

Администрация Курской области
Курская областная Дума
Российское общество «Знание»
Союз женщин России
Комитет образования и науки Курской области
Комитет потребительского рынка, развития малого предпринимательства
и лицензирования Курской области
Общественная палата Курской области
Общественный Совет при УМВД России по Курской области
ЧОУ ВО «Курский институт менеджмента, экономики и бизнеса», г.Курск, Россия
ЧПОУ «Курский техникум экономики и управления», г.Курск, Россия
ЧУО «Институт предпринимательской деятельности», г. Минск, Беларусь
Варнский университет менеджмента, Болгария
ГОУ ВПО «Донецкая академия управления и государственной службы
при Главе Донецкой Народной Республики», г. Донецк, ДНР
Администрация Золотухинского района Курской области
Курская региональная общественная организация «Ресурсный просветительский центр»
Курская региональная организация «Центр развития молодежи»
Образовательная организация «Дом знаний», г.Курск, Россия

XVIII международная научно-практическая конференция

**Формирование креативного предпринимателя:
воспитание лидерских качеств и поиск новых
направлений бизнеса**

Сборник материалов конференции

Курск

2018

ББК 65.9

Печатается по решению

Ф-56

Учебно-методического Совета

Курского института менеджмента, экономики и бизнеса

от 21.05.2018

Ф-56 Материалы XVIII международной научно-практической конференции «Формирование креативного предпринимателя: воспитание лидерских качеств и поиск новых направлений бизнеса». Сборник материалов конференции. – Курск: Издательство Курского института менеджмента, экономики и бизнеса, 2018. – 232 с.

Настоящее издание представляет итоги XVIII международной научно-практической конференции «Формирование креативного предпринимателя: воспитание лидерских качеств и поиск новых направлений бизнеса», состоявшейся 19-20 апреля 2018 года в Курском институте менеджмента, экономики и бизнеса.

В конференции приняли участие студенты, магистранты, преподаватели высших учебных заведений России, Республики Беларусь, Болгарии, Донецкой Народной Республики, представители государственной и муниципальной власти Курской области, руководители некоммерческих организаций, представители Российского общества «Знание» и Республики Беларусь.

На страницах сборника представлены рекомендации участников конференции, материалы выступлений на сессиях и круглых столах, презентации победителей конкурса социальных и бизнес-проектов «Баттл-ринг в бизнес-пространстве».

ISBN 978-5-93911-106-5

© ЧОУ ВО «Курский институт менеджмента, экономики и бизнеса», г.Курск, Россия, 2018

© Образовательная организация «Дом знаний», г.Курск, Россия, 2018

ISBN 978-5-93911-106-5



СОДЕРЖАНИЕ

ПРИВЕТСТВИЯ

<i>Духанина Л.Н.</i>	Председатель Российского общества «Знание», Депутат Государственной Думы РФ, заместитель Председателя Комитета по образованию и науке, г.Москва, Россия	8
<i>Лахова Е.Ф.</i>	Председатель Союза женщин России, Член Совета Федерации Федерального Собрания Российской Федерации, г.Москва, Россия	9
<i>Овчаров Н.И.</i>	Глава города Курска, Россия	10
<i>Цыбовский В.Л.</i>	Ректор Учреждения образования «Институт предпринимательской деятельности», г. Минск, Республика Беларусь	12
<i>Радев Т.</i>	Ректор Варнского университета менеджмента, г.Варна, Болгария	13
<i>Огорокова Г.П.</i>	Председатель Совета Курского регионального отделения Российского общества «Знание», ректор Курского института менеджмента, экономики и бизнеса, г.Курск, Россия	14

ДОКЛАДЫ И ПРЕЗЕНТАЦИИ УЧАСТНИКОВ КОНФЕРЕНЦИИ

Сессия 1		15
Малый бизнес как генератор базовых инноваций и массового процветания, инструменты его поддержки		
<i>Костина Л.Н.</i>	Роль интеллектуальной собственности в инновационном развитии малого бизнеса	15
<i>Перевозникова Е.В.</i>	Неопределенность в планировании деятельности малого бизнеса в условиях рыночных отношений	22

<i>Рудченко Т.И., Здиховский И.А</i>	Влияние асимметрии информации на рынок	28
<i>Можаровская П.П., Ангелова Д.С.</i>	Малый бизнес во внешнеэкономической деятельности Донецкой Народной Республики	35
<i>Науменко С.Н.</i>	Перспективные направления участия малого бизнеса в системе государственных закупок Донецкой Народной Республики	40
<i>Николаева О.Н., Смелянская М.Е.</i>	Механизмы развития малого предпринимательства в Донецкой Народной Республике: организационно-правовые аспекты	46
<i>Соловьева А.А.</i>	Инструменты и методы развития инновационного потенциала экономики России	52
<i>Варейко О.Г.</i>	Потенциал использования тянущих производственных систем на белорусских предприятиях	56
Сессия 2		58
Массовизация цифровой экономики бизнес: сегодня и завтра.		
Роль органов власти и общества в организации данной работы		
<i>Кожура М.А, Барыбин И.Г.</i>	Межпредметная интеграция на уроках информатики как средство развития познавательной мотивации и формирования икт-компетентности обучающихся	58
<i>Зарочинцева Е.В.</i>	Развитие теоретических основ деятельности финансовых институтов	64
<i>Разбейко Н.В.</i>	Правовые способы и формы обеспечения взаимодействия власти и бизнеса	71
<i>Рудченко Т.И., Щекочихин Н.В.</i>	Криптовалюты как продукт технического прогресса: сущность и актуальные проблемы	77

<i>Меркулов М.В.</i>	Конституционный контроль как основной механизм обеспечения процветания общества в условиях демократического государства	84
<i>Доценко А.В.</i>	Диалектические основы защиты объектов интеллектуальной собственности	89
<i>Шарана Е.В.</i>	Обзор методик оценки эффективности реализации проектов государственно-частного партнерства в Республике Беларусь и за рубежом	93
Круглый стол		
Формирование лидерских качеств: со школьной скамьи до «золотого» возраста. Усиление взаимодействия органов управления образованием и общественных институтов		97
<i>Деменюк А.В., Чернобаева С.В., Беганская И.Ю.</i>	Обеспечивающие подсистемы экспортного потенциала ДНР: состояние и развитие	97
<i>Рева А.О.</i>	Экономическая подготовка школьников как основа развития предпринимательских качеств	103
<i>Кулешов А.Э.</i>	Государственное регулирование и развитие социального предпринимательства в сфере паллиативной помощи	112
<i>Кузьмина С.Н.</i>	Инклюзивное образование и бизнес среда: факторы успешного взаимодействия	118
<i>Исмаилова Т.Ю., Пронькина А.В.</i>	Конкурентоспособность работника как фактор формирования конкурентоспособности предприятия	123
<i>Николаева О.Н., Русначенко Э.В.</i>	Проблемы функционирования и развития малого бизнеса в Донецкой Народной Республике	127
<i>Сорокотягина В.Л.</i>	Управление финансовыми рисками формирования капитала как фактор стабильного развития экономики региона	132

<i>Денисюк В.В.</i>	Процесс стереотипизации европейского общественного мнения по вопросу восприятия мигрантов-мусульман	136
Дискуссия		140
Современная цифровая образовательная среда: возможности и перспективы подготовки кадров для работы в малом бизнесе		
<i>Ревунов А.Е., Петрушевский Ю.Л.</i>	Развитие малого и среднего бизнеса как условие устойчивого роста региональной экономики	140
<i>Ушакова Д.С.</i>	Правовая специфика и особенности внешнеэкономической сделки в Российской Федерации	146
<i>Соцкая О.О.</i>	Продвижение товара – элемент развития современного предприятия	150
<i>Хечумян Э.В.</i>	Система мотивации персонала как фактор повышения эффективности деятельности организации	154
Практический семинар 1		159
Использование символов малой родины как инновационный подход к формированию молодых предпринимателей		
<i>Ереметова С., Винокурова Д.</i>	Презентация проекта «Древний город Рыльск – гордимся тобой!»	159
<i>Гулакова Л., Суворова М.</i>	Презентация проекта «Память о войне в обелисках и монументах на территории г. Дмитриева Курской области»	166
<i>Балашевич А.А., Карпович А.В.</i>	Социокультурные условия женского предпринимательства в Республике Беларусь	174
<i>Сапрыгина Д.А.</i>	Франчайзинг как эффективный метод повышения конкурентоспособности малого бизнеса (на примере туристической отрасли): виды и стадии внедрения	180

<i>Яковенко А.Р.</i>	Формирование маркетинговой стратегии предприятия при осуществлении внешнеэкономической деятельности	186
<i>Долекорей А.В.</i>	Сущностные характеристики лидерских качеств будущих менеджеров	193
<i>Зеленский П.</i>	Роль технологий в электронной коммерции в современной экономике	198
<i>Костычев Б.А.</i>	Анализ олигопольного рынка розничной фармации Донецкой Народной Республики	203
Практический семинар 2		
Технологические и гуманитарные стартапы: опыт создания старшими школьниками и студентами социальных и бизнес-проектов на основе изучения любимых уголков малой родины		208
<i>Ванина А., Медведева С.</i>	Презентация проекта «Интерактивный GPS навигатор «Патриот»	208
<i>Баранцева Д., Мухаммадиев Д.</i>	Презентация проекта «Туристический центр «Этномир»	213
<i>Струченков А.В., Лысова Т.Ю.</i>	Представления студенческой молодежи о факторах успеха в бизнесе	219
Рекомендации участников XVIII международной научно-практической конференции «Формирование креативного предпринимателя: воспитание лидерских качеств и поиск новых направлений бизнеса», 19-20 апреля 2018 года		225

ПРИВЕТСТВИЯ

*Духанина Любовь Николаевна,
Председатель Российского общества «Знание»,
Депутат Государственной Думы РФ,
Заместитель Председателя Комитета
по образованию и науке,
г.Москва, Россия*

Уважаемые участники и организаторы XVIII научно-практической конференции «Формирование креативного предпринимателя: воспитание лидерских качеств и поиск новых направлений бизнеса»!

Горячо приветствую вас и поздравляю с началом работы конференции, которая проходит в городе Курске в рамках деятельности Российского общества «Знание» и направлена на развитие кадрового потенциала нашей страны, создание условий, способствующих поддержке предпринимательских устремлений молодежи, их деловой активности.

