧП (МЧП); преимущества; предпринимательство.

Динамичное развитие инфраструктурных объектов является одним из условий социально-экономического развития муниципальных образований. Поскольку собственные финансовые ресурсы муниципальных образований ограничены, реализация крупных проектов развития транспортной, коммунальной инфраструктуры невозможна с привлечением только бюджетных средств. Одним из вариантов решения данного вопроса является использование механизма государственно-частного или муниципального частного партнерства (далее также – ГЧП, МЧП).

За последние 10 лет в Российской Федерации предпринят ряд мер институционального характера для развития данного механизма. К таким мерам можно отнести учреждение: в 2009 г. – некоммерческого партнерства «Центр развития государственно-частного партнерства» (<http://pprcenter.ru>), в 2012 г. – ООО «Институт развития государственно-частного партнерства» (<http://p3institute.ru>), в 2013 г. – коммуникационного агентства в сфере ГЧП «ГЧП-ИНФО» (www.p3info.ru); создание: официального портала по ГЧП при Министерстве экономического развития РФ – Единой информационной системы государственно-частного партнерства в Российской Федерации (www.PPPI.ru), ежеквартального информационно-аналитического журнала, посвященного вопросам развития ГЧП в России, ГЧП-Журнала (www.pppjournal.ru), электронного сайта государственно-частного партнерства (<http://www.pppinrussia.ru>), поддержку сайта осуществляет Центр государственно-частного партнерства государственной корпорации «Банк развития и внешнеэкономической деятельности (Внешэкономбанк).

К мерам институционального характера можно отнести также разработку и принятие нормативных правовых актов, регламентирующих правоотношения в сфере ГЧП. Если в начале XXI в. правовые основы для осуществления инвестиций субъектами предпринимательской деятельности с участием органов власти регламентировал только Федеральным законом от 25 февраля 1999 г. № 39-ФЗ «Об инвестиционной деятельности в Российской Федерации, осуществляемой в форме капитальных вложе-

ний», в настоящее время перечень нормативных актов, регулирующих данные отношения, существенно расширился: приняты Федеральный закон от 21 июля 2005 г. № 115-ФЗ «О концессионных соглашениях», Федеральный закон от 13 июля 2015 г. № 224-ФЗ «О государственно-частном партнерстве, муниципально-частном партнерстве в Российской Федерации и внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации». Нормативное регулирование проектов ГЧП не ограничилось только принятием федеральных законов. Так, в Свердловской области принят закон от 21 декабря 2015 г. № 157-ОЗ «Об участии Свердловской области в государственно-частном партнерстве». Поскольку Свердловская область относится к регионам с высоким уровнем развития ГЧП, здесь также создаются институты развития ГЧП. Так, в феврале 2016 г. по инициативе и при поддержке Правительства Свердловской области на базе ГБУ «Институт энергосбережения» (ИнЭС) создан центр сопровождения концессионных соглашений [2]. На территории крупнейшего муниципального образования Свердловской области «город Екатеринбург» действует решение Екатеринбургской городской Думы от 22 апреля 2008 г. № 30/58 «Об утверждении Положения „О концессионных соглашениях, объектом которых является имущество муниципального образования «город Екатеринбург“».

Осознавая важность осуществления проектов ГЧП для развития муниципальных образований и субъектов Российской Федерации в целом, Правительство РФ приняло распоряжение от 10 апреля 2014 г. № 570-р «Об утверждении перечней показателей оценки эффективности деятельности и методик определения целевых значений показателей оценки эффективности деятельности руководителей органов исполнительной власти по созданию благоприятных условий ведения предпринимательской деятельности (до 2018 года)», установившее показатель уровня развития ГЧП в регионе одним из показателей эффективности деятельности высших должностных лиц, руководителей высших исполнительных органов государственной власти субъектов РФ по созданию благоприятных условий ведения предпринимательской деятельности. Кроме того, данным распоряжением установлены целевые значения уровня развития ГЧП в регионах Российской Федерации, в том числе приведены данные по Свердловской области: в 2014 г. – 26,3%, в 2015 г. – 40,4%, в 2016 г. – 54,4%, в 2017 г. – 68,4% и в 2018 г. – 82,4%.

К 2018 г. в Свердловской области должны существенно возрасти показатели реализуемых проектов с участием ГЧП. Возможным объяснением роста числа проектов ГЧП является то, что инвестиционные проекты теперь будут осуществляться и с участием муниципально-частного партнерства.

Следует обратить внимание на тот факт, что законодательное закрепление понятия «муниципально-частное партнерство» появилось относительно недавно, поэтому в настоящее время отсутствуют официальная систематизация и обработка цифровых данных по реализованным проектам, относящимся именно к проектам МЧП [1].

До принятия закона № 224-ФЗ инвестиционные проекты, которые реализовывались на территории муниципальных образований с участием не только органов власти субъекта Российской Федерации, но и органов местного самоуправления с одной стороны и субъектов предпринимательства с другой стороны, учитывались как государственно-частное партнерство. В соответствии со ст. 3 закона № 224-ФЗ государственно-частное или муниципально-частное партнерство – это юридически оформленное на определенный срок и основанное на объединении ресурсов, распределении рисков сотрудничество публичного партнера и частного партнера, которое осуществляется в целях привлечения в экономику частных инвестиций, обеспечения доступности товаров, работ, услуг и повышения их качества. Исходя из приведенного определения каких-либо кардинальных различий в механизмах осуществления государственного и муниципального партнерства не имеется. Суть ГЧП или МЧП состоит в том, что публичный партнер (Российская Федерация, субъект РФ или муниципальное образование) заключает гражданско-правовой договор (соглашение) с частным партнером об объединении ресурсов и распределении рисков для достижения общественно полезных целей на срок не менее трех лет в порядке и на условиях, определенных федеральным законом.

Целью ГЧП и МЧП в соответствии со ст. 3 закона № 224-ФЗ является привлечение в экономику частных инвестиций, обеспечение органами государственной власти (органами местного самоуправления) доступности товаров, работ и услуг и повышения их качества. Однако для проектов МЧП осуществление целей, которые должны быть достигнуты при реализации соглашений, возможно чаще всего на территории своего муниципального образования либо на территории нескольких граничащих между собой муниципальных образований (при реализации проектов межмуниципального сотрудничества); затраты на реализацию проектов МЧП идут из муниципального бюджета (муниципальных бюджетов – при межмуниципальном сотрудничестве). При реализации соглашений ГЧП возможно использование как федеральных денежных средств, так и средств бюджета субъекта Российской Федерации.

Обязательными элементами соглашения ГЧП (МЧП) являются: строительство и (или) реконструкция объекта соглашения частным партнером; осуществление частным партнером полного или частичного финансирования, а также эксплуатации и (или) технического обслуживания

объекта соглашения; возникновение у частного партнера права собственности на объект соглашения при условии обременения объекта соглашения.

Хотя формы реализации ГЧП и МЧП федеральным законом не определены, в литературе и на практике выделяют следующие формы ГЧП (МЧП): вовлечение в инвестиционный процесс имущества, находящегося в собственности муниципального образования; реализация инвестиционных проектов, в том числе инвестиционных проектов местного значения; реализация инновационных проектов; концессионные соглашения; соглашения о сотрудничестве и взаимодействии в сфере социально-экономического развития муниципального образования¹.

В целях распространения положительного опыта развития ГЧП Министерством экономического развития Российской Федерации разработана система сбора данных по субъектам РФ, позволяющая провести оценку уровня развития ГЧП.

Выборочные результаты рейтинга регионов России по уровню развития ГЧП в 2013/2014 и в 2014/2015 представлены в табл. 1. Приведенные данные свидетельствуют о достаточно высоком уровне развития ГЧП на территории Свердловской области (наряду с субъектами Российской Федерации входит в первую десятку).

Т а б л и ц а 1

Уровень развития ГЧП в субъектах РФ

Субъект РФ	Позиция (2014–2015)	Позиция (2013–2014)	Изменение позиции	Показатель (2014–2015)	Показатель (2013–2014)	Изменение показателя
г. Санкт-Петербург	1	1	+0	69,2%	73,9%	-4,7%
г. Москва	3	10	+7	63,8%	52,3%	11,5%
Свердловская область	8	4	-4 (-3)	59,6%	63,9%	-4,3%

Примечание. По данным Информационного социально-правового сайта «Ведомости – Урал». URL : <http://vedomosti-ural.ru>.

Нами проанализированы данные по применению механизмов ГЧП для развития муниципальной инфраструктуры на территории одного из крупнейших муниципальных образований Свердловской области – муниципального образования «город Екатеринбург», обозначены вопросы местного значения (табл. 2).

¹ Единая информационная система государственно-частного партнерства в РФ. URL : <http://pppi.ru>.

Проекты ГЧП в муниципальном образовании «город Екатеринбург»

Элементы соглашения	Стоимость проекта	Срок реализации	Форма	Цель проекта
Вопросы местного значения: дорожная деятельность в отношении автомобильных дорог местного значения в границах городского округа и обеспечение безопасности дорожного движения на них; создание условий для предоставления транспортных услуг населению и организация транспортного обслуживания населения в границах городского округа				
Проектирование, строительство, реконструкция и содержание III пускового комплекса автомобильной дороги вокруг г. Екатеринбург	9 067,479 млн р.	2015–2030 гг.	Концессионное соглашение	Обеспечение безопасности дорожного движения, соблюдение стандартов качества, внедрение передовых разработок
Вопрос местного значения: организация в границах городского округа электро-, тепло-, газо- и водоснабжения населения, водоотведения, снабжения населения топливом в пределах полномочий, установленных законодательством Российской Федерации				
Реконструкция и расширение Головных сооружений водопровода г. Екатеринбург	10 796 млн р.	2007–2015 гг.	Предоставление государственных гарантий Свердловской области в размере 750 млн р. за счет областного бюджета	Повышение качества оказываемых услуг водоснабжения за счет внедрения современных технологий обработки воды и утилизации осадков, увеличение мощности систем водоснабжения и водоотведения, необходимой для обслуживания новых пользователей
Вопросы местного значения: обеспечение условий для развития на территории городского округа физической культуры, школьного спорта и массового спорта, организация проведения официальных физкультурно-оздоровительных и спортивных мероприятий городского округа; создание условий для массового отдыха жителей городского округа и организация обустройства мест массового отдыха населения				
Реконструкция Центрального стадиона г. Екатеринбург	12,7 млрд р.	Декабрь 2017 г.	Предоставление государственных гарантий за счет средств федерального бюджета. В 2015 г. – 5,1 млрд р., в 2016 г. бюджет выделено – 5,7 млрд р., в 2017 г. – 1,4 млрд р.	Проведение матчей европейского уровня, в том числе Чемпионата мира по футболу 2018

Окончание табл. 2

Элементы соглашения	Стоимость проекта	Срок реализации	Форма	Цель проекта
<p>Вопрос местного значения: обеспечение проживающих в городском округе и нуждающихся в жилых помещениях малоимущих граждан жилыми помещениями, организация строительства и содержания муниципального жилищного фонда, создание условий для жилищного строительства</p>				
<p>Строительство. Реализация комплексного инвестиционного проекта «Жилой район „Академический“», г. Екатеринбург (застройщик «РСГ-Академическое»)</p>	<p>Средства из федерального, областного и муниципального бюджетов, внебюджетные источники. (В 2011 г. общий объем финансирования программы «Комплексное освоение территории планировочного района Академического в Екатеринбурге» составил 30 млрд 928 млн 160 тыс. р. В 2012 г. – 31 млрд 122 млн 993 тыс. р., 2013 г. – 31 млрд 836 млн 389 тыс. р.)</p>	<p>Разработка проекта 2005 г., строительство первого жилого дома начато в 2007 г., реализация до 2027 г.</p>	<p>Государственные инвестиции на строительство инженерной и социальной инфраструктуры в районе</p>	<p>Реализация новой градостроительной концепции, предлагающей людям новое качество жизни и направленной на энергосбережение и охрану окружающей среды; реализация самого большого проекта в России: строительство 13 млн м² жилья для 325 тыс. жителей</p>

Примечание. Составлено по: [2].

Более подробно о комплексном инвестиционном проекте «Жилой район „Академический“»: в общих капиталовложениях в проект доля государства составляет 10%, проект продолжает развиваться. Планируется, что к 2026 г. Академический превратится в своеобразный «город в городе», где будут проживать около 325 тыс. человек. Качество жизни в данном районе обеспечивает не только уровень построенного жилья (удобные планировки квартир, застекленные лоджии, яркое оформление фасадов домов, наличие газовых крышных котельных в построенных многоквартирных домах, яркие детские площадки и аллеи для прогулок), но и высокий уровень инфраструктурного развития района (широкие улицы, наземные многоуровневые парковки рядом с домом, удобное расположение детских дошкольных учреждений и др.). Отметим, что проблемы транспортного сообщения жителей микрорайона планируется также решать с привлечением механизма МЧП – прорабатывается вариант подписания концессионного соглашения по строительству трамвайной линии из микрорайона в сторону центра города¹.

Одним из новых проектов ГЧП, реализуемых в настоящее время в Свердловской области, является строительство трамвайной линии, позволяющей наладить скоростное транспортное сообщение Екатеринбург – Верхняя Пышма [3].

В целях координации деятельности участников реализуемого соглашения Правительство Свердловской области приняло постановление от 24 июля 2015 г. № 666-ПП «Об утверждении плана мероприятий по реализации проекта „Строительство трамвайной линии Екатеринбург – Верхняя Пышма“». Участие со стороны муниципального образования «город Екатеринбург» и муниципального образования «городской округ Верхняя Пышма» предполагает не только решение финансовых вопросов, но и подготовку и внесение изменений в генеральные планы развития муниципальных образований, принятие муниципальных правовых актов «Об утверждении решений о разработке проектов планировки и проектов межевания трассы» и «Об утверждении планировки проекта строительства трамвайной линии Екатеринбург – Верхняя Пышма». Проектирование трамвайной линии между Екатеринбургом и Верхней Пышмой будет осуществляться за счет средств УГМК. Правительство региона в свою очередь ведет работу по подготовке территории: изъятию и выкупу объектов, попадающих в зону прохождения линии, проработке и обоснованию правовой и финансовой схемы реализации проекта. Большую часть суммы, требуемой для реализации этой программы, выделили внебюджетные источники. Почти 100 млн р. составляют средства, взятые из федерального бюджета, 4 млрд р. – из бюджета Свердловской области,

¹ Информационный социально-правовой сайт «Ведомости – Урал». URL : <http://vedomosti-ural.ru>.