Цель конференции созвучна с просветительской тематикой, которую в настоящее время активно реализует Российское общество «Знание» в рамках Стратегии развития информационного общества в Российской Федерации, Программы «Цифровая экономика Российской Федерации», утвержденной распоряжением Правительства РФ от 28 июня 2017 года.

Сегодня лекторский актив Российского общества «Знание» повсеместно включает в тематические просветительские проекты, содействуя созданию единой системы поддержки молодежного бизнеса, повышению правовой, экономической и финансовой грамотности старшеклассников и молодежи, будущих и настоящих участников предпринимательских отношений, готовых своим трудом доказать свое право на личный успех в современной бизнес-среде.

Мы поддерживаем инициативу Курского отделения Российского общества «Знание» по созданию профориентационных просветительских проектов, в рамках которых не просто поддерживается целеустремленность старшеклассников и молодежи открыть собственное дело, но и создается система координат, когда каждый желающий может оценить свою готовность включиться в предпринимательство, и, принимая для себя такое решение, развить необходимые навыки, получить знания, которые являются важными для взвешенных, ответственных решений в условиях деловой среды.

Надеюсь, что идеи и предложения, выработанные участниками конференции, найдут свое воплощение в актуальных просветительских, социальных и бизнес-проектах, в предпринимательской среде.

Желаю вам творческой работы, новых интересных идей, позитивного настроения и личного успеха!

*Лахова Екатерина Филипповна,
Председатель Союза женщин России,
Член Совета Федерации Федерального
Собрания Российской Федерации,
г.Москва, Россия*

Уважаемые участники конференции!

Вопросы, вынесенные в повестку дня XVIII международной научно-практической конференции «Формирование креативного, предпринимателя: воспитание лидерских качеств и поиск новых направлений бизнеса», актуальны и своевременны.

В число учредителей конференции вошел Союз женщин России, что подтверждает важность темы для женского движения. Большая группа женского актива из регионов России, руководителей нашего Союза являются активными участниками данной конференции.

Союз женщин России, крупнейшее женское объединение страны, развернул работу по развитию движения наставничества. В настоящее время региональные членские организации создают советы наставников из числа активных женщин-предпринимательниц, совместно с бизнес-сообществом формируют банк данных молодых, начинающих предпринимательниц, которые станут ученицами успешных старших подруг. Необходимо отметить, что Курская областная организация Союза женщин России начала эту работу одной из первых.

Мы поддерживаем идею о более широком использовании символов малой Родины в предпринимательстве и социальной сфере. Эта тема также близка активу женского Союза. Многие женские организации, в том числе и куряне, придают большое значение воспеванию любимых уголков родного края. Данный проект несет в себе патриотический и социальный эффект.

Уверены, что конференция разовьет новые идеи и проекты, которые будут реализованы во благо нашей страны, нашего народа.

Желаем всем участникам конференции успехов!

*Овчаров Николай Иванович,
Глава города Курска*

Уважаемые участники конференции!

От всей души приветствую организаторов и всех участников конференции!

В своем ежегодном послании Федеральному Собранию Российской Федерации президент Владимир Владимирович Путин сформулировал основные направления развития нашего государства на ближайшее время.

Те задачи, которые стоят перед российской экономикой, всеми сферами жизни россиян возможно решить только совместными усилиями каждого жителя нашего государства.

Планируемое масштабное пространственное развитие России, затрагивающее все регионы, все города и населенные пункты неразрывно связано с комплексным решением на местах многих проблем, поиском ответов на каждый поставленный вопрос. Это развитие социальных направлений (здравоохранение, образование), строительства, производства, выход на новый уровень высокотехнологичных отраслей и создание современной инфраструктуры.

Все это невозможно без роста деловой активности и формирования лидеров нового поколения во всех направлениях деятельности. Но свое место в данных условиях занимает предпринимательство, как самая активная и быстро реагирующая на любые изменения составляющая современной экономики. Новые экономические и социальные перспективы для людей - это, прежде всего, новые идеи для малого бизнеса и стартапов.

Поэтому сегодня задачу муниципалитета мы видим, в том числе, в формировании конструктивного диалога с бизнес сообществом Курска, в открытости для предпринимательской инициативы. И положительный опыт у нас есть. Более десяти лет успешно работает муниципальное казенное учреждение «Курский городской бизнес-инкубатор «Перспектива», действует уже третья муниципальная программа поддержки малого и среднего предпринимательства, создан общественно-экспертный Совет по вопросам развития предпринимательства в городе Курске.

Администрация города Курска поддержала инициативу курских бизнесменов и уже около шести лет работает с отраслевыми предпринимательскими объединениями. Созданы Консорциум легкой промышленности города Курска, Консорциум IT-предприятий города Курска, и совсем новый, организованный 27 марта текущего года, Консорциум туристических организаций города Курска. Совместно удастся решать самые различные задачи, которые способствуют развитию бизнеса и повышению деловой активности в городе.

В Курске были проведены два форума предприятиями IT-отрасли, первый форум легкой промышленности, проводятся семинары, мастер-классы, встречи. Наши легпромовцы при поддержке областных структур трижды участвовали в международных выставках, что позволило им увеличить обороты и поставлять свою продукцию практически во все регионы России.

Практически все предприниматели, с которыми мы взаимодействуем, отмечают, что сегодня особое внимание необходимо уделять именно воспитанию лидерских качеств в молодых людях, ответственности за свое дело, умению не только генерировать идеи, но и реализовывать их.

Поэтому тема сегодняшней конференции невероятно актуальна.

Желаю всем дальнейшей плодотворной работы, креативности и удачи в реализации своих идей!

*Цыбовский Виктор Леонидович,
ректор Учреждения образования
«Институт предпринимательской
деятельности»,
г. Минск, Республика Беларусь*

**Уважаемые коллеги, участники XVIII международной
научно-практической конференции!**

Выражая признательность руководству и сотрудникам Курского института менеджмента, экономики и бизнеса за тесное и плодотворное сотрудничество в области науки и образовательной деятельности, полагаем необходимым отметить, что ваш институт за 23-летнюю историю зарекомендовал себя как динамично развивающееся, преумножающее свой научный и образовательный потенциал учреждение образования, занимающее твердые позиции на рынке образовательных услуг.

Сегодня мы видим, что роль человека в современной системе социально-экономических отношений радикально отличается от той, которую он играл в индустриальной экономике. Приходит осознание того, что главным ресурсом становятся творческие возможности личности, ее способности к созданию новых знаний и информации.

Отмечая высокую актуальность проблемного поля конференции, мы в полной мере поддерживаем тематические направления конференции, а также выражаем свою нацеленность на исследование вопросов развития инновационной экономики и внедрения интеллектуальных технологий в сферу управленческой деятельности.

Исторически сложилось, что Россия и Беларусь являются партнёрами как в экономической, политической так и в социальной сфере. Зачастую, сложившиеся проблемы прошлого и настоящего решаются путём тесного взаимодействия друг с другом, где братская солидарность является неотъемлемым элементом сотрудничества.

Объединяя наши академические усилия, с целью повышения эффективности образования в России и Беларуси, считаю важным поддержание крепких партнёрских и дружеских отношений между Курским институтом менеджмента, экономики и бизнеса и Институтом предпринимательской деятельности.

Желаю всем участникам, организаторам и гостям конференции плодотворной работы, здоровья, счастья и новых творческих достижений!

*Профессор Тодор Радев,
Ректор Варнского университета
менеджмента,
г.Варна, Болгария*

Уважаемые участники конференции!

В этом году исполняется четыре года с момента подписания договора о сотрудничестве между нашими учебными заведениями: Курским институтом менеджмента, экономики и бизнеса (Россия) и Варненским университетом менеджмента (Болгария).

Это только начало пути реализации совместных социальных и бизнес-проектов, установления дружеских и научных связей между студентами и преподавателями из России и Болгарии.

В названии наших вузов присутствует слово «менеджмент».

Менеджмент – это не только эффективное управление, но и умение находить и реализовывать совместные идеи, расширять различные формы сотрудничества между нашими вузами, студентами и преподавателями.

Мы заинтересованы в преподавательском и студенческом обмене, в совместных научных, публикационных, исследовательских проектах.

Ждем студентов и преподавателей МЭБИК в нашей солнечной Болгарии!

Сердечно поздравляю вас с началом работы XVIII международной научно-практической конференции «Формирование креативного предпринимателя: воспитание лидерских качеств и поиск новых направлений бизнеса», желаю плодотворной работы!

*Окорокова Галина Павловна,
Председатель Совета Курского
регионального отделения
Российского общества «Знание»,
ректор Курского института менеджмента,
экономики и бизнеса,
г.Курск, Россия*

Уважаемые участники конференции!

Позвольте от имени Оргкомитета XVIII международной научно-практической конференции «Формирование креативного предпринимателя: воспитание лидерских качеств и поиск новых направлений бизнеса» поблагодарить вас за поддержку основных идей конференции, взаимодействие и сотрудничество, за добрые пожелания в адрес организаторов.

В конференции планируют принять участие свыше 180 человек.

В их числе преподаватели и студенты вузов России, лекторы Российского общества «Знание», женский актив Союза женщин России из г. Москвы, Курской, Липецкой, Омской, Орловской, Псковской, Саратовской областей, Красноярского и Хабаровского краев, Республики Башкортостан.

Мы рады приветствовать представителей партнерских вузов из Республики Беларусь, Болгарии, делегацию студентов и преподавателей из Донецкой Народной Республики.

В рамках двух дней конференции будет организована работа сессий, круглых столов, дискуссионных площадок, а также двух практических семинаров, на которых пройдут защиты социальных и бизнес-проектов, представленных победителями школьного конкурса «Баттл-ринг в бизнес-пространстве».

Конструктивные предложения и пожелания участников конференции будут озвучены на пленарном заседании и найдут отражение в рекомендациях конференции.

Иногородние и зарубежные участники конференции 20 апреля примут участие в работе круглого стола, который будет организован в Золотухинском районе Курской области.

Надеемся на дальнейшее сотрудничество, реализацию совместных проектов во благо развития курского края и нашей страны.

Желаю всем плодотворной работы, позитивного настроения, креативных решений и достижения поставленных целей!

Сессия 1. Малый бизнес как генератор базовых инноваций и массового процветания, инструменты его поддержки

*Костина Лариса Николаевна,
кандидат наук по государственному
управлению, доцент ГОУ ВПО «Донецкая
академия управления и государственной
службы при Главе Донецкой Народной
Республики», г.Донецк, ДНР
kost-59@mail.ru*

РОЛЬ ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНОЙ СОБСТВЕННОСТИ В ИННОВАЦИОННОМ РАЗВИТИИ МАЛОГО БИЗНЕСА

АННОТАЦИЯ. Малый бизнес является одним из субъектов инновационной деятельности, который за счет производства новых конкурентоспособных товаров, созданных с использованием объектов интеллектуальной собственности, может внести существенный вклад в социально-экономическое развитие общества. Целью исследования является определение роли интеллектуальной собственности для инновационного развития малого бизнеса. В результате исследования рассмотрена специфика использования интеллектуальной собственности в малом бизнесе; обосновано влияние интеллектуальной собственности на него; определены проблемы, препятствующие инновационному процессу; разработаны приоритетные задачи государства по обеспечению инновационного развития малых и средних предприятий.

КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА. Интеллектуальная собственность, коммерциализация, инновации, малый бизнес.

Характерной особенностью современного развитого государства является наличие в его экономической системе значительной доли малых и средних предприятий, осуществляющих малый бизнес. Деятельность данных предприятий в различных сферах производства, активно использующих в своей деятельности различные инновации и достижения научно-технического прогресса способствует повышению конкурентоспособности экономики государства.

Цель исследования состоит в определении роли интеллектуальной собственности для инновационного развития малого бизнеса, выявления проблем, препятствующих данному процессу и разработке рекомендаций по поддержке инновационного развития малых и средних предприятий.

Объектом исследования являются малые и средние предприятия, являющиеся участниками малого бизнеса. Предметом исследования является

интеллектуальная собственность, способная обеспечить существенные преимущества почти во всех аспектах деятельности предприятия.

Экономика развитых стран в значительной мере носит инновационный характер, т.е. базируется на применении новых знаний и современных информационных технологий. Инновационное развитие является важной составляющей процесса воспроизводства. Постепенно увеличивается осознание того, что экономический рост государства, создание новых конкурентных преимуществ возможно только при использовании инновационной модели экономического развития.

Малый бизнес является одним из субъектов инновационной деятельности, который за счет производства новых конкурентоспособных товаров, созданных с использованием объектов интеллектуальной собственности, может внести существенный вклад в социально-экономическое развитие общества.

Преимущество малого бизнеса обеспечивается творческой активностью его создателей, быстрым реагированием на изменения, самостоятельностью в принятии решений – все это способствует осознанному созданию и внедрению инноваций. Небольшой размер малых и средних предприятий позволяет им с большей скоростью и эффективностью разрабатывать инновации и реализовывать их.

Конкурентоспособность продукции предприятий малого бизнеса зависит от ряда факторов, среди которых соответствие технического уровня продукции последним достижениям научно-технического прогресса, соответствие качества продукции требованиям потребителей. Любая идея, техническое решение при наличии в ней соответствующих условий охраноспособности, согласно действующему законодательству конкретного государства в данной сфере, становится объектом интеллектуальной собственности.

Что такое интеллектуальная собственность? Какие объекты интеллектуальной собственности могут быть у малых и средних предприятий, каким образом и с какой целью нужно управлять этими объектами?

Интеллектуальная собственность - это закрепленное законодательством право на использование определенных результатов интеллектуальной деятельности человека в любых сферах деятельности (научной, производственной, художественной и тому подобное).

При грамотном использовании системы интеллектуальной собственности она реально способна обеспечить существенные преимущества почти во всех аспектах деятельности предприятия, в частности разработке и производстве конкурентоспособной продукции, своевременном обновлении и техническом перевооружении производства, определении свободных рыночных ниш, потенциальных партнеров и конкурентов, маркетинге продукции на внутреннем и внешнем рынках, импорте продукции или услуг, в том числе в форме франчайзинга и продажи лицензий, увеличении финансовых активов предприятия, его рыночной стоимости, диверсификации деятельности и многом другом.

Во-первых, предприятие должно быть узнаваемо, то есть иметь свое фирменное наименование и торговую марку. Использование торговых марок и фирменных наименований, имеющих охранный документ помогут в индивидуализации выпускаемой продукции, оказываемых услугах и формировании деловой репутации предприятия

Во-вторых, бизнес должен быть защищен. Наличие охранных документов на такие объекты интеллектуальной собственности, как изобретение, полезная модель, промышленный образец, торговая марка, программы ЭВМ, компиляции базы данных помогут в этом вопросе. Изобретения, полезные модели, топографии интегральных микросхем, а также знания и опыт позволят создавать новые изделия или совершенствовать технические характеристики выпускаемых изделий, повышать их технико-экономический уровень. Промышленные образцы, в свою очередь, влияют на эстетический уровень и внешний вид изделий, повышая их потребительские качества и рыночный спрос.

Кроме того, получение охранного документа дает патентообладателю монопольное (исключительное) право на использование объекта интеллектуальной собственности на весь срок действия охранного документа.

Разработка официального сайта для контакта с потребителями, возможности продаж в Интернете – преимущество предприятия. Веб-страницы, их дизайн и наполнение – контент, как текстовый, так и видео- и фотоматериалы – являются также интеллектуальной собственностью. Контент, найденный в интернете, для коммерческих целей предприятия, может быть уже кем-то защищен авторскими правами. Дизайн и содержание различных рекламных материалов также являются объектами интеллектуальной собственности[1].

В-третьих, предприятие должно как защищать свои права, возникающие при получении охранных документов на объекты интеллектуальной собственности; так и уважать права других. Если малое или среднее предприятие использует объекты интеллектуальной собственности, принадлежащие другим лицам, следует законным путем приобрести права на их использование через лицензию или договор о передаче прав во избежание угрозы спора и последующего судебного процесса, как правило, длительного и довольно дорого[1].

Исключительное право заключается в том, что никто не может, без разрешения патентообладателя использовать чужой объект интеллектуальной собственности. В случае нарушения этого права, существуют определенные санкции.

Наиболее простой и менее затратной является правовая охрана информации в режиме коммерческой тайны. Как объект интеллектуальной деятельности коммерческая тайна не требует официального признания соответствия ее критериям охраноспособности и выполнения каких-либо иных формальностей и уплаты государственных пошлин. Среди коммерческой тайны являются секреты производственного характера, т.е. секреты производства конструктивного, технологического и организационно-

управленческого характера, без знания которых невозможно производство техники, продукции, применение технологии. Данная информация является коммерческой тайной, пока не стала известной неопределенному кругу лиц путем разглашения информации в официальных публикациях, на семинарах, конференциях и симпозиумах, во время проведения переговоров, в процессе осуществления научно-технического сотрудничества или другим путем. После этого происходит утрата монопольного права на ее использование.

Для товаропроизводителя разработка и внедрение инноваций представляют собой один из важнейших факторов и способов обеспечения его конкурентоспособности. Ведь тот товаропроизводитель, который быстрее и эффективнее внедрит инновацию, при прочих равных условиях, получает существенные конкурентные преимущества.

Обеспечив охрану интеллектуальной собственности, малые и средние предприятия получают монопольное право на выведение новой продукции на рынок, на пополнение своих активов путем денежной оценки и внесения в уставный капитал, на передачу прав по лицензионным договорам и осуществление контроля за действиями конкурентов на весь срок действия охранного документа

После получения охранного документа на объект интеллектуальной собственности, наступает момент, ради которого разрабатывался объект – введение его в хозяйственный оборот или коммерциализация. Трансформация интеллектуальной собственности в инновационный продукт является последовательным процессом, состоящим из генерации идеи, экспериментального использования этой идеи, использование в производстве, массовый выпуск и, наконец, потребление, что становится одним из главных факторов обеспечения конкурентоспособности как национальной экономики в глобальной конкурентной среде, так и отдельных товаропроизводителей на конкретных рынках (рис.1).

Коммерциализация – любое использование объектов интеллектуальной собственности с целью получения прибыли. Существуют различные способы коммерциализации, патентовладелец сам вправе его выбрать. Каждое предприятие, исходя из определенной стратегии развития, может с одной стороны, увеличить доходы за счет продажи или приобретения права использования своих патентов, технической документации. С другой стороны, за счет внесения объектов интеллектуальной собственности на баланс предприятия, увеличить свою стоимость. Стоимость предприятия на рынке оценивается с учетом его активов интеллектуальной собственности, текущих деловых операций и ожидаемой прибыли. Не стоит забывать, что на прогнозы в отношении будущей прибыли существенное значение может оказать и приобретение ключевых патентов.

Бесспорно, что создание, освоение и коммерческая реализация объектов интеллектуальной собственности требует определенных усилий. Вложения финансовых, материальных и иных ресурсов, связано с риском особенно на стадиях разработки и освоения производства нового продукта. Несмотря на это малые предприятия успешно реализуют данные стадии.

Не решать вопросы управления интеллектуальной собственностью на предприятии с момента принятия решения о разработке новой продукции — значит заранее обречь коммерческие планы на неудачу. Интеллектуальный капитал как экономическая категория в интеллектуальной инновационной деятельности рассматривается из позиции авансированной интеллектуальной собственности, которая в процессе своего движения приносит большую стоимость за счет дополнительной стоимости.