1,2 млрд р. – из местного бюджета. От реализации данного проекта ожидается большой экономический и социальный эффект не только для участников проекта, но и для жителей всего региона.

Подводя итог, отметим, что в экономической литературе неоднократно высказывались мнения о преимуществах использования механизмов государственно-частного партнерства: это снижение рисков, внедрение инноваций, сокращение затрат по проекту, привлечение дополнительных финансовых ресурсов и, безусловно, повышение эффективности инфраструктурного объекта¹. Все это важно и для органов государственной власти (органов местного самоуправления), и для субъектов предпринимательской деятельности. С позиции проживающего на территории муниципального образования населения главным является то, что в результате проектов ГЧП или МЧП возможно улучшение уровня жизни населения, повышение качества предоставляемых населению товаров, работ, услуг, поэтому развитие проектов ГЧП и МЧП должно стать перспективным планом развития муниципальных образований и региона.

Библиографический список

1. *Миронова С. М.* Муниципально-частное партнерство в России: современное правовое регулирование и новеллы законодательства // *Право и экономика*. 2015. № 8. С. 16–20.
2. *Обзор* событий за февраль 2016 г. в сфере государственно-частного партнерства. URL : http://p3institute.ru/netcat_files/25/27/Obzor_fevral_2016.pdf.
3. *Рекомендации* по реализации проектов государственно-частного партнерства в субъектах Российской Федерации. М., 2013.

В. Ю. Зяблицкий

*Уральский государственный экономический университет
(Екатеринбург)*

Перспективные направления жилищной политики Свердловской области до 2030 г.

Аннотация. В статье определены перспективы и основные направления развития жилищной политики в Свердловской области. Отражены документы перспективного характера (программы, проекты) в этой сфере. Приведены статистические данные по реализации действующих жилищных программ в Свердловской области за 2012–2014 гг. Представлен обзор крупных инвестиционных проектов жилищного строительства, реализуемых и планируемых к реализации на территории Свердловской области.

Ключевые слова: жилищная политика; перспективы и направления развития жилищной политики; жилищные программы и проекты.

Каждый человек имеет право на достойное жилье. Жилищная обеспеченность населения является предметом первостепенной заботы прави-

¹ *Инвестиционный портал* Свердловской области. URL : <http://invest.midural.ru>.

тельств как развитых европейских стран, так и России. Влияние государства на жилищную сферу в ближайшем будущем согласно Концепции долгосрочного социально-экономического развития Российской Федерации до 2020 г. будет направлено на: выход на современные стандарты жилищных условий; повышение благосостояния населения до уровня западноевропейских стран с доминированием массового среднего класса в социальной структуре общества; обеспечение высокой территориальной мобильности населения и сопоставимых условий жизни на всей территории страны¹.

Согласно Закону Свердловской области от 21 декабря 2015 г. № 151-ОЗ «О Стратегии социально-экономического развития Свердловской области на 2016–2030 годы» целью государственной жилищной политики в регионе является обеспечение условий для повышения доступности жилья для населения с различным уровнем дохода, повышение качества жилищно-коммунальных услуг, комплексная модернизация жилищно-коммунальной инфраструктуры.

Результатами реализации государственной жилищной политики в Свердловской области должны стать:

создание безопасной и комфортной среды обитания и жизнедеятельности человека;

создание сбалансированной системы расселения и обеспечение возможностей для территориальной мобильности населения².

В Свердловской области действуют две программы переселения граждан из аварийного жилищного фонда: региональная адресная программа «Переселение граждан на территории Свердловской области из аварийного жилищного фонда в 2013–2017 годах», утвержденная постановлением Правительства Свердловской области от 10 июня 2013 г. № 727-ПП, с участием средств государственной корпорации – Фонда содействия реформированию жилищно-коммунального хозяйства (далее – региональная адресная Программа) и государственная программа Свердловской области «Развитие жилищно-коммунального хозяйства и повышение энергетической эффективности в Свердловской области до 2020 года», утвержденная постановлением Правительства Свердловской области от 29 октября 2013 г. № 1330-ПП, с участием средств областного бюджета и бюджетов муниципальных образований, расположенных на территории Свердловской области.

¹ О Концепции долгосрочного социально-экономического развития Российской Федерации на период до 2020 года : распоряжение Правительства РФ от 17 ноября 2008 г. № 1662-р (в ред. распоряжения Правительства РФ от 8 августа 2009 г. № 1121-р).

² О Стратегии социально-экономического развития Свердловской области на 2016–2030 годы : закон Свердловской области от 21 декабря 2015 г. № 151-ОЗ.

В ходе реализации программ, направленных на обеспечение жильем помещенийми нуждающихся категорий граждан, в 2012–2014 гг. построено 36 многоквартирных жилых домов; приобретено на вторичном рынке жилья более 300 жилых помещений общей площадью 13,672 тыс. м²; построено при долевом участии в строительстве жилых помещений более 370 жилых помещений общей площадью 15,028 тыс. м². Сумма затраченных средств составила 1 581,483 млн р., из них: 1 314,509 млн р. – средства областного бюджета, предусмотренные на долевое финансирование; 266,974 млн р. – средства местных бюджетов, предусмотренные на долевое финансирование¹.

В целом благоустроены 76 дворовых территорий, что позволило улучшить комфортность проживания 25 тыс. жителей Свердловской области.

Одним из приоритетных направлений жилищной политики является разработка и реализация инвестиционных проектов комплексного освоения территорий в целях массового жилищного строительства как одного из элементов создания условий для роста предложений на рынке жилья. Продолжится реализация крупнейшего в Российской Федерации инвестиционного проекта по комплексному освоению территории планировочного района «Академический» в городе Екатеринбурге, общая площадь построенного жилья в рамках реализации первой очереди этого инвестиционного проекта должна составить 4,3 млн м². Государственная поддержка при реализации проекта предусматривается в части строительства объектов социальной сферы, обеспечивающих комплексность застройки².

В среднесрочной перспективе прогнозируется изменение темпов роста жилищного строительства с увеличением объемов незавершенного жилищного строительства вдвое уже в 2016 г., что составит ежегодный прирост жилья 0,6 м² на душу населения. При сохранении темпов роста жилищного строительства в последующий период к 2020 г. ежегодный ввод жилья на душу населения возрастет до 1 м², что полностью соответствует основной цели, поставленной Президентом Российской Федерации в части развития жилищного строительства и увеличения доступности жилья для граждан России.

Крупные инвестиционные проекты жилищного строительства, реализуемые и планируемые к реализации на территории Свердловской области:

¹ *Об утверждении государственной программы Свердловской области «Развитие жилищно-коммунального хозяйства и повышение энергетической эффективности в Свердловской области до 2020 года»* : постановление Правительства Свердловской области от 29 октября 2013 г. № 1330-ПП (в ред. от 19 февраля 2016 г. № 119-ПП).

² *О Стратегии социально-экономического развития Свердловской области на 2016–2030 годы* : закон Свердловской области от 21 декабря 2015 г. № 151-ОЗ.

жилой район «Академический» – общая площадь жилья – 13 млн м²; количество жителей – 325 тыс. чел.; площадь участка застройки – 1 300 га (приблизительно 3×4 км);

жилой район «Солнечный» – общая площадь жилья – до 2,5 млн м², количество жителей – 85 000 чел.; площадь участка – 362 га;

жилой комплекс «Островки» – площадь участка – 114,6 га, общая площадь жилья – 625 тыс. м².

На основании Указа Президента РФ от 7 мая 2012 г. № 600 «О мерах по обеспечению граждан Российской Федерации доступным и комфортным жильем и повышению качества жилищно- коммунальных услуг» определены ключевые приоритеты и конкретные поручения, направленные на достижение целевых показателей социально-экономического развития Российской Федерации. Основные направления деятельности по решению поставленных задач следующие:

своевременная подготовка документации по планировке территории в муниципальных образованиях в Свердловской области;

обеспечение предоставляемых гражданам земельных участков объектами коммунальной инфраструктуры.

Продолжится реализация мер по улучшению жилищных условий многодетных семей – обеспечение земельными участками, предоставляемыми для жилищного строительства, с необходимой инженерной инфраструктурой.

Особое внимание в Свердловской области уделяется поддержке отдельных категорий граждан, нуждающихся в улучшении жилищных условий, но не имеющих объективной возможности накопить средства на приобретение жилья.

В настоящее время основными мерами государственной поддержки в Свердловской области являются:

обеспечение жильем ветеранов Великой Отечественной войны;

обеспечение жильем ветеранов боевых действий, инвалидов, и семей, имеющих детей-инвалидов, вставших на учет в качестве нуждающихся в улучшении жилищных условий в органах местного самоуправления до 1 января 2005 г.;

обеспечение жилыми помещениями детей-сирот и детей, оставшихся без попечения родителей, лиц из числа детей-сирот и детей, оставшихся без попечения родителей;

обеспечение жилыми помещениями работников государственных учреждений Свердловской области, принятых на учет нуждающихся в жилых помещениях;

обеспечение жилыми помещениями граждан, проживающих в аварийном жилищном фонде;

обеспечение жилыми помещениями граждан, проживающих в сельской местности, в том числе молодых семей и молодых специалистов;

возмещение части затрат в связи с предоставлением учителям общеобразовательных организаций ипотечных жилищных кредитов.

Основные меры государственной поддержки молодых семей:

обеспечение жилыми помещениями молодых семей, принятых на учет в качестве нуждающихся в улучшении жилищных условий органами местного самоуправления муниципальных образований с целью получения социальной выплаты на приобретение или строительство жилого помещения;

обеспечение жилыми помещениями молодых семей, принятых на учет в качестве нуждающихся в улучшении жилищных условий органами местного самоуправления муниципальных образований с целью предоставления финансовой поддержки для погашения основной суммы долга, процентов по ипотечным жилищным кредитам (займам);

обеспечение жилыми помещениями молодых семей, принятых на учет в качестве нуждающихся в улучшении жилищных условий органами местного самоуправления муниципальных образований с целью предоставления региональной социальной выплаты на улучшение жилищных условий.

Основной формой поддержки указанных категорий граждан будет предоставление социальных выплат на строительство жилья, в том числе индивидуального (приобретение жилья на первичном рынке жилья), включая возможность частичной или полной оплаты первоначального взноса при получении ипотечного кредита на эти цели.

Индикаторы развития жилищной политики в Свердловской области

Показатель	2016 г.	2020 г.	2030 г.
Уровень обеспеченности населения жильем, м ² /чел.	24,8	28,3	32,6
Годовой объем ввода жилья, млн м ²	2 160,0	4 330,0	5 100,0
Объем ввода жилья на одного жителя, м ² /чел.	0,50	1,00	1,24
Доля малоэтажного строительства в общем объеме ввода жилья, %	46,7	60	60

Примечание. Составлено по: *О Стратегии социально-экономического развития Свердловской области на 2016–2030 годы* : закон Свердловской области от 21 декабря 2015 г. № 151-ОЗ.

В целом по Свердловской области предполагается улучшение условий проживания граждан за счет реализации мероприятий по капитальному ремонту общего имущества в многоквартирных домах, модернизации лифтового хозяйства и благоустройству дворовых территорий. При этом, как видно из таблицы, ожидается, что к 2030 г. ввод в эксплуатацию жилья на одного жителя составит 1,24 м², уровень обеспеченности населения жильем – порядка 32,6 м² на человека.

О проблемах государственного и муниципального управления периферийными городскими территориями региона (на примере Свердловской области)

Аннотация. В статье рассмотрена специфика периферийных городских территорий региона как объекта управления. Определены основные полномочия федеральных, региональных и местных органов власти в сфере управления периферийными городскими территориями региона. Выявлены проблемы действующего механизма государственного и муниципального управления периферийными городскими территориями. На основе анализа статистической информации, проведенного опроса работников органов власти и управления, представителей научного сообщества авторами предложены пути решения выделенных проблем государственного и муниципального управления периферийными городскими территориями.

Ключевые слова: периферийная городская территория; регион; государственное управление.

В самом общем виде под периферией понимают что-то удаленное от центра. Некоторые исследователи добавляют к этому экономический аспект – что-то зависимое от центра, находящееся в зоне его влияния. С нашей точки зрения, к характеристике периферии стоит подходить комплексно, учитывая не только географические расстояния, экономическое развитие территории, но и управленческие аспекты. Тогда в качестве периферии можно рассматривать совокупность удаленных от административного центра страны (региона) территорий, зависимых от него в экономическом плане, имеющих относительно невысокий уровень социально-экономического развития, не являющихся активными участниками принятия управленческих решений, непосредственно их касающихся, занимающих подчиненное положение по отношению к центру.

В рамках страны периферия представлена субъектами, их частями или совокупностями. На уровне региона (субъекта РФ) в качестве периферии можно рассматривать муниципальные образования, их группы или отдельные части.

Особенности организации государственного и муниципального управления в России таковы, что, по утверждению Р. Ф. Туровского, «крупные города, административные центры субъектов, столицы государства традиционно не рассматриваются в качестве периферийных. Они обычно обладают существенной ресурсной базой в сочетании с необходимой компактностью, что позволяет им реально претендовать на статус автономных образований, который они обычно и получают. Периферия же представлена совокупностью разбросанных мелких поселений, каждое из которых обладает небольшими ресурсами и населением» [3].

Периферийные городские территории региона как объект государственного управления имеют специфику, которая во многом связана с имеющимся у них статусом муниципальных образований (городских округов и/или городских поселений). Управление этими территориями в соответствии с действующим законодательством осуществляется народом «непосредственно, а также через органы государственной власти и органы местного самоуправления» (ст. 3 Конституции).

В Конституции РФ определены основные полномочия федеральных органов власти (ст. 71), предметы совместного ведения Российской Федерации и субъектов РФ (ст. 72). «Вне пределов ведения Российской Федерации и полномочий Российской Федерации по предметам совместного ведения Российской Федерации и субъектов Российской Федерации субъекты Российской Федерации обладают всей полнотой государственной власти» (ст. 73).

Полномочия органов власти субъекта РФ более подробно изложены в уставе/конституции субъекта РФ. В частности, в ведении Свердловской области находятся «установление административно-территориального устройства Свердловской области и порядка его изменения; определение направлений социально-экономического развития Свердловской области, утверждение и выполнение программ социально-экономического развития Свердловской области; утверждение и выполнение государственных программ Свердловской области; утверждение областного бюджета, бюджетов территориальных государственных внебюджетных фондов Свердловской области и отчетов об их исполнении; установление и введение в действие на территории Свердловской области региональных налогов; управление и распоряжение государственной собственностью Свердловской области» (ст. 23)¹ и другие вопросы.

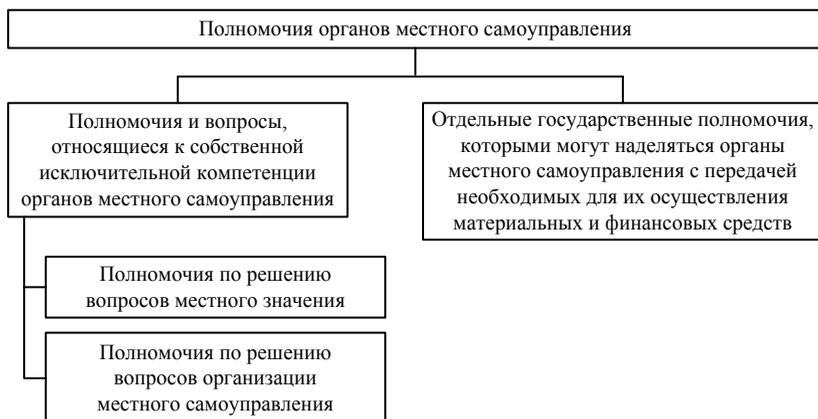
Полномочия местного самоуправления – «это строго очерченный и закрепленный нормами муниципального права (Конституцией РФ, федеральным законодательством, правовыми актами субъектов РФ и органов местного самоуправления) за населением, выборными и иными органами местного самоуправления перечень конкретных прав и обязанностей, необходимых для реализации задач и функций местного самоуправления на территории муниципальных образований» [2, с. 223].

Полномочия органов местного самоуправления можно разбить на два блока: собственные полномочия органов местного самоуправления и отдельные государственные полномочия, которыми могут наделяться органы местного самоуправления (см. рисунок).

Можно выделить несколько проблем, с которыми сталкиваются государственные и местные органы власти при управлении периферий-

¹ Устав Свердловской области : закон Свердловской области от 23 декабря 2010 г. № 105-ОЗ (с изм. на 25 декабря 2015 г.).

ными городскими территориями. Первая связана с несоответствием полномочий ресурсам для их осуществления. Наиболее остро это проблема стоит на уровне муниципальных образований. Так, из десяти периферийных городских территорий Свердловской области по итогам 2013 г. с дефицитом были исполнены бюджеты трех муниципальных образований, по итогам 2014 г. – семи муниципальных образований (см. таблицу). Это свидетельствует о нехватке средств местных бюджетов для исполнения собственных и переданных им полномочий.



Полномочия органов местного самоуправления¹

Одним из путей решения этой проблемы государственного и муниципального управления периферийными городскими территориями может стать пересмотр полномочий и их ресурсного обеспечения.

Вторая проблема управления периферийными городскими территориями связана со спецификой самих периферийных территорий. Одной из черт периферии является высокая степень зависимости от внешних по отношению к территории центров принятия решений. На практике это выражается в том, что социально-экономическое положение муниципального образования во многом определяется действиями собственников крупных предприятий. Ярким примером стали события в городском округе Волчанск. Падение спроса на продукцию одного из градообразующих предприятий стало причиной решения собственника о его закрытии. Решением этой проблемы может стать выстраивание конструктивного диалога между собственниками предприятий и властью на всех уровнях (федеральной, региональной и местной), совместное преодоление трудных ситуаций. Для некоторых территорий актуальной может быть

¹ Составлено по: [1].

диверсификация экономики, что позволит снизить зависимость муниципального образования от решений собственников конкретных предприятий.

**Профицит, дефицит (–) бюджета муниципального образования
(местного бюджета), тыс. р.**

Периферийные территории	2006	2007	2008	2009	2011	2012	2013	2014
Городской округ Верхотурский	–1 755	3 441	–2 237	–1 197,3	11 041,3	–2 411,3	40 605	36 518
Гаринский городской округ	12 511	7 282	–2 766	8 005	25 289,9	21 741	21 984	–29 397
Новолялинский городской округ	14 823	–6 564	3 552	–12 628	1 784	5 181,2	11 673	–9 349
Сосьвинский городской округ	8 669	70 219	–12 546	–24 885,4	–14 107	21 387	74 886	–59 326
Тавдинский городской округ	12 799	4 674	13 965	–8 637	–9 382	14 151	49 370	–34 494
Талицкий городской округ	–5 602	2 639	–3 087	37 049,2	97 723	20 960	80 269	50 598
Туринский городской округ	4 373	21 246	7 307	876	–11 769	17 157	–13 501	–7 127
Волчанский городской округ	–3 456	–12 634	–17 406	–5 285	9 607	–4 153	–5 704	776
Городской округ Пельым	–1 658	992	8 991	2 996,6	–229	–2 003	189	–2 850
Махнёвское муниципальное образование	–	–	–	–	7 078,5	79,2	–139,3	–4 794

Примечание. Составлено по: База данных показателей муниципальных образований Свердловской области (БД ПМО). URL : <http://www.gks.ru/dbscripts/munst/munst65/DbInet.cgi>.

Третья проблема связана с дефицитом информации, касающейся отдельных сторон развития периферийных городских территорий. Отсутствие необходимой информации влияет на качество принимаемых управленческих решений. В настоящее время потребности органов власти в информации в разрезе муниципальных образований удовлетворяются главным образом официальной статистикой (базой данных по муниципальным образованиям – далее БД ПМО). С 2007 по 2015 г. с первоначальных 198 показателей база данных по муниципальным образованиям Свердловской области выросла более чем до 500 показателей. В настоящее время все показатели базы разбиты на 27 блоков, характеризующих социально-экономическое положение муниципального образования. В отдельный блок выделены показатели, утвержденные постановлением Правительства РФ от 17 декабря 2012 г. № 1317 «О мерах по реализации Указа Президента Российской Федерации от 28 апреля 2008 г. № 607 „Об

оценке эффективности деятельности органов местного самоуправления городских округов и муниципальных районов»⁴).

Однако, несмотря на постепенное увеличение количества показателей по муниципальным образованиям, пользователи статистической информации отмечают их недостаточность для характеристики отдельных сторон развития муниципального образования и высказываются за появление новых показателей.

Острота проблемы дефицита информационного обеспечения государственного и муниципального управления не только не снижается, а напротив, растет. О степени ее осознания свидетельствует тот факт, что на протяжении ряда лет Всероссийским съездом муниципальных образований обсуждается вопрос об отсутствии «информации от федеральных органов исполнительной власти: налоговых органов, органов государственного кадастра, пенсионного фонда, фонда занятости»¹, предоставлении официальной статистической отчетности в виде сводной информации и об «отсутствии у органов местного самоуправления законодательно закрепленного права на сбор статистических данных о развитии бизнеса и промышленности на территории муниципальных образований»².

Усугубляет проблему отсутствие в официальной статистике показателей, востребованных органами управления. Опрос, проведенный среди работников региональных и местных органов власти, представителей научного сообщества и частных пользователей статической информации, позволил сделать вывод, что востребованными будут показатели, позволяющие оценить развитие транспортной сферы (пассажиропоток, грузопоток, автобусный, троллейбусный, трамвайный парк); показатели, характеризующие благоустройство территории муниципального образования; информация в разрезе видов экономической деятельности; показатели информатизации и т.д.

Немало нареканий со стороны пользователей вызывает и работа самой БД ПМО. Пользователи статистической информации отмечают наличие проблем при загрузке сайта и/или требуемой информации, а также жалуются на отсутствие графического представления данных в разрезе муниципальных образований и неудобное для работы представление таблиц. Очевидно, что работа БД ПМО на сайте Росстата должна быть усовершенствована – устранены технические неполадки, обновлен интерфейс, найден удобный формат представления выходных данных, не только табличный, но и графический.

Для получения информации об отдельных аспектах развития периферийных городских территорий региона целесообразно проводить со-

¹ *Официальный сайт Ассоциации «Совет муниципальных образований Свердловской области»*. URL : <http://www.smo.midural.ru/main/vazhno/300/217.html>.

² Там же.

циологические опросы населения, анкетирование отдельных категорий граждан, предпринимателей и т. д.

Проблема государственного и муниципального управления периферийными городскими территориями не исчерпываются теми, что выделены авторами. Их перечень обширен и разнообразен. Разработка вариантов их решения представляется интересным направлением научных и практических исследований.

Библиографический список

1. *Анимца Е. Г., Дворякина Е. Б., Силин Я. П.* Местное самоуправление : учеб. пособие. Екатеринбург : Изд-во УрГЭУ, 2006.
2. *Анимца Е. Г., Тертышный А. Т.* Местное самоуправление: история и современность. Екатеринбург : Изд-во УрГЭУ, 1998.
3. *Туровский Р. Ф.* Политическая регионалистика. М. : ГУ ВШЭ, 2006.

Е. А. Николишина, Н. О. Бубенщикова

*Уральский государственный экономический университет
(Екатеринбург)*

Исследование экономической безопасности региона (на примере Свердловской области)¹

Аннотация. Статья посвящена вопросам экономической безопасности региона. Отмечается особая актуальность проблемы ввиду высокой поляризации регионов по уровню социально-экономического развития: деятельность регионов с разным уровнем развития в рыночных отношениях усиливает значение управления защитой собственных экономических интересов от издержек конкурентной борьбы. Дана оценка уровня экономической безопасности Свердловской области за 2010–2014 гг.

Ключевые слова: экономическая безопасность региона; экономический рост; качество жизни; уровень экономической безопасности.

Экономическая безопасность – это экономическая категория, характеризующая такое состояние экономики, при котором обеспечиваются устойчивый экономический рост, оптимальное удовлетворение общественных потребностей, рациональное управление, защита экономических интересов на национальном и международном уровнях [1, с. 45].

Для оценки уровня экономической безопасности учеными нашей страны в настоящее время используются различные методы, которые можно представить в виде пяти групп [2]:

- 1) наблюдение основных макроэкономических показателей и сравнение их с пороговыми значениями;
- 2) метод экспертной оценки для ранжирования территорий по уровню угроз;

¹ Статья написана под научным руководством Н. В. Новиковой.

3) оценка типов экономического роста страны по основным макроэкономическим показателям и динамика их изменения;

4) методы прикладной математики, например многомерного статистического анализа;

5) использование экономических инструментов при оценке последствий угроз безопасности через количественное определение ущерба.

Для оценки уровня экономической безопасности Свердловской области используется первая группа методов, а именно наблюдение основных макроэкономических показателей и сравнение их с пороговыми значениями.

В табл. 1 приведены значения показателей, отражающие уровень экономической безопасности в регионе в сравнении с их пороговыми значениями.

Таблица 1

Расчет уровня экономической безопасности Свердловской области за период 2010–2014 гг.

Показатель	Пороговое значение	2010	2011	2012	2013	2014
Объем валового регионального продукта на душу населения, % от российского	Не менее 100%	92,2	94,5	98,8	99,9	н/д
Отношение инвестиций к валовому региональному продукту, %	Не менее 20%	25,27	25,83	23,68	22,25	22,00
Соотношение средней зарплаты и прожиточного минимума, %	Не менее 300%	357	336	382	379	383
Доля безработных в общей численности трудоспособного населения, %	Не более 7%	8,4	7,2	5,8	5,9	6,4
Индекс потребительских цен, %	Не более 111%	110,0	106,4	107,3	107,0	110,6
Доля в промышленном производстве обрабатывающих производств, %	Не менее 70%	81,7	81,9	84,2	85	85,6
Доля в импорте продуктов питания, %	Не более 30%	5,6	5,9	6,2	5,6	5,0
Доля населения с доходами ниже прожиточного минимума, %	Не более 7%	10,0	10,5	8,5	8,2	8,0
Число зарегистрированных преступлений в расчете на 100 тыс. чел. населения	Не более 5 тыс.	2 241,0	1 798,0	1 659,0	1 603,0	1 490,0

Показатель	Пороговое значение	2010	2011	2012	2013	2014
Разрыв между доходами 10% самых богатых и 10% самых бедных групп населения, раз	Не более 8 раз	18,0	17,1	17,8	17,8	17,0

Примечание. Составлено по данным официальных сайтов Министерства экономики Свердловской области (URL : <http://economy.midural.ru>); Территориального органа Федеральной службы государственной статистики по Свердловской области (URL : <http://sverdl.gks.ru>); Федеральной службы государственной статистики (URL : <http://www.gks.ru>).

Анализ показателей экономической безопасности, сложившихся за период с 2010 г. по 2014 г., показал, что в настоящее время более половины исследуемых показателей (8 из 10) не превышают пороговых значений. Показатель доля безработных в общей численности трудоспособного населения достиг значения ниже порогового в исследуемый период. Три показателя имеют стабильную тенденцию к удалению от порогового значения. Показатель ВРП на душу населения от российского, по итогам 2013 г. находится на грани превышения порогового значения. Показатель «доля населения с доходами ниже прожиточного минимума» превысил пороговое значение, но имеет благоприятную динамику – с 10% в 2010 г. до 8% в 2014 г., или 2 п.п. (пороговое значение не более 7%).