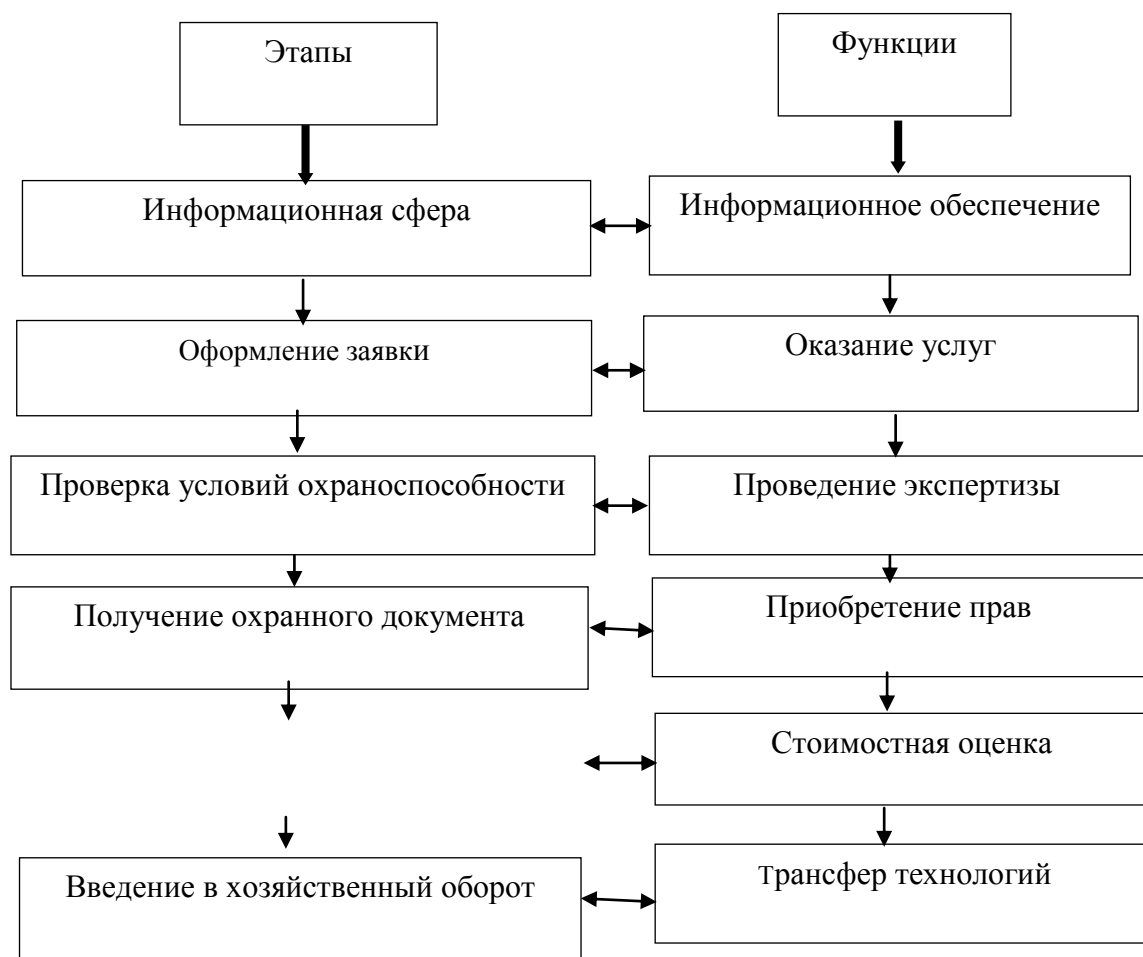


Рисунок 1. Модель процесса формирования объекта промышленной собственности

С помощью деятельности малых и средних предприятий развивается взаимодействие между производством и наукой. Роль малого бизнеса в инновационном процессе государства можно рассматривать с двух сторон.

С одной стороны, малые и средние предприятия самостоятельно выпускают новые конкурентоспособные товары, тем самым увеличивая спрос на новые исследования и разработки. С другой стороны, вышеуказанные субъекты занимаются усовершенствование существующего производства и управления, тем самым активизируя инновационные процессы в экономике.

Проведя соответствующий анализ можно сделать вывод о наличии как сильных, так и слабых сторон деятельности предприятий малого бизнеса. К сильным сторонам можно отнести наличие инновационной деятельности, а

именно: разработку и освоение новых изделий, конструкций, технологий, материалов; использование улучшенных систем управления и его элементов; продвижение новых товаров и услуг, а также освоение новых рынков.

Слабых сторон инновационной деятельности малых и средних предприятий много больше, чем сильных. К основным из них можно отнести: несовершенство законодательной базы в сфере инновационной деятельности предприятий малого бизнеса; недостаточность финансирования данного процесса (отсутствие собственных средств, ограниченность льготного кредитования); наличие различных рисков на каждом из этапов жизненного цикла инновационного товара; отсутствие эффективной инновационной инфраструктуры (вследствие ограниченности финансовых средств и опыта ведения хозяйственной деятельности).

В развитых странах законодательство в сфере интеллектуальной собственности часто предусматривает льготы для малых и средних предприятий и индивидуальных изобретателей. Так, в Соединенных Штатах размер таможенной пошлины и сборов для этой категории заявителей уменьшен вдвое.

Кроме того, инновации в малом бизнесе пока недостаточно востребованы, что объясняется отсутствием мотивации у предпринимателей, ведь в данной сфере нет гарантии на получение дохода, новый разработанный товар может совершенно не заинтересовать потребителей. Для развития инновационной деятельности не хватает опытных специалистов, особенно ощущается нехватка менеджеров, которые способны продвигать товар на рынке[2].

Кроме этого, существует еще целый ряд проблем, связанных с защитой прав и экономических интересов субъектов инновационного процесса, возможности найти достойное применение своему изобретению, практическое отсутствие структур, которые были бы связывающим звеном между изобретателями и бизнесменами, создания надлежащих социально-экономических условий для развития цивилизованного рынка интеллектуальной собственности, обеспечением трансфера современных технологий. Очень важно понимание частным капиталом того, что разработка и реализация инноваций с использованием объектов интеллектуальной собственности для экономического развития государства является одним из значительных источников будущих доходов.

Решение этих проблем будет способствовать становлению высокоразвитого информационного общества и росту благосостояния населения, что может объяснить целесообразность активного вовлечения государства в инновационный процесс.

Исходя из выявленных проблем, можно определить задачи государства для обеспечения инновационного пути развития и поддержки малых и средних предприятий:

- создание определенной государственной структуры, имеющей определенный статус, полномочия, профессиональные кадры и

возможность нести ответственность за реализацию и координацию инновационной деятельности;

- создание дополнительных структур, способных оказать существенную помощь на каждом из этапов трансформации интеллектуальной собственности в инновационный продукт, в том числе частной и государственной системы консалтинговых услуг в сфере малого бизнеса;
- стимулирование создания и развития инфраструктуры инновационной деятельности, в том числе технопарков, бизнес-инкубаторов, венчурных организаций, малых инновационных организаций;
- распределение компетенций и взаимодействие в формировании единой инновационной политики, финансирования, а также необходимых структур центральных, региональных и местных органов власти;
- выбор приоритетных направлений развития науки и отраслей инновационной деятельности;
- создание системы мотивации и стимулирования инновационной деятельности, в том числе малых и средних предприятий, основанных на выборе оптимальной инновационной стратегии;
- организация системы инновационного аудита, который бы позволил оценить коммерческую перспективность инноваций и объектов интеллектуальной собственности на начальных этапах;
- совершенствование системы законодательства в сфере инновационной деятельности интеллектуальной собственности;
- разработка существенных льгот для малых и средних предприятий в процес се инновационной деятельности.

Роль интеллектуальной собственности для малых и средних предприятий не менее значима, чем для крупных корпораций и промышленных гигантов. Более того, учитывая, что на малых предприятиях происходит первичное освоение более половины всех используемых инноваций в экономике развитых стран, охрана прав на создаваемые интеллектуальные продукты должна стать обязательной стадией в инновационном цикле «исследование – разработка – коммерциализация». Важность участия в данном процессе государства неоспорима.

Список литературы и источников:

1. Афанасьев А.В. Интеллектуальная собственность и бизнес // Имущественные отношения в РФ. – 2005. - № 12(51). – С.19-20.
2. Лапуста М.Г., Мазурина Т.Ю. Предпринимательство: Учебное пособие для вузов. - М.: РИОР, 2012

*Перевозникова Елена Владимировна,
к.э.н., доцент ГОУ ВПО «Донецкая академия
управления и государственной службы
при Главе Донецкой Народной Республики»,
г.Донецк, ДНР*

НЕОПРЕДЕЛЕННОСТЬ В ПЛАНИРОВАНИИ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ МАЛОГО БИЗНЕСА В УСЛОВИЯХ РЫНОЧНЫХ ОТНОШЕНИЙ

АННОТАЦИЯ. В статье рассмотрены проблемы планирования деятельности предприятий малого бизнеса в условиях неопределенности, виды и природа их возникновения. Рассмотрены пути внедрения адаптивного планирования и механизмы уменьшения влияния проблем планирования деятельности предприятий в условиях действия неопределенности. Отдельное внимание уделяется принципам и методам, которые могут быть использованы для планирования в условиях неопределенности.

КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА. Неопределенность, адаптация, малый бизнес, планирование, внешняя среда.

Актуальность исследования. В современном мире экономическая ситуация характеризуется высокой экономической и социально-политической нестабильностью, которая привела к повышению степени неопределенности функционирования предприятий всех областей экономики.

В условиях неопределенности внешней среды предприятия не могут полностью предусматривать и адекватно планировать свою деятельность. Роль планирования на предприятиях после перехода от административно-командной системы управления экономикой существенно снизилась. Система планов предприятия создает основу для постоянного усовершенствования и развития производства с целью выпуска продукции или предоставления услуг и стабильной и эффективной работы предприятия в текущий момент времени и на перспективу. Поэтому вопрос усовершенствования и развития методов планирования занимает важное значение при планировании всей деятельности предприятия, особенно в условиях постоянно меняющейся рыночной среды.

Анализ последних исследований и публикаций. Проблема неопределенности освещена в работах многих ученых: Ф.Т.Найта, В.В.Черкасова, Г. Г.Коломиец, С.М.Ильяшенко, И.В.Смолина, А.О.Недосекина и других. Проблемами применения адаптивного подхода к планированию занимались В.А.Забродский, Л.А.Растринин, В.И.Скурихин, В.А.Иваненко, Ю.В.Копейченко, В.Л.Петренко и др. Но, несмотря на возрастающий интерес в научных кругах и предпринимательской среде к анализу влияния неопределенности на планирование деятельности предприятий, существуют

недостаточно освещенные теоретические и практические аспекты этого вопроса.