Показатель «разрыв между доходами 10% самых богатых и 10% самых бедных групп населения» не претерпевает значительных изменений, в 2010 г. он составлял 18 раз, в 2014 г. – 17 раз, что превышает пороговое значение (не более 8 раз) более чем в 2 раза.

Таким образом, основными показателями прогноза социально-экономического развития Свердловской области предусматривается: увеличение денежных доходов населения, стабилизация ситуации на рынке труда, рост экономики за счет расширения потребительского и инвестиционного спроса, увеличения промышленного производства и внешне-торгового оборота. Данные тенденции обеспечены реализацией инвестиционных программ, расширением активности банковского сектора, замедлением потребительской инфляции, а также совместной работой органов государственной власти, местного самоуправления и бизнес-сообщества Свердловской области.

Можно выделить основные факторы, которые наибольшим образом влияют на состояние экономической безопасности регионов России.

Прочие внешние факторы:

научно-технический уровень производственного потенциала, моральный физический износ машин и оборудования.

Таблица 2

Основные показатели инновационной деятельности организаций

Показатель	2012	2013	2014
Число инновационно-активных организаций на конец года, единиц	140	129	121
из них занимавшихся инновациями:			
технологическими	119	114	96
маркетинговыми	32	24	25
организационными	55	47	51
Удельный вес инновационно-активных организаций в общем числе обследованных организаций, %	13,3	11,5	11,0
из них занимавшихся инновациями:			
технологическими	11,3	10,2	8,8
маркетинговыми	3,0	2,1	2,3
организационными	5,2	4,2	4,7
Затраты на инновации, млн р.	34 561,3	41 385,3	29 384,8
в том числе на:			
технологические	33 786,5	40 872,9	28 834,8
маркетинговые	33,9	34,7	9,9
организационные	740,9	477,7	540,1
Удельный вес инновационных товаров, работ, услуг в общем объеме отгруженных товаров, выполненных работ, оказанных услуг, %	4,1	6,4	5,9

Примечание. Составлено по данным официальных сайтов Министерства экономики Свердловской области (URL : <http://economy.midural.ru>); Территориального органа Федеральной службы государственной статистики по Свердловской области (URL : <http://sverdl.gks.ru>); Федеральной службы государственной статистики (URL : <http://www.gks.ru>).

Как видно из табл. 2, количество инновационно-активных организаций на 2014 г. сократилось по сравнению с 2012 г. на 19 единиц. Удельный вес инновационных товаров, работ, услуг в общем объеме отгруженных товаров, выполненных работ, оказанных услуг на 2014 г. составил 5,9%, что на 1,8 п.п. больше, чем в 2012 г.;

качество жизни, уровень безработицы, социального обеспечения населения (доходы населения; бедность и неравенство; безработица и использование рабочей силы; динамика демографических процессов; образование и обучение; здоровье, продовольствие и питание; состояние жилища (населенных пунктов), инфраструктура, связь ресурсы и состояние природной среды; культура, социальные связи, семейные ценности; политическая и социальная стабильность (безопасность); политические и гражданские институты (демократия и участие).

Основной составляющей структуры денежных доходов экономически активного населения остается оплата труда.

В 2010–2014 гг. в Свердловской области наблюдалась положительная динамика заработной платы (рис. 1). Пик роста заработной платы пришелся на 2007 г. (129,8%).

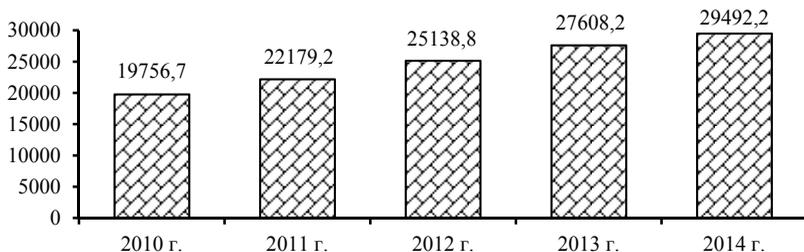


Рис. 1. Динамика среднемесячной заработной платы в Свердловской области¹

Сохранение и развитие человеческого потенциала является основной задачей долгосрочного развития Свердловской области.

В настоящее время на демографическую ситуацию в регионе продолжают оказывать влияние негативные тенденции, заложенные еще в 90-х годах прошлого столетия, характеризующиеся резким спадом рождаемости и ростом числа умерших. В 1991 г. впервые в новейшей истории в Свердловской области численность умерших превзошла число родившихся, с тех пор начался двадцатилетний период естественной убыли населения.

Внутренние инвестиционно-технологические факторы: уровень инновационной и инвестиционной активности. Известно, что без инвестиционных вложений в стратегические сферы и отрасли экономики нельзя обеспечить экономический рост.

Инвестиции в основной капитал (в фактически действовавших ценах) составляли: в 2010 г. – 264,5 млрд р.; в 2011 г. – 333,5 млрд р.; в 2012 г. – 351,6 млрд р.; в 2013 г. – 352,9 млрд р.; в 2014 г. – 370,4 млрд р.

Как видно, инвестиции в основной капитал в 2014 г. составили 370,4 млрд р., или на 140% больше показателя 2010 г., это положительный момент в развитии экономики Свердловской области.

В 2010–2014 гг. в экономику Свердловской области привлечено 1672,9 млрд р. инвестиций в основной капитал, что позволяет ей занимать лидирующие позиции среди других субъектов РФ.

¹ Составлено по данным официальных сайтов Министерства экономики Свердловской области (URL : <http://economy.midural.ru>); Территориального органа Федеральной службы государственной статистики по Свердловской области (URL : <http://sverdl.gks.ru>); Федеральной службы государственной статистики (URL : <http://www.gks.ru>).

Внешние рыночные факторы: конкурентоспособность продукции, товаров и услуг.

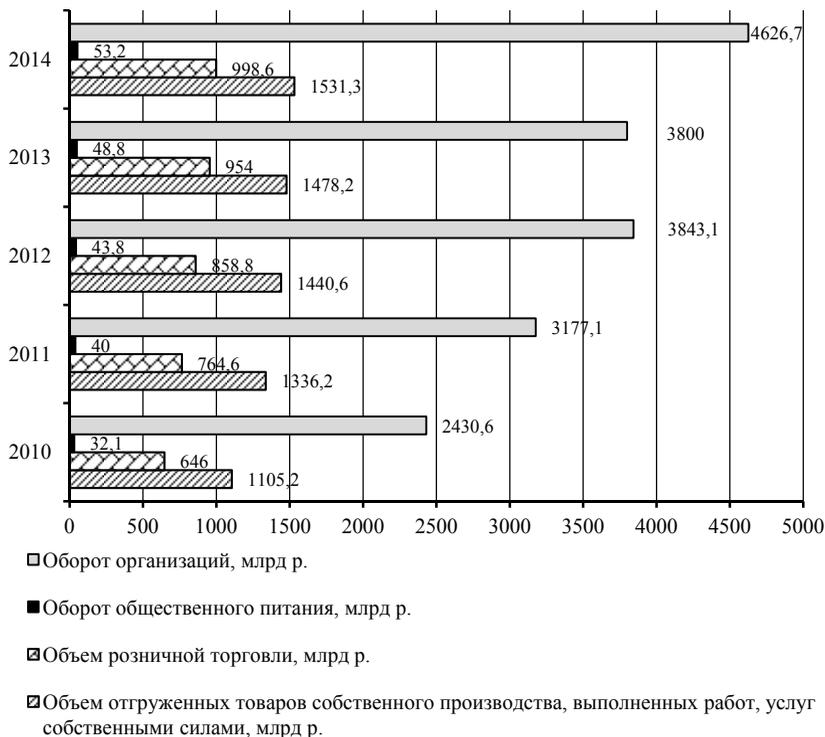


Рис. 2. Показатель оборота торговли Свердловской области за 2010–2014 гг.¹

Как видно из рис. 2, оборот розничной торговли в 2014 г. составил 998,60 млрд р., или на 155% больше показателя 2010 г., оборот общественного питания также увеличился и составил 53,2 млрд р., или 166%.

Среди отрицательных факторов, которые оказывают влияние на развитие экономики Свердловской области, отмечается нестабильность ситуации на мировых финансовых рынках, сохраняющиеся риски дальнейшего развития негативных процессов в мировой экономике на фоне проблем в Еврозоне, рост цен на энергоносители и грузоперевозки.

В результате анализа выявлено: в Свердловской области имеются благоприятные условия для снижения угроз социально-экономической

¹ Составлено по данным официальных сайтов Министерства экономики Свердловской области (URL : <http://economy.midural.ru>); Территориального органа Федеральной службы государственной статистики по Свердловской области (URL : <http://sverdl.gks.ru>); Федеральной службы государственной статистики (URL : <http://www.gks.ru>).

стабильности общества, а следовательно, укрепления экономической безопасности в регионе. Проведение эффективной политики социально-экономического развития региона направлено на динамичное развитие экономики путем внедрения инновационных технологий, создания высокотехнологичных рабочих мест, повышения экономической активности населения.

К приоритетным направлениям обеспечения экономической безопасности Свердловской области в условиях нестабильной экономики следует отнести:

1) создание условий для устойчивого развития экономики региона:
внедрение энергосберегающих технологий и организация устойчивых рынков сбыта;

развитие инновационных технологий с целью снижения зависимости от конъюнктуры мирового рынка;

поддержка инновационного предпринимательства, предприятий, ориентированных на выпуск импортозамещающей и экспортной продукции;

2) обеспечение нормального функционирования народного хозяйства области в условиях дестабилизации, вызванной политическими и экономическими причинами;

3) развитие социальной инфраструктуры, поскольку современный экономический рост предъявляет высокие требования к человеческому фактору.

В связи со сложившейся ситуацией в Свердловской области во избежание ухудшения состояния региона, а именно перехода в кризисное состояние целесообразно применение методов экономического регулирования регионального развития, а также поддержка стабильного уровня качества жизни населения на кризисный и посткризисный периоды.

Библиографический список

1. *Вечканов Г. С.* Экономическая безопасность : учебник для вузов. СПб. : Питер, 2007.

2. *Новикова И. В.* Индикаторы экономической безопасности региона // Вестник Томского государственного университета. 2010. № 330.

Л. Г. Протасова

Уральский государственный экономический университет

(Екатеринбург)

Технологии управления качеством для органов местного самоуправления

Аннотация. В работе предложены элементы совершенствования системы государственного управления на базе принципов всеобщего управления каче-

ством. Проанализирована нормативно-правовая база деятельности органов управления и основные направления модернизации системы управления по литературным данным. Обобщены требования стандартов серии ИСО 9000 версии 2015 г. по реализации принципов ориентации на потребителей и лидерства руководства применительно к органам власти. Проведен анализ сайта администрации Чкаловского района г. Екатеринбурга по функциям фактической миссии администрации и предлагаемой миссии в соответствии с теорией всеобщего управления качеством. Изучена структура организации, и предложены рекомендации по совершенствованию структуры управления. Разработана матрица ответственности по процессам жизнеобеспечения населения района, распределены ответственность и полномочия руководителей администрации по указанным процессам, что позволит повысить эффективность и результативность их деятельности, а также обеспечит реализацию миссии, направленной на повышение качества жизни населения района города Екатеринбурга.

Ключевые слова: всеобщее управление качеством; принципы; инструменты; матрица ответственности.

Источник экономических проблем в России связан с низким качеством менеджмента: на уровне отдельной организации, муниципального образования, региона и т.п. В связи с этим данная тематика актуальна. Деятельность органов государственного управления на уровне регионов и муниципальных образований регламентирована в нормативных документах¹. Основные направления модернизации системы государственного управления на уровне регионов и муниципальных образований широко обсуждаются в печати. В частности, выделяются такие направления, как государственное администрирование [2] и администрирование доходов [3], а также разработка показателей результативности деятельности с учетом политических, экономических и социальных последствий [1].

Основными причинами низкого качества менеджмента являются: персонал (низкая компетентность управленческих кадров), технологии управления (использование технологий традиционного менеджмента), внешняя среда (постоянные изменения нормативно-правовой базы в сфере управления в стране). Предполагается предложить корректирующие и предупреждающие действия по устранению указанных выше причин для повышения качества управления органов власти в России.

Опыт развития экономики России в последние 20 лет показал, что традиционный менеджмент в условиях конкуренции работает плохо.

¹ *Об общих принципах организации местного самоуправления в Российской Федерации* : федер. закон от 6 октября 2003 г. № 131-ФЗ; *Об обеспечении доступа к информации о деятельности государственных органов и органов местного самоуправления* : федер. закон от 9 февраля 2009 г. № 8-ФЗ; *О реализации норм Федерального закона от 9 февраля 2009 г. № 8-ФЗ «Об обеспечении доступа к информации о деятельности государственных органов и органов местного самоуправления»* : постановление Главы Екатеринбурга (приложения); *Устав муниципального образования «город Екатеринбург»* (ред. от 22 сентября 2015 г. № 32/38); *Об утверждении положения об администрации района города Екатеринбурга* : решение Екатеринбургской городской Думы от 9 июня 2009 г. № 15/6.

Эффективно работает в этих условиях новая модель менеджмента – всеобщее управление качеством.

Новизна исследования заключается в использовании технологий всеобщего управления качеством, применении инструментов управления качеством с целью повышения компетентности руководства и результативности деятельности органов управления. В стандарте ГОСТ Р ИСО 9000-2015 [5] закреплены следующие основные принципы: ориентация на потребителей, лидерство, взаимодействие работников, процессный подход, улучшение принятия решений, основанное на свидетельствах, менеджмент взаимоотношений. В частности, обоснованием реализации принципа ориентации на потребителей является то, что устойчивый успех достигается тогда, когда организация завоевывает и сохраняет доверие потребителей и других заинтересованных сторон.

Принцип лидерства также актуален для органов власти. Лидеры на всех уровнях организации обеспечивают единство цели и направления деятельности организации и создают условия, в которых работники взаимодействуют для достижения целей организации в области качества, для разработки и доведения миссии, видения, целей, политики и стратегии до работников организации, создание атмосферы доверия и честности, поощрение приверженности всей организации качеству. Лидеры всех уровней должны быть положительным примером для работников организации.

В результате опыта общения с государственными и муниципальными служащими на курсах повышения квалификации выявлена необходимость совершенствования менеджмента в органах управления. Посредством мозгового штурма установлено, что работники администраций районов Свердловской области не вполне понимают цель и миссию своей деятельности.

Поскольку в России изменились социально-экономические условия, необходимы новые подходы к управлению организацией, в том числе в сфере оказания государственных и муниципальных услуг.

Был проведен анализ качества менеджмента, базирующийся на результатах просмотра сайтов организаций Уральского региона. Остановимся на анализе сайта администрации Чкаловского района г. Екатеринбурга. Ниже приведены фактическая миссия администрации и предлагаемая миссия в соответствии с теорией всеобщего управления качеством.

Миссия администрации района	Новая миссия администрации района
Деятельность по решению вопросов местного значения на территории района	Повышение качества жизни населения района

Видно, что заявленная миссия размыта, неконкретна, не направлена на удовлетворенность потребителя, не способствует вовлечению персо-

нала администрации, не повышает имидж органов власти. Напротив, новая миссия устраняет указанные недостатки и нацелена на результат.

Исследование системы менеджмента администрации района включает анализ организационной структуры, перечня бизнес-процессов, распределения полномочий и ответственности в организациях.

Организационная структура администрации включает: главу администрации, шесть заместителей, 22 начальника отделов. В табл. 1 приведены функции администрации. Обращает внимание на себя тот факт, что в основном администрация участвует в тех или иных мероприятиях жизнеобеспечения населения района, что согласуется со старой миссией, но недопустимо при переходе к новой миссии. В новых условиях необходимо реализовывать основные функции менеджмента: планирование, организацию, контроль соответствующих мероприятий, координацию и мотивацию персонала администрации по их исполнению, а это требует распределения полномочий и ответственности в организации.

Т а б л и ц а 1

Анализ функций администрации района

Функции администрации района	Функции администрации района	Новые функции администрации
1 – участвует в организации на территории района электро-, тепло-, газо- и водоснабжения населения, водоотведения, снабжения населения топливом	7 – участвует в организации предоставления общедоступного и бесплатного начального общего, основного общего, среднего (полного) общего образования по основным общеобразовательным программам и организации предоставления дополнительного образования и общедоступного бесплатного дошкольного образования на территории района, а также организации отдыха детей во время каникул	Планирование
2 – содействует организации оказания на территории района первичной медико-санитарной помощи в амбулаторно-поликлинических, стационарно-поликлинических и больничных учреждениях, скорой медицинской помощи (за исключением санитарно-авиационной), медицинской помощи женщинам в период беременности, во время и после родов	8 – участвует в создании условий для организации досуга и обеспечения жителей услугами организаций культуры на территории района; – участвует в создании условий для массового отдыха жителей и организует обустройство мест массового отдыха населения на территории района	Организация

Функции администрации района	Функции администрации района	Новые функции администрации
3 – участвует в организации содержания и ремонта автомобильных дорог общего пользования, мостов и иных транспортных инженерных сооружений на территории района, за исключением автомобильных дорог общего пользования, мостов и иных транспортных инженерных сооружений федерального и регионального значения	9 – участвует в создании условий для предоставления транспортных услуг населению и организации транспортного обслуживания населения на территории района	Контроль
4 – участвует в создании условий для обеспечения жителей услугами связи, общественного питания, торговли и бытового обслуживания на территории района	10 – участвует в реализации полномочий органов местного самоуправления в сфере землепользования в пределах, установленных правовыми актами Главы Екатеринбурга	Координация
5 – участвует в организации благоустройства и озеленения территории района; – участвует в организации освещения улиц и установке указателей с названиями улиц и номерами домов на территории района	11 – участвует в предупреждении и ликвидации последствий чрезвычайных ситуаций на территории района; – участвует в обеспечении первичных мер пожарной безопасности на территории района	Мотивация
6 – участвует в обеспечении условий для развития на территории района физической культуры и массового спорта, организации проведения официальных физкультурно-оздоровительных и спортивных мероприятий района		

Для этого воспользуемся матричной диаграммой – инструментом управления качеством. В матрице ответственности определены основные процессы по жизнеобеспечению населения района, ответственные, исполнители и участники – руководители из организационной структуры администрации, где О – ответственный, И – исполнитель, У – участник (табл. 2).

Видно, что основные процессы жизнеобеспечения существуют для того, чтобы удовлетворять нужды населения района. Процессы полезны, если они добавляют ценность для потребителей общества [4]. Приведенные в табл. 2 процессы отвечают этим требованиям.

Матрица ответственности обеспечит управление организацией как системой взаимосвязанных процессов, что повысит эффективность и результативность деятельности, снимет барьеры между отделами. Административные служащие, которые работают внутри системы, должны четко знать свои обязанности, вносить свой вклад в улучшение деятельности.

Таблица 2

Матрица ответственности администрации района

Процессы жизнеобеспечения	Матрица ответственности администрации района													
	Заместитель по ЖКХ 1	Заместитель по социальным вопросам 2	Заместитель по экономике и строительству 3	Заместитель по потребительскому рынку 4	Заместитель по благо-устройству 5	Начальник отдела по физкультуре и спорту 6	Начальник отдела образования 7	Начальник отдела культуры и спорта 8	Начальник отдела благоустройства и транспорта 9	Начальник отдела земельных отношений и строительства 10	Начальник отдела по потребительскому рынку 4	Начальник отдела экономики 3	Начальник отдела ЖКХ 1	Начальник отдела гражданской защиты 11
Электро-газо,-тепло,-водо-снабжение	О	У	У									У	И	У
Образование		О				У	И	У						
Торговля, общественное питание, бытовые услуги				О							И			
Дороги	У		О		У		У			И				
Общественный порядок и безопасность		О			У				У					И
Культура и спорт		О			У	И	У	И				У		
Благоустройство территории	У	У	У	У	О				И	У				
Транспорт		У	У						И,О	У				
Земельное использование			У							И,О		У		
Финансовые ресурсы	У	У	О									И		
Здоровье		О,И								У				У

Использование матричной диаграммы инструмента управления качеством позволит также оптимизировать численность персонала администрации. Например, можно порекомендовать объединить отделы по потребительскому рынку и бытовому обслуживанию, отдел культуры с отделом по физической культуре и спорту, отдел инспекционного контроля коммунальной энергетики и развития жилищного и коммунального хозяйства преобразовать в отдел ЖКХ, так как он является исполнителем основного процесса жизнеобеспечения. Отделы кадровой и муниципальной службы, материально-технического обеспечения, организационной и контрольной работы, по работе с отдаленными территориями и др. необходимо наделить полномочиями и ответственностью.

Следующим шагом должно быть описание процессов с характеристикой конкретных входов и поставщиков, выходов и потребителей процессов, ресурсов и управления. Характеристика и анализ ресурсов администрации района нуждаются в дополнительном исследовании. Управление процессами осуществляется в соответствии с нормативными документами.

В настоящее время проводится административная реформа с разработкой административных регламентов по государственным и муниципальным услугам. Однако результаты этой реформы показывают, что акцент перенесен с жизнеобеспечивающих процессов на вспомогательные процессы, а именно, информирование населения и оказание консультационных услуг и их регламентацию, что не обеспечит достижение новой миссии администрации.

Таким образом, повысить эффективность и результативность деятельности органов управления можно за счет применения инструментов управления качеством, например матрицы ответственности, а также обучения руководителей высшего и среднего звена всеобщему управлению качеством в высших образовательных учреждениях, на курсах повышения квалификации. Однако опыт работы показывает, что заместители руководителей и начальники отделов обучаются в другой образовательной системе.

Тем не менее необходимо обучить руководство администрации методам разработки миссии, стратегии развития района, а также повысить квалификацию высшего руководства и персонала в практическом применении принципов, концепции, технологий всеобщего менеджмента качества в части использования системного и процессного подходов в соответствии со стандартами ГОСТ Р ИСО 9001-2015 [6].

В результате повышения квалификации руководства произойдет переориентация администрации на повышение качества жизни населения и достижение устойчивого развития, улучшение корпоративной культу-

ры, повышение эффективности и результативности деятельности администрации, повышение конкурентоспособности района.

Библиографический список

1. *Гусева Н. М.* Роль администрирования доходных источников федерального бюджета, закрепленных за Росфиннадзором, в управлении обществом и финансовой системе РФ // *Известия УрГЭУ.* 2013. № 2.
2. *Гусева Н. М.* Роль государственного администрирования в управлении обществом // *Известия УрГЭУ.* 2011. № 6.
3. *Гусева Н. М.* Совершенствование исполнения государственной функции администрирования доходов федерального бюджета // *Известия УрГЭУ.* 2012. № 1.
4. *Протасова Л. Г., Плиска О. В.* Управление качеством в сфере услуг. Екатеринбург : Изд-во УрГЭУ, 2010.
5. *Системы менеджмента качества. Основные положения и словарь. 9000:2015 /* Федеральный информационный фонд технических регламентов и стандартов. М. : Стандартинформ, 2015.
6. *Системы менеджмента качества. Требования /* Федеральный информационный фонд технических регламентов и стандартов. М. : Стандартинформ, 2015.

К. Сивокос

*Уральский государственный экономический университет
(Екатеринбург)*

Методика создания региональных рекламных кампаний в «Яндекс.Директ» как эффективного инструмента инновационного развития отношений с заинтересованными сторонами

Аннотация. В статье изложена методика создания рекламных объявлений для размещения в системе контекстной рекламы «Яндекс.Директ». Методика предназначена в основном для компаний – представителей малого и среднего бизнеса, так как подразумевает расходы в рамках ограниченного бюджета, и нацелена на одну из важнейших заинтересованных сторон – потенциальных клиентов компании. Особенность методики заключается в детальных рекомендациях по различному геотаргетингу кампаний. Для каждого варианта подобран корректный геотаргетинг и примерный пул релевантных запросов – как географических, так и транзакционных без привязки к местоположению компании или ее продукции.

Ключевые слова: маркетинг; реклама; интернет; директ; заинтересованная сторона; стейкхолдер.

В Уральском федеральном округе в целом и Свердловской области в частности интернет-маркетинг в последние пять лет развивается особенно динамично. По данным журнала «Outdoor», «доля Свердловской области составила 46%, затем идут Челябинская (25%) и Тюменская (16%) области. По объемам вкладываемых в контекстную рекламу средств продолжают лидировать финансовые организации. Их доля в рекламном бюджете на Урале составила 10,3% (в 2014 г. – 5,5%). Вто-

рое место у категории „Авто“ – более 8,5%. Чтобы привлечь внимание к своим брендам, автоконцерны и автосалоны увеличили вложения в рекламу»¹.

Несмотря на общее падение доли рекламных расходов среди большинства рекламодателей в конце 2014 г. и первом полугодии 2015 г., контекстная реклама является единственным каналом, продолжающим расти.

Как сообщает портал Roem.ru, в России «рынок интернет-рекламы в I квартале вырос на 9%. Это происходит на фоне падения рекламного рынка, который сократился на 19%, до 62,3 млрд р. В контекстной рекламе рекламодатели напротив выросли: сегмент прибавил 16%, поднявшись до 15,3 млрд р. Из-за этого в первом квартале 2015 г. доли бюджетов рекламодателей поднялись с 22% до 29% по сравнению с первым кварталом 2014 г. Самыми крупными игроками остаются „Яндекс“ и Google. Рекламный рынок начал падать в IV квартале прошлого года, и уже тогда контекстная реклама, прибавив 25%, стала единственным растущим сегментом»².

Наряду с однозначно положительным трендом роста рекламодателей в контекстной рекламе, хотелось бы подчеркнуть уникальность этого канала с точки зрения дифференцированного подхода к рекламодателям с кошельком самой разной толщины. Эффективно продвигать свои товары и услуги посредством контекста могут как крупные компании, так и представители малого и среднего бизнеса.

Одним из важнейших факторов корректной работы рекламной кампании в «Яндекс.Директе», а следовательно, и эффективности продаж являются верные настройки рекламных объявлений, в том числе, геотаргетинга кампании³.

«Правильно укажите регионы, в которых будут показываться объявления. Такая возможность называется геотаргетингом. Только имейте в виду, что неправильное использование геотаргетинга может лишить вас нужной аудитории. Например, если вы продаете квартиры в Москве, не стоит показывать рекламу только москвичам. Квартиры в Москве покупают и жители других городов», указано в «Яндекс.Помощь: Директ»⁴.

Что же такое корректный геотаргетинг, и как в «Директе» платить деньги только за то, что принесет прибыль?

¹ *Интернет-журнал Outdoor*. URL : http://www.outdoor.ru/news/sverdlovsk_region_ranked_first_in_terms_of_online_advertising/?month=08&year=2015.

² *Интернет-портал Roem.ru*. URL: <https://roem.ru/16-04-2015/192553/context-up>.

³ *Система контекстной рекламы «Яндекс.Директ»*. URL : <https://direct.yandex.ru/registered/main.pl?cmd=showSearchPage>.

⁴ *Свод знаний «Яндекс.Помощь: Директ»*. URL: <https://yandex.ru/support/direct>.

Обычно у представителей малого и среднего бизнеса в зависимости от их размера и специфики производства могут стоять в различных вариациях следующие задачи:

продвижение предприятия, расположенного в регионе и желающего рекламироваться внутри региона;

продвижение предприятия, расположенного в регионе и желающего рекламировать услуги, предоставляемые как внутри, так и вне региона;

продвижение предприятия, расположенного в регионе и желающего рекламировать услуги, предоставляемые вне региона.

На чем будут основаны различия настройки географического таргетинга и подбора запросов в каждом из трех случаев? Разберем по порядку.