Постановка проблемы. Особого внимания требует вопрос проведения оценки влияния неопределенности на процесс планирования, который позволит эффективно осуществлять планирование экономической деятельности предприятия, своевременно отвечать непредвиденным изменениям рыночной среды и с высокой степенью мобильности адаптировать деятельность предприятий к новым условиям. Кроме того, изучение природы, видов и уровней неопределенности позволит решать практические вопросы планирования показателей деятельности предприятий и корректировать их с учетом динамики постоянных изменений.

Целью статьи является исследование понятия неопределенности, изучение причин ее возникновения и поиск путей, направленных на обеспечение снижения ее уровня, а также усовершенствование адаптивного планирования на предприятиях малого бизнеса в условиях нестабильной экономической среды.

Изложение основного материала. Понятие «неопределенность» имеет много толкований, но обобщая опыт по этому вопросу можно привести следующее объяснение этого термина: неопределенность – это неустранимое качество рыночной среды, связанное с тем, что на рыночные условия одновременно влияют неизмеримое число факторов разной природы. Источниками неопределенности могут быть: нестабильность экономической или политической ситуации, неопределенность действий партнеров по бизнесу, случайные факторы, стихийные бедствия, изменение экологии и т.д. Источники возникновения неопределенности разные и могут находиться как во внешней, так и внутренней среде.

Левицкая Е.В. выделяет три основные группы причин неопределенности:

1. Незнание, то есть неполнота, недостаточность наших знаний об окружающем мире. Предприниматель не уверен (не владеет информацией) в том, что в ближайшее время не произойдет ухудшения работы предприятия вследствие любой случайности.

2. Случайность – это будущее событие, которое в похожих условиях происходит неодинаково, например: изменение спроса на товар, прекращение снабжения, срыв сбыта, выход оборудования из строя и т.д.

3. Противодействие начинаниям предприятия: неопределенность спроса на продукцию и трудности ее сбыта, конфликты между поставщиком и заказчиком, нарушение договорных обязательств поставщиками, трудовые конфликты и прочее [1].

В современной динамической среде постоянно происходят изменения, их частота и скорость создают нестабильные условия для работы предприятий в малом бизнесе. Поэтому при повышении степени неопределенности на предприятиях возрастают требования к повышению оперативности, гибкости, адаптивности как процесса управления вообще, так и к планированию в частности. В таких условиях процесс планирования должен носить

беспрерывный характер и использоваться в качестве повседневного инструмента управления. Под непрерывностью планирования понимается сокращения цикла планирования и возможность оперативно корректировать планы в ответ на изменения внешних условий (динамика цен, появление конкурирующих продуктов, изменения в законодательстве и прочие) [2].

При составлении планов должно быть предусмотрено, что в будущем они могут быть скорректированы в соответствии с ситуацией, которая изменилась. Формирование и корректирование планов должно осуществляться с необходимой в современных условиях частотой, и таким образом оперативно реагировать на изменения экономических условий и ситуации на рынке. Таким требованиям отвечает адаптивное планирование. Принципиальными особенностями адаптивного планирования являются следующие:

1. Руководство предприятием должно непосредственно принимать участие в процессе формирования планов;

2. При планировании также должны быть разработаны методы эффективного контроля и управления деятельностью предприятия по реализации плана;

3. При адаптивном планировании должна закладываться способность к реакции на степень знания будущего [3].

Принципиальная модель процесса адаптивного планирования должна состоять из таких блоков (рис. 1).

Применение принципа адаптивности позволит предприятию снизить уровень неопределенности рыночной среды. В этом поможет создание информационной базы, создание резервов, запасов, информации. Одним из путей адаптивных действий является расширение сферы деятельности предприятия, то есть переход его от специализированного к неспециализированному, так как в динамической неопределенной среде неспециализированные организации могут перестраиваться быстрее и лучше использовать возможности, которые приоткрываются в условиях изменений.

Оперативными мерами по выходу из условий неопределенности могут быть как защитные (сокращение затрат, закрытие подразделений, сокращение персонала, уменьшение объемов производства и сбыта) так и наступательные (активные маркетинговые исследования, использование внутренних резервов, модернизация, усовершенствование управления) [4].

С другой стороны, предприятие старается изменить среду так, чтобы она лучше отвечала возможностям предприятия или осуществить переход к среде с меньшим уровнем неопределенности.

Кроме того, стабилизации положения предприятия на рынке содействует контроль над рынком, который может осуществляться с помощью вертикальной интеграции, контроля над спросом, контрактных отношений и путем создания предпринимательских сетей. Каждый из названных факторов снижает действие неопределенности на предприятии и расширяет границы применения планирования [5].

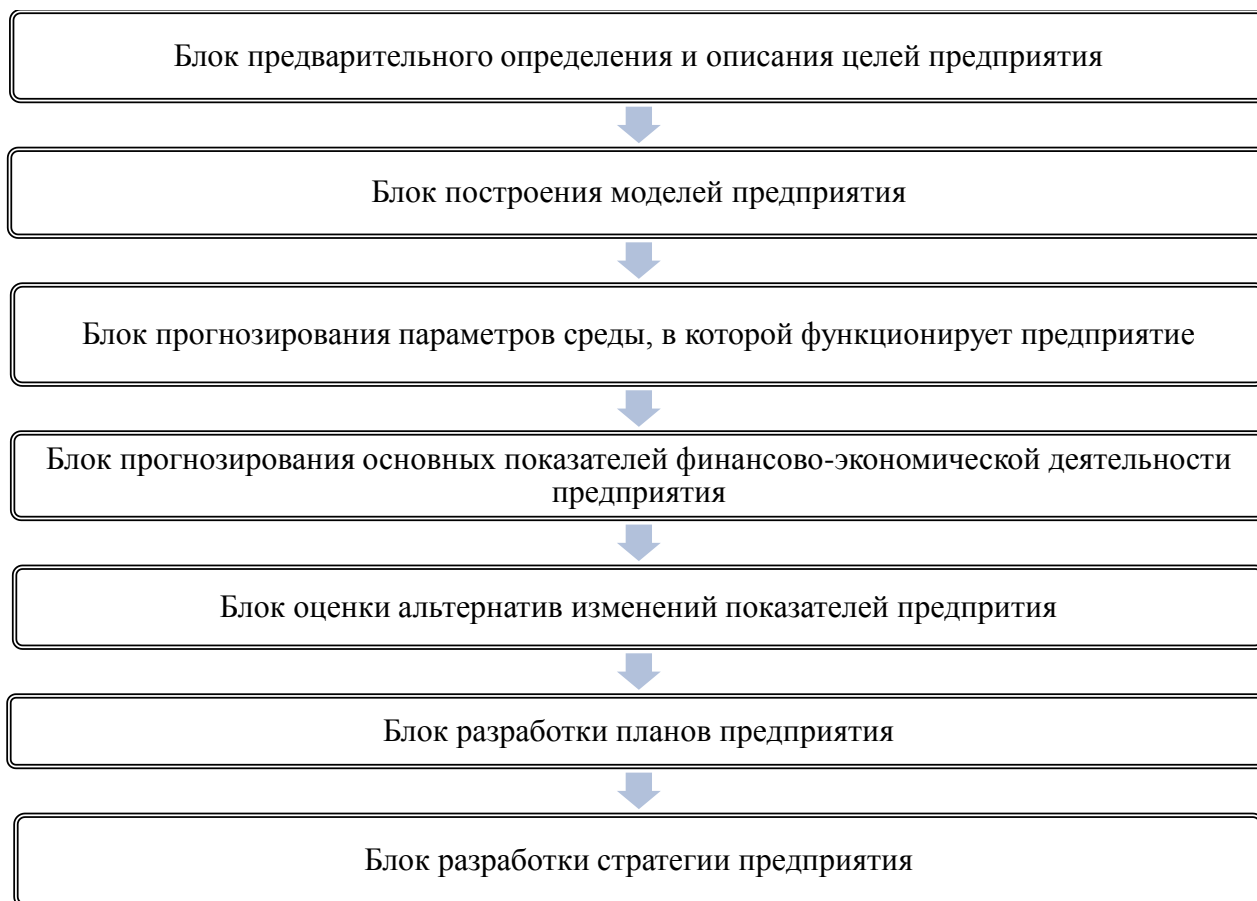


Рисунок 1. Модель процесса адаптивного планирования

Среди ряда экономистов широко распространено мнение, о том, что в условиях резко изменяющейся рыночной конъюнктуры преимущество следует отдавать интуитивному планированию. Известно, что интуиция – это способность познания истины путем непосредственного ее рассмотрения без обоснований с помощью доводов. Чтобы принимать решение на интуитивном уровне, необходимо владеть соответствующим опытом и знанием закономерностей, которые объективно действуют в условиях рынка. Кроме того, принятие решений на интуитивном уровне часто связывают с одаренными, талантливыми предпринимателями, а сам процесс принятия решений отождествляют с творчеством. Не случайно наиболее одаренных предпринимателей ставят рядом с выдающимися композиторами, художниками, артистами. Именно творческий подход дает возможность выходить за обычный образ мышления и воплощать в плане новые оригинальные идеи.

В условиях рыночной экономики на отечественных предприятиях также могут применяться следующие методы снижения уровня влияния неопределенности: прогнозирование, последовательное принятие плановых решений, создание ситуационных планов, линейное программирование, диверсификация продуктов и рынков, повышение конкурентоспособности продукции и др.

Необходимо заметить, что в целом, в любой ситуации невозможно полностью локализовать влияние неопределенности внешнего рыночной среды на деятельность предприятия. Хотя выше приведенные действия являются важными для повышения стабильности работы предприятий малого бизнеса.

Таблица 1.Рекомендации по разработке эффективного процесса планирования на предприятии в условиях неопределенности

№	Возможные направления	Рекомендации
1.	Анализ экономических показателей и индикаторов	Управленческие решения принимаются в условиях наиболее актуальных на текущий момент экономических показателей и прогнозов
2.	Корректировка бизнес-плана	Пересмотр бизнес-плана предприятия более чем один раз в год в соответствии с меняющимся контекстом деятельности, изменениями факторов внешней и внутренней среды
3.	Мониторинг текущих проектов и планов	Переоценка целесообразности начала реализации новых проектов в соответствии с имеющимися ресурсами, экономическими условиями, уровнем воспринимаемого риска и неопределенности
4.	Аутсорсинг непрофильных видов деятельности	Гибкость аутсорсинга может решить ряд проблем предприятия до улучшения экономических условий
5.	Оценка воздействия рисков на предприятие	Определяются ключевые риски, оценивается степень зависимости компании от других субъектов экономических отношений (поставщика, другой компании, отрасли, региональных властей и т.д.). Зависимость от одного поставщика или клиента значительно повышает предпринимательские риски для предприятия. В таких случаях может быть оправдана стратегия диверсификации
6.	Реализация политики нововведений	Рост неопределенности помимо рисков открывает для предприятия новые возможности и перспективы
7.	Управление взаимоотношениями	Выстраивание эффективных процессов привлечения клиентов и продаж товаров. Создание модели взаимодействия с клиентами включающей такие элементы, как портрет клиента, каналы коммуникаций, процесс продаж

Обобщая научные исследования по проблемам планирования, представим некоторые рекомендации для предприятий, планирующих свою деятельность в условиях неопределенности (табл. 1).

Исходя из выше изложенного, можно говорить о необходимости осуществления планирования и разработки стратегии развития предприятия, несмотря на сложности и неопределенности. Успех планирования в данном случае зависит от гибкости и адаптации планов, принципов и методов, позволяющих процессу планирования учитывать текущую ситуацию.

Выводы. Определение природы неопределенности, факторов ее возникновения и влияния на предприятия является одной из самых важных задач экономической науки. Для локализации влияния факторов неопределенности среды нужно продолжать изучать сущность неопределенности, совершенствовать процесс планирования, усиливать адаптивность предприятия к условиям внешней среды. Это позволит предприятиям малого бизнеса в полной мере адаптироваться к нестабильности внешней среды и наиболее эффективно планировать свою дальнейшую деятельность.

Список литературы и источников:

1. Проскурова К.П. Пути усовершенствования планирования прибыли предприятия / К.П.Проскурова // Актуальные проблемы экономики. – 2011. - № 5. – С. 115-121.
2. Левицька Е.В. Менеджмент підприємств за кризових умов: навч. посібник / Е.В. Левицька. – Львів, 2007. – 176 с.
3. Вестник IBS: Планирование в условиях неопределённости [Электронный ресурс] / Пресса IBS // Вестник IBS – 2011. – Режим доступа: www.ibs.ru.
4. Александрова Е.Н. Особенности планирования деятельности предприятия в условиях неопределенности / Е.Н. Александрова, С.Н. Зубкова // Теория и практика общественного развития. – 2014. - №20. - С. 57-59.
5. Кобзій О.В. Невизначеність в плануванні діяльності підприємств та шляхи її локалізації / О.В.Кобзій // Теорія і практика сучасного менеджменту: проблеми та шляхи вирішення: матеріали II міжнародної науково-практичної конференції, 8-9 жовтня 2009 р. – Тернопіль: ТНЕУ, «Економічна думка», 2009. – С.81 – 84.

Рудченко Татьяна Ивановна,
к.э.н., доцент ГОУ ВПО «Донецкий
национальный технический университет»,
rutativ@gmail.com;

Здиховский Игорь Александрович,
студент ГОУ ВПО «Донецкий национальный
технический университет»,
г. Донецк, ДНР,
igor.zdikhovskiy@mail.ru

ВЛИЯНИЕ АСИММЕТРИИ ИНФОРМАЦИИ НА РЫНОК

АННОТАЦИЯ. В статье рассматривается вопрос о характере влияния асимметричности информации на различные типы рынков. Актуальность темы объясняется относительной новизной данного направления экономических исследований и недостаточной изученностью вопроса с глобальной точки зрения. Цель исследования – поиск закономерностей в результатах воздействия асимметричности информации на рынки, для чего произведено сопоставление процессов, происходящих в разных отраслях экономики под её влиянием. Выявлены условия, определяющие характер такого влияния, сделан вывод относительно приоритетности этих условий.

КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА. Информация, асимметрия информации, транзакционные издержки, рыночное равновесие, фиаско рынка, рынок товаров, рынок услуг, рынок труда.

В наши дни роль информации в экономике возрастает с каждым днём. На смену дефициту сведений во многих сферах приходит их избыток, когда выбирать достоверную информацию приходится из множества противоречивых и непроверенных данных. В информационную эпоху проблема с отсутствием однозначных фактов не исчезла – изменилась лишь её форма. Поэтому вопросы, связанные с использованием и влиянием информации в сфере экономики стали чрезвычайно актуальными.

В последние два десятилетия внимание учёных-экономистов привлекла проблема асимметричности информации. Соответствующая теория, возникшая на рубеже двадцатого и двадцать первого веков, не раз подвергалась критике, но опровергнуть её никому не удалось, в то время как интерес к проблеме только растёт.

Асимметрия информации – многогранное понятие. В широком смысле она представляет собой явление, когда некоторые игроки на рынке имеют дополнительные сведения, которыми не обладают остальные и которые позволяют их обладателям извлекать дополнительную выгоду. В данном значении под асимметрией можно понимать любую ситуацию с неравной

осведомлённостью субъектов рынка, вплоть до банальной неграмотности населения. В более узком смысле – и именно об этом аспекте информационной асимметрии пойдёт речь ниже – это явление, когда производитель и потребитель блага в разной степени располагают информацией об этом благе и перспективах его потребления, что позволяет одному из них получать дополнительную выгоду, зачастую в ущерб интересам другого. Наличие такой ситуации на рынке заставляет субъекта, который обладает меньшим объёмом информации, заполнять лагуну. Это приводит к росту трансакционных издержек, причём их уровень, как показывает статистика, может достигать до 30% от всех расходов. Отказ от пополнения сведений, в свою очередь, может вызвать ещё большее в денежном соотношении сокращение прибыли от рыночной деятельности. В целом и то, и другое заставляет субъектов рынка своими действиями смещать рыночное равновесие, что иногда может приводить к катастрофическим последствиям для рынка. К примеру, на экспортном рынке бразильских дынь в 1980-е годы количество сделок обратилось в ноль под действием описываемых явлений [1, С.115]. В свою очередь, крах рынка, важного для общества и государства, или даже определённые изменения на нём (например, резкий рост процентных ставок на рынке кредитования) могут вызвать тяжёлые последствия для экономики и серьёзно отразиться на жизни страны.

Именно поэтому асимметричность информации считается одним из фиаско рынка, или признаком его несостоятельности, а устранение этой проблемы входит в число прямых функций государства в рыночном секторе экономики. Государственное регулирование – приемлемый способ свести асимметричность информации к нулю или, по крайней мере, к допустимому уровню, хотя бороться с этой проблемой в частном порядке могут и потребители (например, нанимая консультантов), и производители (с помощью рекламы, гарантий, стандартизации товаров и т.п.). Помочь может и наличие на рынке агентов, информированных о качестве контрагентов – субъектов, ориентирующихся в ситуации.

Исследования в области неопределённости на рынке, которые лежали в основе первых гипотез об асимметричной информации, начались в середине двадцатого века. В 1960-е годы должное внимание проблеме уделили, в том числе, нобелевские лауреаты Пол Самуэльсон и Кеннет Эрроу. Работы последнего, касающиеся информационной неопределённости в сфере здравоохранения, непосредственно повлияли на последователей.

Впервые вопрос об асимметрии информации подробно изучил Джордж Акерлоф. За свои исследования в этой области он получил в 2001 году Нобелевскую премию по экономике совместно с Майклом Спенсом и Джозефом Стиглицем. Основные положения теории о влиянии асимметричной информации на рынок он описал в статье «Рынок «лимонов»: неопределённость качества и рыночный механизм». После публикации работ Акерлофа интерес учёных, в том числе отечественных, к теме асимметрии информации возрос. Исследование этого явления продолжается с относительными успехами: к примеру, было замечено, что в период кризиса асимметричность информации

имеет тенденцию усиливать конкуренцию на рынке, а в период подъёма, соответственно, ослаблять [2, С.17]. Тем не менее, это лишь одна из немногих закономерностей, выведенных современными исследователями. До сих пор многие вопросы, связанные с асимметричностью информации, остаются открытыми. Так, её влияние на рынки очевидно, и оно тем сильнее, чем выше информационная несостоятельность рынка, т.е. чем больше сведений, доступных агенту, недоступно контрагенту. Очевидно и то, что сама суть этого влияния может быть различной в различных условиях. Однако неясно, есть ли определённая закономерность между характеристиками рынка и характером влияния на него асимметричной информации. Постараемся увидеть эту закономерность, сопоставив наблюдения исследователей за некоторыми хорошо изученными рынками.

Из дальнейшего анализа следует исключить случаи, когда асимметрия искусственно создаётся одной из сторон или не осознаётся другой стороной. К примеру, на фоне сомнений относительно безопасности продуктов из генно-модифицированных организмов многие производители пищевой продукции скрывают принадлежность своего товара к этой категории, опасаясь падения спроса. До тех пор, пока потребитель ничего не подозревает, рынок стабилен [3, С.92-93]. Получается, что на положение дел на этом рынке асимметричность информации влияет только положительно, что в целом нехарактерно для данного явления. Поэтому предметом рассмотрения всё-таки будут ситуации с возникновением асимметрии информации в естественном порядке, без чьего-либо направленного вмешательства и с осознанием информационной недостаточности одной из сторон.

Джордж Акерлоф в качестве примера рынка с асимметричной информацией использует рынок подержанных автомобилей. На этом рынке встречаются как качественные машины, так и плохие экземпляры, называемые на местном сленге «лимонами». «Существует множество рынков, где покупатели вынуждены использовать ту или иную рыночную статистику для вынесения суждений о качестве товаров, которые им предстоит купить, – пишет Акерлоф. – На таких рынках у продавцов появляется стимул выставлять на продажу товары низкого качества, поскольку высокое качество создает репутацию в основном не конкретному торговцу, а всем продавцам на рынке, к которому эта статистика относится.» Потребитель, впрочем, не может знать о качестве товара, пока не купит его – в отличие от продавца, который, конечно, не станет дискредитировать свой товар. Репутация продавца от продажи «лимона» не слишком пострадает, а вот репутация рынка с большим количеством некачественных товаров будет постепенно портиться. По утверждению исследователя, покупатели на таком рынке, осознавая риск получить «лимон», предлагают весьма умеренную цену, которая будет вполне адекватной для владельца «плохого» или «среднего» автомобиля, но покажется низкой для продавцов «хороших» машин. Последние, отчаявшись получить справедливую цену, рано или поздно уйдут с рынка, и их уход снизит среднее качество товаров на рынке. Это вызовет ещё большее падение доверия покупателей и снижение цен, которое приведёт к новому оттоку более-менее

качественной продукции, и так далее. В перспективе подобные процессы могут привести даже к полному исчезновению рынка [4, С.92].