Продвижение предприятия, расположенного в регионе и желающего рекламироваться внутри региона. Предположим, единственный офис компании, занимающейся малоэтажным строительством, расположен в Екатеринбурге. Услуги же свои организация оказывает по Екатеринбургу и Свердловской области. В данном случае самым верным геотаргетингом будет настройка «Регион показа: Екатеринбург и Свердловская область». Самым верным пулом запросов будут две категории:

самые точные – с геопроставкой – «построить дом Екатеринбург», «строительство бань область», «коттедж под ключ Екатеринбург»;

более широкие транзакционные – с «продающими» приставками – «построить дом недорого», «строительство бань дешево» и т.д.

Продвижение предприятия, расположенного в регионе и желающего рекламировать услуги, предоставляемые как внутри, так и вне региона. Здесь важно определиться: насколько вне региона? Планируется ли реклама на столичные площадки, стоимость запросов по популярным темам на которых бывает слишком дорога для не крупного игрока? Если все-таки рекламодателю (например, интернет-магазину радар-детекторов) интересен рынок всей России, то самой верной архитектурой аккаунта в плане геотаргетинга будет следующая:

регион показа: Россия (кроме – Москва и область; Санкт-Петербург и область). Для этого региона подойдут довольно широкие, но все же продающие запросы из 2–3 слов: «купить радар-детектор», «заказ антирадаров» и т.д.;

регион показа: Москва и область. Для этого дорогого региона лучше подойдут также транзакционные запросы, однако из-за их высокой стоимости следует обращать внимание на частотность – на первое время лучше использовать среднечастотные запросы до 1 000 показов из 3 и более слов: «радар-детектор 2015 цены», «какой купить радар-детектор», «антирадар купить недорого цена» и др.;

регион показа: Санкт-Петербург и область. Для данного региона актуальны те же рекомендации, что и для Москвы.

Продвижение предприятия, расположенного в регионе и желающего рекламировать услуги, предоставляемые вне региона. Например, агентство, расположенное в Екатеринбурге и занимающееся переездами из ХМАО в Екатеринбург и Свердловскую область, хочет предложить свои услуги жителям ХМАО. В этом случае необходим геотаргетинг «Регион показа: Ханты-Мансийский автономный округ». Запросы же могут использоваться двух типов (в зависимости от частоты показов):

широкие продающие – «помощь в переездах», «услуги переездов», «организация переездов»;

запросы с геопроставками – «переезды Екатеринбург», «переехать Екатеринбург», «переезды Свердловская область».

При этом крайне важно при рекламировании своего продукта, находящегося в Екатеринбурге, на другой регион указывать в тексте каждого объявления, что услуга предоставляется или связана с Екатеринбургом и областью. Иначе клиент может понять объявление неверно, и заплаченная за клик цена потратится впустую.

Созданные таким образом с учетом всех тонкостей настройки региона показа и подбора запросов рекламные кампании в «Яндекс.Директе» могут помочь бизнесу любого размера привлечь целевого стейкхолдера по вполне приемлемой цене конверсии.

Д. А. Суворов, А. И. Леонтьев

*Уральский государственный экономический университет
(Екатеринбург)*

Развитие малых и средних городов

Аннотация. В статье ставится наиболее значимый вопрос, который волнует не только население, но и органы местного самоуправления: как должны развиваться малые и средние города? Анализируется современное положение малых и средних городов. Выявляются основные проблемы, и предлагается концепция дальнейшего развития городов за счет современных информационных технологий. Сделаны рекомендации по достижению перехода малых и средних городов к информационным технологиям.

Ключевые слова: малый город; средний город; развитие города; современные информационные технологии.

Во всем мире малые и средние города являются хранителями культурного наследия и национальной оригинальности, их основные черты – неповторимость и колоритность. Именно они должны быть каркасом системы расселения развитого государства.

В России из 15 тысяч действующих муниципальных образований малые и средние города составляют подавляющее большинство, в них

проживают почти 40 млн человек, в связи с чем можно сказать, что на сегодня очень актуальны вопросы: по какому пути должны развиваться провинциальные города и какие проблемы в их развитии существуют?

Для определения путей развития, необходимо для начала разобраться с существующими проблемами. Основными проблемами малых и средних городов РФ являются [6]:

1) ограниченность экономической базы и невыгодные конкурентные позиции в привлечении квалифицированных кадров и инвестиций;

2) технологическая отсталость большинства промышленных предприятий, высокий уровень износа основных фондов, недостаток мест приложения труда и рост безработицы;

3) крайне неблагоприятная демографическая ситуация – миграция молодежи в более крупные города, естественная убыль населения, низкий уровень развития здравоохранения;

4) недостаточный уровень развития социально-культурной сферы и низкий уровень развития инженерно-инфраструктурных объектов;

5) наличие городских поселений с преобладанием одной отрасли промышленности, что означает полную зависимость поселения от градообразующего предприятия (моногорода).

Примерами могут служить такие города, как Ревда и Дегтярск в Свердловской области. Это типичные малые города с градообразующим промышленным предприятием, где работает большая часть трудоспособного населения. В малых городах практически отсутствуют организации и учреждения в форме юридических лиц [7].

В настоящее время все учреждения и фирмы в этих городах являются филиалами. Учреждения государственного и муниципального управления закрыты с 2013 г. Как следствие, для решения своих жилищно-коммунальных проблем жителям необходимо поехать в Екатеринбург или Первоуральск, который имеет статус среднего города России, в нем проживает около 120 тыс. человек [7].

Для решения проблем, связанных с освещением, жители едут в Екатеринбург, для решения проблем газобеспечения – в Первоуральск.

Многие жители не только не могут правильно назвать федеральные и региональные государственные органы управления, но и не знают, где их искать из-за нового их месторасположения.

Кроме того, возникают большие проблемы с захоронением своих близких и оформлением соответствующих документов [7].

К настоящему времени сформировались три группы факторов, оказывающих влияние на выбор направления развития малых и средних городов, указанных на рис. 1.



Рис. 1. Факторы, оказывающие влияние на направление развития малых и средних городов¹

Приведем в качестве примера следующие города. Азов – небольшой город на юге страны, где доля трудоспособного населения от общего количества примерно 60%, т.е. 50 тыс. человек из 80 тыс. Советская гавань – город в Хабаровском крае, имеет численность населения чуть больше 25 тыс. человек, практически все являются трудоспособными и занятыми в производстве [1; 2]. Эти два города не имеют схожих черт по названным выше факторам, следовательно, и пути развития у них будут различны [1]. Значит, у каждого города индивидуальный путь развития, но при этом они должны придерживаться основных аспектов развития, представленных на рис. 2.



Рис. 2. Основные аспекты развития²

Все аспекты ориентации должны быть взаимосвязаны, ведь в настоящее время малым и средним городам следует расширять набор выполняемых функций, что станет залогом успеха в условиях современных рыночных отношений [10].

Поподробнее хотелось бы остановиться на потребностях людей. Удовлетворение потребностей населения лежит в основе решения существующих проблем и развития средних и малых городов: общество формирует спрос на ту или иную деятельность в черте города [3].

Следовательно, необходима постоянная взаимосвязь между правительством и гражданами. Если посмотреть на данный аспект глобально, то взаимосвязь должна существовать между городами, регионами и странами, так как это поможет осуществлять деятельность по развитию малых и средних городов наиболее качественно. Достичь поставленной це-

¹ Составлено по: [3, 6].

² Составлено по: [6, 10].

ли можно за счет современных технологий и возможностей, доступность которых с каждым днем все возрастает, что значительно улучшит положение малых и средних городов. Современные технологии обеспечивают города такими возможностями [8]:

ускорение информационного обмена, а также консолидации усилий различных сил и сторон в данной сфере;

организация ежегодных международных конференций по устойчивому развитию малых и средних городов с вовлечением представителей региональных и местных органов управления;

организация тематических смотров-конкурсов среди малых городов, возрождение культурных традиций, развитие туризма, экологии, благоустройства и т.д.;

систематический обмен информацией в части разработки градостроительной и нормативной документации, современных методик разработки градостроительных проектов и социально-экономических программ с использованием интернет-ресурсов, действующих сайтов межгосударственных программ и проектов с выделением специальной тематической части и созданием в будущем специального сайта в рамках нового проекта межгосударственного сотрудничества;

способность привлекать внимание более широкого круга людей к проблемам развития малых и средних городов на современном этапе с помощью СМИ.

Исходя из этого, можно сказать, что современные технологии должны помочь в достижении поставленных задач по развитию городов. В связи с этим государственные и местные органы власти ведут активную политику в области внедрения информационных технологий не только для более эффективного управления, но и для повышения открытости доступа к информации и услугам для населения [9].

На данный момент достаточно обычным является наличие у какого-либо города странички в социальной сети. На этих страничках люди могут узнавать актуальную информацию и обсуждать ее. Целесообразно активное освоение социальных сетей депутатами и мерами городов, для того чтобы облегчить и приблизить процесс общения с населением.

Кроме того, различным государственным организациям нужны сайты с простым и понятным оформлением. Эти меры существенно повышают эффективность развития. Например, по данным информационно-поисковой системы «Рамблер», с 2000 г. и по сей день интернет-сервер Администрации Смоленской области в рейтинге интернет-серверов органов исполнительной власти субъектов РФ по числу посещений находится на 3–5-м месте [4]. Такое высокое место обусловлено насыщенностью сайта актуальной информацией о социально-экономическом положении Смоленской области, его истории и культуре, новостями.

На официальном сайте Администрации области для открытого доступа граждан размещена информационно-правовая система «Законодательство Смоленской области», которая содержит правовые акты, издаваемые органами государственной власти и органами местного самоуправления Смоленской области (свыше 50 тыс. документов) [1].

Администрация Смоленской области на деле воплощает в жизнь принцип открытости своей деятельности. В частности, на официальном интернет-сервере еженедельно обновляется информация о расходовании средств областного бюджета, ежедневно – о происшествиях и чрезвычайных ситуациях, происшедших на территории области за сутки.

Организована работа интернет-приемной Администрации Смоленской области. Любой гражданин может направить свой вопрос Администрации, заполнив электронную форму на сайте.

Ежедневно все поступившие от граждан вопросы независимо от сложности и формы описания направляются для подготовки развернутых и полных ответов в соответствующие органы исполнительной власти Смоленской области.

Продолжается внедрение информационно-коммуникационных технологий в системе электронного делопроизводства рабочих мест госслужащих в Администрации области. Организован контроль исполнения поручений, пересылка постановлений и распоряжений в электронном виде. За счет этого обеспечена экономия бумаги, повысилась оперативность и качество исполнения поручений [5; 8].

Таким образом, можно сделать вывод, что на современном этапе развитие малых и средних городов является процессом сложным и кропотливым, в связи с чем для его большей эффективности необходимо идти в ногу со временем и использовать все доступные современные технологии, чтобы обеспечить большую отдачу при минимальных затратах.

Библиографический список

1. Ассоциация малых и средних городов России. URL : <http://www.amsg.ru>.
2. Википедия. URL : <https://ru.wikipedia.org>.
3. Гороховицкая Ю. О., Тойшева О. А. Развитие инновационной деятельности промышленных предприятий в малых и средних городах // Концепт. 2014. № 4.
4. Информационные технологии в региональном управлении. URL : <http://www.smol-soc.ru>.
5. Митрофанов Е. П. Инновационный проект как основа устойчивого развития информационно-коммуникационных технологий региона // Вестник Чувашского университета. 2009. № 4.
6. Проблемы и перспективы развития малых городов России. URL : <http://mmj.ru>.
7. Резер Т. М., Сарычев А. М. Особенности развития малого и среднего города в Свердловской области // Вопросы государственного и муниципального управления. 2013. № 1.
8. Ускова Т. В. Информационные технологии в региональном управлении // Проблемы развития территории. 2005. № 29.

9. Хабибуллин Р. И. Формирование электронных услуг в контексте социально-экономического развития // Вестник Забайкальского государственного университета. 2011. № 6.

10. Языкова П. В. Социально-экономический аспект развития потенциала геобрендинга малых и средних городов // Социально-экономические явления и процессы. 2011. № 10.

Д. И. Тарасова

*Уральский государственный экономический университет
(Екатеринбург)*

Особенности регионального рынка услуг аэропортов и перспективы развития аэропорта «Кольцово» как международного транспортного хаба

Аннотация. В статье представлены особенности регионального рынка аэропортовых услуг с точки зрения выгодного географического расположения и быстро развивающейся экономической базы. Создание системы авиатранспортных узлов позволит консолидировать потоки и значительно снизить протяженность и стоимость транзитных перевозок. Наличие аэропорта-хаба в регионе выгодно для всех заинтересованных сторон (государства, аэропорта, авиакомпаний, пассажиров).

Ключевые слова: аэропортовые услуги; аэропорт-хаб; государство; социально-экономическое положение Урала; геополитика; транспортный узел; «Кольцово».

Уральский регион занимает достаточно весомые позиции в Российской Федерации. Хозяйственный комплекс Урала в формате федерального округа характеризует явно выраженная сырьевая специализация.

Социально-экономическое и геополитическое положение Урала по многим составляющим определяет промышленный, оборонный, ресурсный и научный потенциалы России, задает направление роста и формирует единое экономическое пространство страны [4]. В масштабах России Уральский регион занимает первое место и по производству цветных металлов. На долю уральской металлургии приходится 52% чугуна, 56% стали и более 52% проката черных металлов от объемов, производимых в масштабах бывшего СССР [3].

УрФО характеризует и его транзитное расположение на стыке хозяйственных интересов и формирующихся в результате этого крупных потоков товаров, сырья и людей, что привело к мощному развитию магистральной технически передовой транспортной инфраструктуры по направлениям восток – запад и север – юг [4, с. 104]. Екатеринбург обладает уникальным географическим положением, позволяющим сократить протяженность транзитных воздушных линий между Европой и странами Юго-Восточной Азии на 12,5–13,6% по сравнению с аэропортами Ближнего Востока. По этому показателю положение Екатеринбурга сопоста-

вимо с географическими характеристиками Москвы, однако если для московских аэропортов дальность восточных направлений в среднем превышает протяженность западных линий в 3,1 раза, то для «Кольцово» это различие только в 1,6 раза [1]. Менее выраженная неравномерность предъявляет менее жесткие требования к частотности выполнения рейсов для обеспечения их стыкуемости.

УрФО расположен в фокусе трех топливно-энергетических комплексов мирового значения: Западной Сибири, включая шельф Карского моря; Тимано-Печерской провинции и далее шельфа Баренцева моря; Каспийского региона и Западного Казахстана. В силу близости и огромного накопленного опыта промышленному комплексу Урала (прежде всего тяжелому машиностроению и добывающей промышленности) в интеграции с академической (УрО РАН), отраслевой (особенно оборонной) и вузовской наукой может быть уготована приоритетная роль в освоении названных регионов [4, с. 104]. Именно на Урале можно обнаружить зону соприкосновения геополитических интересов Севера и Юга страны.

Размеры территории страны, недостаточное развитие наземных транспортных коммуникаций, особенно в районах Севера, Дальнего Востока и Сибири, указывают на необходимость обеспечения устойчивого авиационного сообщения с этими регионами. Данное обеспечение должно быть подкреплено соответствующим эффективным и безопасным функционированием сети аэропортов [4].

Одной из важных черт современного развития российских аэропортов является крайне неравномерное распределение пассажиропотока, его концентрация в крупных авиационных узлах. Из 383 аэропортов России шесть занимают долю в 58,1%, при этом на Московский авиационный узел приходится 45,7%. Эти данные свидетельствуют о стагнации региональных и местных авиаперевозок. В первую очередь это обусловлено разрушением и неразвитостью межрегиональных и внутрирегиональных авиационных связей и логистики межрегиональных и внутрорегиональных авиакомпаний сталкиваются с дополнительными издержками из-за потери экономии на выстраивании эффективных маршрутных сетей и вместе с тем несут потери, которые связаны с недополученными доходами от обслуживания трансферных пассажиров. Также аэропорты несут потери, связанные с недополученными доходами от обслуживания как авиакомпаний, так и трансферных пассажиров. В целом национальная экономика несет потери от неиспользования транзитно-трансферного потенциала, недостаточной мобильности людей и товаров [2, с. 11].

Выполнение прямых рейсов между большей частью городов убыточно, и единственным решением проблемы становится создание системы авиатранспортных узлов, которые позволят консолидировать потоки

и значительно снизить протяженность и стоимость транзитных перевозок по сравнению с существующей моделью. К этому решению подталкивает и перегруженность московского авиационного узла (МАУ): состояние системы организации воздушного движения в столичной воздушной зоне не позволяет обеспечить дальнейший рост перевозок. Поэтому сложившаяся модель перевозок сдерживает развитие не только отрасли, но и всей экономики страны в целом [1].

Главным аэропортом Свердловской области является международный аэропорт «Кольцово». Через него совершают регулярные полеты более 50 авиакомпаний, соединяющих город Екатеринбург с многими городами Уральского региона, центральной части России, Сибири, Дальнего Востока, а также стран Средней и Юго-Восточной Азии. Стоит отметить, что аэропорты являются гораздо более важным экономическим фактором, чем авиакомпании.

Развитие сети регулярных рейсов в города Европы и Юго-Восточной Азии позволит Екатеринбургу занять как минимум 1–2% рынка перевозок в данном сегменте, что к 2020 г. привлечет в аэропорт «Кольцово» дополнительно 6–7 млн пассажиров, а это уже в 2,5 раза больше, чем перевезено через аэропорт в 2010 г. [1].

В настоящее время все направления по развитию и реформированию аэропортов представлены Правительством РФ в документе «Транспортная стратегия Российской Федерации на период до 2030 года». В этом документе одним из инновационных решений по развитию аэропорта является создание аэропорта-хаба в регионе, за которым последует большой экономический эффект не только для региона, но и для экономического развития страны в целом. В частности, для государства аэропорт-хаб выгоден, поскольку: позволяет увеличивать внутренний валовой продукт (ВВП), создавать новые рабочие места, привлекать в регион прямые иностранные инвестиции; обеспечивает связь небольших муниципалитетов с отдаленными и глобальными рынками; дает возможность предоставлять услуги, связанные с потребностями местного рынка (например, обслуживание пунктов назначения, привлекательных для жителей региона). Для аэропорта это прежде всего увеличение пассажиропотока и, как следствие, рост доходов; а также усиление позиции на рынке по отношению к авиакомпаниям. В свою очередь, авиакомпаниям хаба дает такие преимущества, как: увеличение частоты полетов; снижение рыночных рисков вследствие сохранения пассажира в своей сети маршрутов; расширение сети полетов со сниженной стоимостью.

Пассажиры благодаря хабу получают: больше прямых рейсов; больше возможностей вернуться обратным рейсом в тот же день; больший выбор пунктов назначения.

Таким образом, аэропорт-хаб одинаково выгоден для всех основных заинтересованных сторон. При этом, однако, он не лишен некоторых недостатков – в их числе, например, более высокие аэропортовые тарифы и цены на билеты.

Й. Франк и Ю. О. Рубанов считают, что есть три пути возможного развития аэропорта-хаба:

динамическое развитие, вызванное ростом зоны покрытия аэропорта в течение определенного времени;

развитие посредством авиакомпании (авиакомпаний), когда перевозчик решает создать свой хаб на базе аэропорта с удачным географическим положением, достаточными для расширения площадями и обоснованной структурой издержек (например, аэропорт «Шарлотт» (Charlotte Airport) в США, созданный авиаперевозчиком US Airways);

искусственное развитие, когда инвесторы решают вложить значительные средства одновременно в развитие аэропорта и авиакомпанию (например, «Дубай» (Dubai) в ОАЭ).

Большинство крупных хабов развито домашними перевозчиками, зачастую являющимися при этом и национальными перевозчиками. Например, «Франкфурт» и «Мюнхен» развивала авиакомпания Lufthansa, «Цюрих» – SWISS, «Лондон-Хитроу» – British Airways, «Амстердам» – KLM Royal Dutch Airlines, «Токумен» – СОРА, «Шереметьево» – «Аэрофлот – Российские авиалинии» и т.д.

Может ли аэропорт стать хабом без домашнего перевозчика? Полагаем, что этот вариант очень трудоемок и в значительной степени маловероятен. Реальных примеров такого развития мы не нашли. Основная причина связана с продажей авиабилетов, организовать которую аэропорту практически невозможно.

Таким образом, необходимым условием для становления аэропорта-хаба является сильный домашний перевозчик с устойчивым финансовым положением. При этом именно аэропорт может начать реализацию стратегии хаба, убедив авиакомпанию базировать у него несколько ВС. Это даст возможность выполнять ранние утренние и поздние вечерние рейсы с базированием самолетов на ночь. Подобное развитие создаст два первых блока (утренний и вечерний пиковые часы), а также потребует наличия базы технического обслуживания, складов, офисов и т.д.

Под влиянием рыночной экономики и соответственно конкурентной борьбы операционная деятельность аэропортовых предприятий ежегодно требует совершенствования. Но позитивное развитие данных предприятий возможно при условии наличия высококвалифицированных кадров. В противном случае среди авиакомпаний происходит снижение спроса на услуги каких-либо неконкурентоспособных аэропортов, которые впоследствии исключаются из реестра действующих предприятий.

Библиографический список

1. *Васин М.* Аэропорт Кольцово может стать полноценным хабом // АТО. 2011. № 123.
2. *Замятина М. С.* Основные проблемы и направления инновационного развития аэропортов России // Теория и практика организационной деятельности в бизнесе : сб. докл. науч.-практ. конф. с междунар. участием магистрантов направления «Менеджмент» (Барнаул, 20–21 мая 2014 г.). Барнаул : Изд-во АлтГТУ, 2014.
3. *Металлургические базы России.* URL : <http://www.grandars.ru/shkola/geografiya/metallurgicheskaya-baza.html>.
4. *Татаркин А. И.* Приоритеты социально-экономического развития Уральского федерального округа // Экономическая наука современной России. 2001. № 3.
5. *Черкашин Д. С.* Теоретические основы деятельности аэропортовых предприятий : учеб. пособие. Хабаровск : Изд-во ДВГУПС, 2013.

Т. А. Юшкова

*Уральский государственный экономический университет
(Екатеринбург)*

Парадигма бережливости: XXI в.

Аннотация. Статья посвящена одному из главных направлений развития современного менеджмента – бережливому производству (лин-производству). В XXI в. происходит смена экономических парадигм: парадигма «бережливости» приходит на смену потребительской парадигме. Это требует кардинально нового способа мышления – бережливого мышления, бережливой культуры, бережливого управления. Человек становится альфой и омегой всего процесса производства, устранение потерь – главной целью, постоянное совершенствование (кайдзен) – основой успешной реализации цели. Для того, чтобы достичь поставленных задач, необходимо обучение персонала. В статье рассматривается опыт освоения лин на примере Уральского таможенного управления.

Ключевые слова: лин-производство; бережливое производство; бережливое мышление; потери (муда); бережливое обучение.

В 1989 г. ООН установила Международный день бережливости, что свидетельствует об актуальности идеи бережливого производства в эпоху смены приоритетов экономического развития. Традиционная потребительская парадигма массового производства, основанная на системе кардинальных изменений и на планировании продаж и объемов выпускаемой продукции, уходит в прошлое. Ей на смену приходит эволюционная модель бережливого клиент-центрированного производства, предполагающая постепенные и постоянные улучшения и выпускающая только то и в те сроки, что и когда нужно потребителю.

По мнению специалистов, речь идет не просто о смене приоритетов, а о смене экономических эпох и соответственно о необходимости формирования новой парадигмы – парадигмы «бережливости» [2].

Парадигма бережливости опирается на разработанную в Японии систему организации производства компании «Тойота» – Toyota Production

System (TPS). Основателем концепции бережливого производства считается Тайити Оно, который в середине 1950-х годов внедрил эту систему в Toyota, автором термина «lean production (manufacturing)» – Дж. Крафчик (термин появился четверть века назад). На русский язык «lean production» переводится как «бережливое производство», «лин-производство», «оптимальное производство», «гибкое производство», «производство без потерь» и т.п.

В начале XXI в. М. Л. Джордж предложил гибридную методику «бережливое производство плюс шесть сигм». Концепция «6 сигм» – это концепция управления, которая была разработана в корпорации Motorola в 1980-е годы, и предполагает:

- вовлечение всего персонала;
- искренний интерес к потребителю;
- проактивное управление;
- стремление к постоянному совершенствованию;
- открытость коммуникаций;
- снисходительность к ошибкам.

Технология бережливого производства пришла из бизнеса и представляет собой логистическую концепцию нелинейного менеджмента, направленную на оптимизацию бизнес-процессов с ориентацией на рынок и с учетом мотивации каждого работника.

Начавшийся в Японии процесс освоения и внедрения бережливого производства сегодня охватил многие страны: бережливое производство внедрили 80–90% японских предприятий, 2/3 – американских, более 50% – европейских, в России – только 3–5%.

Есть надежда, что ситуация с внедрением бережливого производства в России улучшится: сегодня многие предприятия не могут себе позволить покупку дорогостоящего оборудования или кредиты, все внимание переориентировано на максимальное использование внутренних ресурсов, на поиск путей сокращения издержек. Именно этим целям в полной мере соответствует концепция бережливого производства, которая ставит во главу угла интересы и потребности человека (потребителя, сотрудника, поставщика).

В 2014 г. в России впервые разработан ГОСТ по бережливому производству, что несомненно будет способствовать расширению числа организаций, внедряющих лин-производство.

Цель бережливого производства – устранение потерь (муд) и, как следствие, минимизация затрат, стоимости, сроков, повышение производительности и качества выпускаемой продукции или предоставляемых услуг.

Японский термин «муда» (потери) означает деятельность, которая потребляет ресурсы организации, но не создает ценности для потребителя. Выделяют восемь видов потерь:

- перепроизводство;
- ожидание;
- лишняя транспортировка;
- лишняя обработка;
- лишние запасы;
- лишние движения;
- брак;
- нереализованный потенциал работников.

Каждая из этих потерь должна быть устранена с помощью соответствующих лин-инструментов:

перепроизводство – с помощью системы вытягивания, выравнивания, «точно вовремя» (ЛТ);

ожидание – с использованием ЛТ, TPM (система всеобщего ухода за оборудованием), SMED (переналадка оборудования за 10 мин.), вытягивающего потока, синхронизации этапов производства;

лишняя транспортировка – с помощью создания производственных ячеек, перепланировки, 5С, картирования потока создания ценности (VSM);

лишняя обработка – необходимо выяснить запросы потребителя и четко им следовать;

лишние запасы – они автоматически исчезают в результате избавления от других потерь, но можно ускорить этот процесс, применив систему вытягивания, канбан и др.;

лишние движения – с помощью принципов проектирования рабочих мест, системы 5С;

брак – с помощью системы визуального, звукового контроля и предотвращения ошибок (метод «Пока-Ека»), системы встраивания качества, TPM;

неиспользуемый потенциал работников – с помощью таких средств, как полное вовлечение людей (ТЭЕ), обучение на производстве (ТW1), ежедневное руководство работами (DWM).

Начинать борьбу с потерями надо с изменения традиционного мышления и формирования нового бережливого мышления (lean thinking). Бережливое мышление – это радикально новый вид мышления: позитивное, латеральное, креативное, инновационное, цель которого – борьба с потерями.

Чтобы усвоить новое мышление, надо не заикливаться на прошлом опыте, не «пододвигать» его, чтобы «вставить» новые идеи, а убрать старые стереотипы, чтобы заменить их на новые алгоритмы.

Освобождение нашего мышления от ненужной информации происходит, в том числе, в процессе освоения инструментов бережливого производства. Например, строя карту потока создания ценности, визуализируя последовательность создания операций, мы разгружаем префронтальную зону мозга, отвечающую за осознанное мышление, от лишней информации и тем самым направляем аналитическое мышление на выработку эффективного решения.

Правила бережливого мышления предполагают:

- внимание к мелочам;
- стандартизацию и унификацию;
- упрощение сложного;
- нахождение оптимального решения.