Модель, представленная Акерлофом, подходит не для всех рынков. Асимметричность не обязательно предполагает осведомлённость продавца и неведение покупателя – существуют и обратные ситуации, когда информационное преимущество на стороне потребителя благ. Рынок труда в этом плане уникален: на нем от асимметрии страдают обе стороны. Наёмный работник, от которого исходит предложение рабочей силы, лучше других знает свои способности, а работодатель полностью информирован об условиях работы.

Действие асимметрии информации может быть разносторонним, но в целом можно выделить два основных эффекта, наблюдающиеся на рынке под её влиянием. По сравнению с информационно состоятельным рынком, объём сделок неизменно оказывается ниже вследствие снижения спроса или предложения. При этом уровень цен может меняться как в большую, так и в меньшую сторону. Таким образом, асимметричность на рынке можно охарактеризовать, ответив на два вопроса: в чью пользу она направлена и что за собой влечёт.

Сравним эти факторы на разных рынках. На рынке потребительских товаров продавец всегда лучше осведомлён о свойствах товара. Покупатели, в свою очередь, сомневаются в качестве товара и отказываются давать высокую цену. Поскольку такая ситуация становится характерной для всего рынка, а не только присущей отдельным сделкам, снижается уровень цен, которые тянут за собой объём предложения; как результат – сокращение количества сделок. При этом страдает и качество продукции, что приводит к упадку данной отрасли рынка.

Совершенно по-другому дело обстоит на рынках услуг. Большой информацией здесь может обладать как покупатель, так и продавец. В первом случае влияние асимметрии информации проявляется для продавца в необходимости нести дополнительные издержки из-за сомнений в потребителе услуг. Как правило, это связано с наблюдением за исполнением обязательств, взятых на себя потребителем, поэтому такие затраты часто называют издержками контроля. Классическим примером такой ситуации является рынок кредитования. Для банка, выступающего поставщиком услуг, риск заключается в потенциальной недобросовестности заёмщика, который может не вернуть кредит. Чтобы избежать потерь, банк либо работает только с проверенными клиентами (в этом случае мы уже можем наблюдать снижение объёма сделок), либо проводит мероприятия по контролю, неся дополнительные издержки. Для их покрытия необходимо повышение процентной ставки. Но высокая ставка отпугивает добросовестных клиентов, которые предпочитают обратиться к конкурентам. Даже если банк снизит процентную ставку по сравнению с равновесной (а в условиях конкурентной среды он это, скорее всего, сделает), ставка будет превышать имевшуюся до повышения, иначе погашение дополнительных издержек не будет происходить. В то же время недобросовестных плательщиков, которые не собираются возвращать кредит,

размер ставки вообще не интересует [1, С.115]. В результате ситуация лишь ухудшается. Более того, если повальный рост ставок затронет всю банковскую отрасль, дорогие кредиты повлекут за собой торможение экономического роста страны.

Как мы можем видеть, здесь асимметрия информации вызывает рост цен, который приводит к падению спроса. Похожая ситуация наблюдается на рынках страховых услуг. Здесь, правда, потери могут исходить не только от недобросовестности клиента (известный случай со страхованием сигар от пожара – тому пример), но и просто от большого количества страховых случаев. В этом плане показателен пример рынка медицинского страхования, который приводил Акерлоф: «Чем выше цена, тем больше будет среди претендентов на получение медицинской страховки тех, кто уверен, что страховка эта им понадобится, т.к. ... сам человек способен гораздо точнее оценить риск возникновения у него заболевания, чем это может сделать страховая компания. В результате повышение цены страхового полиса сопряжено со снижением среднего уровня состояния здоровья у желающих застраховаться, так что в конечном итоге при любой цене может быть не заключено ни одного страхового контракта» [4, С.95-96].

Если компания обслуживает большое количество людей со слабым здоровьем, ей приходится постоянно выплачивать страховку. Страховщики, мало зная о здоровье клиентов, устанавливают высокую цену, чтобы покрыть расходы – и это оказывается ошибкой. Потребители, более-менее уверенные в своём здоровье, просто отказываются от страховки, и компания остаётся с множеством «ненадёжных» клиентов [5, С.116-117]. Даже снова снижать цену оказывается теперь бесполезно – и даже вредно для доходов компании.

Рынок медицинского страхования тесно связан с рынком самих медицинских услуг, который непременно имеет место при страховой медицине. Этот рынок относится к другому типу: большим объёмом информации о необходимом лечении обладает поставщик услуг, то есть врач. Суть асимметрии на этом рынке описал Кеннет Эрроу: «Поскольку медицинские знания очень сложны, информации, как о последствиях, так и о возможностях лечения, которой владеет врач, непременно намного больше, чем у пациента, или, по крайней мере, в это верят обе стороны» [6, С.13].

Цена услуг на таком рынке относительно стабильна, так как оплачиваются они страховыми компаниями, а не непосредственно пациентами. А вот объём сделок имеет тенденцию к росту. Во-первых, врачам может быть выгодно прописывать дополнительное лечение, тем самым повышая свой заработок [5, С.113]. Во-вторых, пациенты, обладающие страховкой, сами будут обращаться к врачу чаще, порой по пустякам, потому что для них это фактически бесплатно – расходы возлагаются на страховую компанию [7, С.81]. Однако для страховщиков это вызовет рост расходов, что заставит их повышать цену страховки со всеми вытекающими последствиями. Таким образом, часть населения (и всё более значительная) будет оставаться незастрахованной. В итоге рынок страховой медицины, напрямую зависящий от состояния рынка медицинского страхования, будет сжиматься вследствие снижения объёма

сделок, сузится ассортимент услуг и их качество. Получается, что этот рынок в условиях асимметричной информации сохраняет относительно статичный уровень цен, но объём сделок в конечном итоге имеет перспективы к падению.

Схожие эффекты можно наблюдать на рынке инвестиций. Он также характеризуется информационным преимуществом продавца ценных бумаг перед их покупателем – инвестором, который может не иметь элементарного экономического образования. Непонимание структуры рынка и его механизмов, неуверенность в правильности решения может отпугнуть инвестора, заставив его отказаться от вклада вообще, причём независимо от роста или падения стоимости ценных бумаг. Таким образом, вне зависимости от уровня цен асимметричность информации на этом рынке может приводить к сокращению количества инвестиций и, в перспективе, к вытеснению с рынка инвестиционных фондов [8, С.171].

Особняком от других рынков стоит рынок труда, на котором полная информация отсутствует как у представителя рабочей силы, так и у нанимателя. Проблемы, связанные с асимметрией информации, возникают у обеих сторон. Работник желает получить предложение большее, чем средневзвешенная зарплата, так как только высокое вознаграждение может его привлечь в условиях слабой информированности о реальных условиях работы. Такая ситуация возникает из-за того, что мелкие компании в подавляющем большинстве не обладают материальной базой, технологиями и персоналом для информационного обеспечения своей деятельности [2, С.17], а количество вакансий в крупных, «проверенных» фирмах очень ограничено. Тем не менее, работодатель не может предложить даже средневзвешенную зарплату. Обладая ограниченными сведениями о способностях работника, он вынужден нести издержки контроля и принимать во внимание возможность потенциальных потерь из-за его некомпетентности. Эти затраты влияют на уровень предлагаемой заработной платы, что отталкивает работника. На конкурентном рынке работодатель может повысить зарплату по сравнению с равновесной (с учётом трансакционных издержек), но в любом случае уровень фактической заработной платы будет ниже, чем при прочих равных на информационно состоятельном рынке. Таким образом, со снижением цены объём предложения труда падает, и возникает безработица [1, С.117].

Таким образом, сопоставив процессы, происходящие на различных рынках под влиянием асимметрии информации, можно обозначить некоторые общие и отличные тенденции.

1. Во всех случаях асимметрия влечёт за собой снижение объёма сделок, как правило, напрямую, хотя и не всегда.

2. На рынке труда и рынке потребительских товаров сокращение объёма сделок вызвано спадом предложения (снижение спроса может наблюдаться уже впоследствии, падение предложения первично), которое обусловлено снижением уровня цен. На рынке услуг, напротив, вначале снижается спрос, а уж затем предложение, и причиной тому становится либо рост цены, либо сама асимметрия информации (то есть снижение спроса первично, а изменение цены если и наступает, то уже позднее).

3. На рынке услуг рост цены является первичным тогда, когда большей информацией обладает потребитель (как на рынках кредитов и страхования), а падение спроса – когда преимущество на стороне производителя (рынки инвестиций и медицинских услуг).

Исходя из приведенного анализа, можно сделать вывод, что характер влияния асимметричной информации зависит, во-первых, от характера благ, продаваемых на рынке (товары это, или услуги, или специфические ресурсы, в частности труд), во-вторых, от того, кто из участников сделки – покупатель или продавец – больше осведомлён о её последствиях и качествах объекта сделки.

Список литературы и источников:

1. Ясинский Ю. М., Тихонов А. О. Асимметрия информации: смещенные рынки и типы макроэкономической динамики // Экономика и математические методы. – 2009. – Т. 45. – №. 3. – С. 114-128.
2. Батайкин П. А. Влияние асимметричной информации на развитии рынков в современной экономике // Вестник экономики, права и социологии. – 2012. – №. 3. – С. 16-18.
3. Донскова Л. А. Информационная асимметрия на российском рынке продовольственных товаров: сущность, проблемы, пути решения // Вестник Оренбургского государственного университета. – 2012. – №. 1 (137). – С. 89-94.
4. Акерлоф Дж. А. Рынок "лимонов": неопределенность качества и рыночный механизм // THESIS: теория и история экономических и социальных институтов и систем. – 1994. – №. 5. – С. 91-104.
5. Максимова-Ладьяна Н. И. Специфика асимметрии информации в сфере здравоохранения // Труды СГА. – 2011. – №. 6. – С. 111-122.
6. Эрроу К. Дж. Неопределённость и экономика благосостояния здравоохранения // Американский Экономический Обзор. – 1963. – Т. 53. – С. 941-973.
7. Скляр Т. М. Управление здравоохранением: государство или рынок? // Вестник Санкт-Петербургского университета. Серия 8. Менеджмент. – 2003. – №. 1. – С. 76-94.
8. Чернышова М. В. Теоретические основы информационной асимметрии рынка коллективных инвестиций // Вестник Тамбовского университета. Серия: Гуманитарные науки. – 2014. – №. 11 (139). – С. 168-174.