Чтобы овладеть этими навыками необходимо соответствующее обучение и менеджеров, и сотрудников предприятий и организаций, внедряющих принципы бережливого производства.

Обучение предполагает наличие прежде всего квалифицированных преподавателей и тренеров. К сожалению, лин-движение в России начало развиваться всего 10–15 лет назад, поэтому у нас нет специальных учебных заведений, готовящих кадры для обучения бережливому производству. Однако именно в Екатеринбурге в 2006 г. появилась первая в России постоянная площадка по обмену опытом освоения и внедрения лин, проведению мастер-классов и дискуссий, речь идет о российских лин-форумах, первым организатором и бессменным руководителем которых стал директор ГК «Оргпром» А. Баранов¹.

С 2009 г. по настоящее время ежегодные лин-форумы проводятся в Москве, но Средний и Южный Урал не только остаются активными участниками лин-форумов (и лин-школы), но и выступают драйверами лин-мышления в России наряду с Москвой, Татарстаном и Саратовской областью.

Процесс внедрения бережливого мышления идет с двух сторон: сверху, от менеджеров, в виде разработки стратегических целей и программ, и снизу, от сотрудников, в форме рационализаторских предложений по борьбе с потерями². Если весь персонал не научится мыслить бережливо, внедрение лин-технологий вряд ли будет успешным.

Для обучения принципам лин-мышления и лин-производства необходимо тесное сотрудничество организаций с образовательными учреждениями, овладение всеми руководителями и специалистами лин-навыками и применение их на практике. Это поможет получить максимальный эффект от обучения: повысить производительность труда и выйти на новый уровень конкурентоспособности. Обучение бережливому мышле-

¹ Российский лин-форум. URL : <http://leanforum.ru/conference.html>.

² Лин-мышление. URL : <http://dic.academic.ru/dic.nsf/ruwiki/1006699>.

нию предполагает, что и сам процесс обучения будет бережливым. Цель бережливого обучения – формирование бережливого мышления с целью устранения потерь [4].

Потери в бережливом обучении те же, что и в бережливом производстве.

1. Перепроизводство: разработка не актуальных для потенциальных потребителей учебных курсов, тренингов, семинаров.

2. Ожидание: опоздания, ожидание информации, неэффективное использование свободного времени.

3. Лишняя транспортировка: лишние встречи, лишние бумаги, их хранение и перемещение.

4. Лишняя обработка: постановка, рассмотрение и обсуждение ненужных заказчику вопросов.

5. Лишние запасы: лишние материалы к занятиям.

6. Лишние движения: лишние переходы во время занятий, нерациональный сбор материала для занятий.

7. Брак: устаревшая информация, методические и содержательные ошибки.

8. Неиспользованный потенциал сотрудников (слушателей): отсутствие обратной связи.

Инвестиции в образование, с одной стороны, очень выгодны, так как стоимость обученного сотрудника увеличивается в несколько раз, с другой стороны, существуют трудности в процедурах оценки финансовой эффективности денежных вложений в обучение, даже не смотря на наличие такого количественного показателя, как Return On Investment (ROI).

Что касается качественной оценки эффективности обучения, то здесь традиционно используется модель оценки Д. Кирпатрик, состоящая из четырех показателей:

- 1) реакция обучаемых;
- 2) уровень знаний;
- 3) поведение на рабочем месте;
- 4) влияние на результаты труда.

Следует учитывать также наличие трех ступеней обучения: получение знаний, формирование умений и овладение навыками (для превращения которых в привычку потребуются 40 дней).

Одним из важнейших условий внедрения бережливых технологий через бережливое обучение является желание руководителя начать этот процесс.

Именно по инициативе руководителя Уральского таможенного управления (УТУ) была принята Программа совершенствования управленческой деятельности в таможенных органах УТУ на период 2015–

2018 гг.¹ Основной целью реализации Программы является создание и организация функционирования в таможенных органах системы постоянного улучшения (кайдзен) процессов и результатов деятельности на основе принципов бережливого производства. Основные задачи программы:

1) обеспечение результатов в минимальные сроки и с минимальными затратами;

2) организация эффективного и единообразного рабочего информационного пространства на принципах 5С;

3) повышение компетентности в сфере управленческой деятельности;

4) повышение эффективности внутриведомственного, межведомственного и межуровневого взаимодействия за счет максимального использования электронных коммуникаций.

В результате реализации программы ожидается: устранение лишних операций, сокращение потерь, минимизация затрат ресурсов, а также уменьшение уровня стрессов и, как следствие, развитие внутренней мотивации персонала. В итоге произойдет улучшение имиджа и повышение рейтинга таможенных органов УрФО и ФТС России в целом.

Прошло полгода с момента принятия программы, за это время начали осуществляться три проекта:

1) «Электронный таможенный офис» (в основном реализован);

2) «Бережливая таможня» (обучено 70 должностных лиц, в основном – преподавателями УрГЭУ; созданы 8 кайдзен-команд и т.п.);

3) «Эффективный лидер» (начато обучение в УрФУ).

Вся проектная документация и документы по реализации проектов размещены в информационно-справочной системе «Портал УТУ», где каждый сотрудник может не только получить своевременную информацию, но и поделиться собственными достижениями по внедрению инструментов бережливого производства.

По мере внедрения лин-принципов и лин-инструментов неизбежно возникнут и уже возникают проблемы, связанные прежде всего с длительностью самого процесса перестройки мышления и трудностями совмещения вертикали власти и горизонтальной системы взаимодействия в лин-производстве. Открытое обсуждение и своевременное решение возникающих проблем совместно с образовательными учреждениями – залог успешного внедрения принципов бережливости не только в Уральском таможенном управлении, но и в системе государственного и муниципального управления в целом.

¹ Уральское таможенное управление. URL : <http://utu.customs.ru>.

В России пока нет специализированных учебных заведений по подготовке специалистов по лин-технологиям, но, может быть, стоит задуматься хотя бы о внедрении принципов бережливого обучения в вузах.

Библиографический список

1. *Аткинсон М.* Жизнь в потоке: коучинг. М., 2013.
2. *Век бережливого производства – lean manufacturing.* URL : <http://www.proza.ru/2007/03/25-282>.
3. *Имаи М.* Кайдзен-ключ к успеху японских компаний. М., 1986.
4. *Lean+Training*, или Бережливое обучение. URL : <http://leansystems.ru/knowledge/articles/article10>.

Содержание

VII Евразийский экономический форум молодежи «Диалог цивилизаций: путь на Восток»

Кочофа А. Г. Приветственное слово участникам VII ЕЭФМ.....	5
Вардомский Л. Б. От европоцентризма к многовекторному развитию российского пространства.....	7

Новые реалии и стратегия экономического развития региона

Арнольд Л. И. Стратегия развития конкурентоспособности региона (на примере Уральского федерального округа).....	19
Бараников М. М., Данилова В. К. Аутсорсинговая деятельность: путь к процветанию или в пропасть?	23
Баранова В. А. Факторы и тенденции развития малого предпринимательства в Свердловской области	28
Боровинских Е. К. Современные проблемы функционирования и развития рынка загородной недвижимости (на примере Екатеринбурга и его окрестностей).....	33
Возмилов И. Д., Порфирьева А. О. Повышение конкурентоспособности предприятий агропромышленного комплекса Уральского региона на примере ГК «Здоровая ферма».....	38
Войнова О. А. Поддержка социального предпринимательства в регионах России	43
Галимова А. И. Шаг навстречу инновациям.....	49
Егорова В. В., Сабанова Ю. С. Тенденции и перспективы развития промышленности в экономике Свердловской области	54
Ижгузина Н. Р. Влияние городских агломераций на социально- экономическое развитие региона (на примере Свердловской области).....	60
Кодачигов Р. В. Урал XXI в.: трансформация традиционной индустриальной модели в условиях «новой экономики».....	67
Козлова О. А. Маркетинговый подход к повышению конкурентоспособности региона в глобальной экономике	72
Кузьмин Е. А. Институциональные условия и динамические способности организаций.....	76
Ляшенко Е. А. О проблемах финансирования технопарковых структур как институтов инновационного развития региона	82

Макаров А. А., Арбенина Т. И. Маркетинговая специфика формирования инновационного потенциала организации высшего образования Свердловской области	87
Мальцев Ал. А. Перспективы междисциплинарных исследований в области истории экономической мысли.....	93
Пачикова Л. П., Обшивалкина Т. А. Некоторые подходы к формированию системы профессиональной подготовки рабочих кадров	99
Ткаченко И. Н. Достижение синергизма на основе эффективного взаимодействия заинтересованных сторон проектов государственно-частного партнерства	103

Условия и факторы повышения инвестиционной привлекательности региона

Бельшева М. А. Конкурентоспособность территории: понятие, факторы, оценка	111
Ваниева П. Ю., Медведева М. Г. Территориальный брендинг как инструмент развития региональной индустрии гостеприимства.....	114
Васильева Н. П., Старовойтова Я. Ю., Татаринев М. Н. Гастрономическая идентичность как фактор повышения конкурентоспособности Урала	118
Гаянова В. М., Зиновьева В. Е. Характеристика основных тенденций развития торговли в Свердловской области	122
Гончарова М. Н., Титова Е. М., Чашина О. А. Современные тенденции инвестирования в строительство в Екатеринбурге	127
Горохова Д. Г. Повышение инвестиционной привлекательности предприятия посредством приведения оценок активов в соответствие с МСФО.....	133
Заворохина Н. В., Леонтьева Н. А. Качество пищевых продуктов – необходимое условие социально ориентированного рынка	137
Курилова Е. В., Войтенко О. А. Деловой туризм как фактор развития региона	143
Малафеева В. М., Малафеев Р. А. Условия и факторы повышения инвестиционной привлекательности Свердловской области.....	148
Минина Т. Б., Агабаев М. С., Кирмаров А. В. Позиционирование как основа конкурентоспособности города	153
Петров Е. А. Молочно-продуктовый подкомплекс АПК и инновации в условиях региона.....	157
Сабанова Ю. С., Егорова В. В. Электроэнергетика как фактор развития экономики региона.....	162

Старовойтова Я. Ю., Чугунова О. В. Оценка существующих подходов к сегментированию рынка ресторанных услуг на региональном уровне	167
---	-----

Инновационные технологии в сфере общественного питания и пищевых производств

Кокорева Л. А. Анализ дисперсности и свойств порошков из какао-веллы	174
Крюкова Е. В. Оценка ассортимента мучных кондитерских изделий на рынке г. Екатеринбурга	179
Лазарев В. А., Фролова Н. Ю., Титова Т. А. Мембранная технология переработки вторичного молочного сырья как фактор повышения инвестиционной привлекательности предприятия	184
Меркулова Н. Ю., Ключкина В. Г. Совершенствование технологии производства копченых колбас как фактор оптимизации ассортиментной и ценовой политики на региональном потребительском рынке	188
Мысаков Д. С. Изучение состояния биотехнологического производства в УрФО и России в целом с обоснованием значимости внедрения микробных гидроколлоидов в рецептуру мучных кондитерских изделий	192
Пищиков Г. Б., Иус А., Швецова А. В., Лазарев В. А. Изучение стабильности биологически активных ингредиентов карамельной бессахарной смеси при хранении	198
Пьянкова Д. М. Целесообразность использования порошка из морской капусты в качестве функциональной добавки	202
Феофилактова О. В. Использование пребиотиков в производстве пищевых продуктов для коррекции нарушений микробиоценоза населения Уральского региона	206
Шихалев С. В. Разработка инновационного оборудования для пищевой промышленности	210

Основные направления модернизации системы государственного управления на уровне регионов и муниципальных образований

Александров С. А. Поведенческие инвестиционные продукты как преимущество в глобальной конкуренции за человеческий капитал	219
Арбузова Д., Перминова К. С. Агломерации и кластеры как объекты регионального стратегического развития	223

Бурак А. А. Особенности применения программно-целевого управления в современной бизнес-практике	229
Вотинцева В. С. Оценка инвестиционного климата муниципальных образований	235
Зверева С. А., Бушуй В. А. Государственно-частное партнерство: вчера, сегодня, завтра	241
Зяблицкий В. Ю. Перспективные направления жилищной политики Свердловской области до 2030 г.	249
Кайбичева Е. И., Титовец А. Ю. О проблемах государственного и муниципального управления периферийными городскими территориями региона (на примере Свердловской области)	254
Николишина Е. А., Бубенщикова Н. О. Исследование экономической безопасности региона (на примере Свердловской области)	259
Протасова Л. Г. Технологии управления качеством для органов местного самоуправления	265
Сивокоз К. Методика создания региональных рекламных кампаний в «Яндекс.Директ» как эффективного инструмента инновационного развития отношений с заинтересованными сторонами	272
Суворов Д. А., Леонтьев А. И. Развитие малых и средних городов	275
Тарасова Д. И. Особенности регионального рынка услуг аэропортов и перспективы развития аэропорта «Кольцово» как международного транспортного хаба	280
Юшкова Т. А. Парадигма бережливости: XXI в.	284

Научное издание

ТРУДЫ
УРАЛЬСКОГО
ГОСУДАРСТВЕННОГО
ЭКОНОМИЧЕСКОГО
УНИВЕРСИТЕТА

Том первый

Корректор *И. П. Зорина*
Компьютерная верстка *И. В. Засухиной*

Поз. 69. Подписано в печать 01.07.2016.
Формат 60 × 84 ¹/₁₆. Гарнитура Таймс. Бумага офсетная. Печать плоская.
Уч.-изд. л. 15,3. Усл. печ. л. 17,2. Тираж 30 экз. Заказ 399.
Издательство Уральского государственного экономического университета
620144, г. Екатеринбург, ул. 8 Марта/Народной Воли, 62/45

Отпечатано с готового оригинал-макета в подразделении оперативной полиграфии
Уральского государственного экономического университета



УРАЛЬСКИЙ
ГОСУДАРСТВЕННЫЙ
ЭКОНОМИЧЕСКИЙ
УНИВЕРСИТЕТ
УрГУ–СИНХ