*Можаровская Полина Петровна,
кандидат наук по государственному
управлению, доцент, ГОУ ВПО «Донецкая
академия управления государственной
службы при Главе Донецкой Народной
Республики», mozh@meta.ua
Ангелова Дарья Сергеевна,
аспирант ГОУ ВПО «Донецкая академия
управления и государственной службы
при Главе Донецкой Народной Республики»,
г. Донецк, ДНР, angelovadasha@mail.ru*

МАЛЫЙ БИЗНЕС ВО ВНЕШНЕЭКОНОМИЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ДОНЕЦКОЙ НАРОДНОЙ РЕСПУБЛИКИ

АННОТАЦИЯ. В статье определена ключевая роль малого бизнеса в активизации экономики Республики, а именно в удовлетворении потребительского спроса на товары народного потребления и услуги. Проанализирована статистика и очерчены основные проблемы функционирования малого бизнеса ДНР в военных условиях. Обоснована необходимость развития внешнеэкономической деятельности субъектов малого бизнеса в связи с ограниченной емкостью и конъюнктурой внутреннего рынка ДНР, намечены меры государственного регулирования стимулирования развития малого бизнеса.

КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА. Малый бизнес, Донецкая Народная Республика (ДНР), предприниматели, внешнеэкономическая деятельность.

Современная ситуация в Донецкой Народной Республике такова, что малый бизнес является важнейшим элементом экономики, во многом определяющим темпы экономического развития: без него государство не имеет возможности гармонично развиваться; сглаживаются колебания экономической конъюнктуры путем сбалансирования спроса и предложения; формируется благоприятная конкурентная среда в экономике; появляются новые рабочие места, внедряются новые формы организации, производства, сбыта и финансирования.

Сворачивание деятельности предприятий Донбасса, разрыв большей части хозяйственных связей, исторически сложившаяся промышленная направленность региона, ограниченность внешнеэкономических и внешнеторговых связей привели в 2014-2015 гг., в частности, к сокращению рынка товаров народного потребления и услуг. Однако личная экономическая инициатива граждан в виде малого предпринимательства во многом сгладила негативные тенденции в экономике Республики. Успешное развитие малого

бизнеса создает предпосылки для роста экономики, способствует насыщению местных рынков.

Согласно довоенной статистике, наиболее весомая доля в общем объеме реализованной продукции, работ и услуг в малом бизнесе приходилась на оптовую и розничную торговлю – 74,1%. Продукция промышленности составляла 13,2% от общего объема реализации; на долю организаций, занимающихся операциями с недвижимым имуществом – 3%. Более 85% объема реализации приходилось на предприятия двух городов: Донецк – 74,6% и Макеевка – 10,7% [5].

В структуре малого бизнеса по видам экономической деятельности преобладали сферы деятельности непромышленного характера. Так, на предприятия сферы малого бизнеса, занимающиеся оптовой и розничной торговлей, приходилось 32,1% от общего количества предприятий, операции с недвижимым имуществом – 21,9%. На промышленные предприятия приходилось 14,8% от общего количества предприятий. Наибольшее количество малых предприятий (83,3%) сосредоточено в трех городах: Донецк (64%), Макеевка (14%) и Горловка (5,3%) [5].

Доля наемных работников в компаниях оптовой и розничной торговли в общей численности работников, которые заняты в малом бизнесе составляет 25,6%, на промышленных предприятиях – 24,9%, на предприятиях, занимающихся операциями с недвижимым имуществом – 12,3%, по городам: Донецк – 61,5%, Макеевка – 12,7%, Горловка – 6,8% [5].

Для развития малого бизнеса существует некоторое количество важных факторов, к которым относятся:

- отношения с государством, которое в настоящий момент является самопровозглашенным и потому непризнанным;
- способность населения приобретать товар, продукцию и услуги;
- возможности развития бизнеса и конкуренция.

В связи с военными действиями на неподконтрольной Украине части Донбасса, функционирование крупного, среднего и малого бизнеса столкнулась с достаточным количеством проблем, из-за чего в настоящее время первые два переживают кризис, одной из причин появления которого является процесс национализации.

Малый же бизнес, в отличие от среднего и крупного, не так пострадал и продолжил функционировать. Однако, с 2014 г. часть предпринимателей ушла с рынка по причине иных политических взглядов и изменившихся экономических условий. Часть предпринимателей, начавших свой бизнес в 2014-2018 гг., то есть во время боевых действий, не выдержала напора и испытаний, вследствие чего закрылись. Общее количество бизнес-объектов сократилось до 30 тысяч, что сопоставимо с уменьшением количества жителей Республики на 46% [1]. Конкуренция на рынке также сохраняется в относительном балансе: низкий платежеспособный спрос населения является причиной того, что покупателей и клиентов не хватает всем одинаково. Наиболее заметно это в сфере общественного питания – количество ресторанов, кафе, ночных клубов, караоке сократилось; спрос на данные заведения сильно

упал в связи с военной ситуацией и падением уровня жизни населения, из-за чего данные заведения работают без ожидаемой прибыли. Вырос спрос на товары первой необходимости и товары, обеспечивающие выживание населения: в продовольственных, комиссионных магазинах и аптеках конкурентная борьба идет на жестких условиях.

Огромной проблемой является налаживание внешнеторговых связей, закупка и доставка товара, особенно его перевозка через границу из-за несоизмеримо высоких таможенных платежей и высокого уровня рискованности операций доставки. Непосредственной проблемы в поиске поставщиков нет: импортерами могут выступать такие страны как Россия, Беларусь, Турция, Китай, Абхазия. Так же, примерно 30% ассортимента товаров привозится из Украины, несмотря на рекомендации властей Республики отказаться от сотрудничества с данной страной.

Однако, для малого бизнеса главным является отношения с органами государственного управления и местного самоуправления Республики. Благодаря наличию работающих административных и разрешительных центров, регистрация и открытие субъекта малого бизнеса происходит за 2-3 дня, а перечень необходимых для этого документов не изменился с довоенного времени. Сама же регистрация субъектов хозяйствования регламентируется Постановлением Совета Министров Донецкой Народной Республики «Об утверждении Порядка государственной регистрации юридических лиц и физических лиц-предпринимателей», структура которого значительно отличается от аналогичных нормативно-правовых актов российской и украинской практики регулирования субъектных отношений. Этот документ в большей мере ориентирован на использование его государственными регистраторами, нежели предпринимателями: в нем, например, отсутствует информация о документах, необходимых для подачи на первичную регистрацию. Их состав можно установить с помощью перечня документов, хранящихся в регистрационных делах юридического и физического лица [4].

Налогообложение в Республике относительно «щадящее», так как многие предприниматели выбирают упрощенную систему налогообложения, где уплата налога осуществляется с валового дохода.

Проблемой бизнеса являются большие объемы проверок, устраиваемые контролирующими органами Республики. Результаты проверок всегда одинаковы – наложение штрафов на бизнес. В качестве примера следует привести следующие типичные ситуации – налоговая инспекция обвиняет предпринимателей, арендующих помещения, в несвоевременности регистрации договоров аренды из-за несовпадения сроков возникновения ДНР и прохождения регистрации договоров. Штраф за это варьируется в пределах от 10 до 20 тысяч рублей. При этом средняя заработная плата в Республике – 5-7 тыс. руб.

Помимо этого, к проблемам малого бизнеса в Республике следует отнести:

- отсутствие обратной связи с властью государства, которое не интересуется проблемами предпринимателей и бизнесменов;

- некомпетентность в экономических вопросах должностных лиц;
- отсутствие кредитования со стороны банковских учреждений.

За период с сентября 2014 г. по 2016 г. в городе Донецке зарегистрировано около 5,5 тысяч предприятий малого бизнеса с численностью занятых 38,2 тысяч человек, и 23,2 тысяч физических лиц-предпринимателей, у которых работает почти 10 тысяч человек. По итогам 2015 г., малыми предприятиями города реализовано продукции, выполнено работ и предоставлено услуг на сумму 34,4 млрд. руб. [4]. На сегодняшний день наблюдается тенденция небольшого роста в малом бизнесе. Увеличивается количество предпринимателей и число наемных работников, которое за 9 месяцев 2017 г. составило 23%. За период войны доля малого бизнеса в общем объеме реализованной продукции в Донецкой Народной Республике составила около 10%, за последний год она снизилась до 7,7%. По прогнозам специалистов, в 2018 г. ожидается увеличение доли малого бизнеса до 8% [2].

Однако рассчитывать на «естественный» рост представляется нецелесообразным. Приходится признать, что емкость и конъюнктура внутреннего рынка ДНР недостаточна для нормального существования в автономном режиме. Большинство развитых стран признает важность роли развития внешнеэкономической деятельности сектора малого бизнеса и роли внешнеэкономического фактора в развитии государства в целом. Развитие внешнеэкономических связей влияет на конкурентоспособность страны на глобальных рынках. В данном контексте развитие внешнеэкономической деятельности малого бизнеса представляется наиболее целесообразным, поскольку он обладает рядом неоспоримых преимуществ, эффективно удовлетворяя небольшие по объему кратковременные потребности населения и предприятий Республики. Фактором конкурентоспособности малых фирм является более высокая эффективность управления, легкость входа и выхода с рынка, смена вида бизнеса и возможность создания новой компании.

Возобновление внешнеэкономической деятельности ДНР, в частности, и за счет развития малого бизнеса, является жизненно важным для региона. Стимулирование участия малого бизнеса во внешнеэкономической деятельности способствовало бы налаживанию новых каналов поставки, насыщению рынков товарами и услугами, созданию рабочих мест, модернизации экономики, возрождению инфраструктуры и повышению жизненного уровня населения Республики.

В данный момент ДНР представляет собой достаточно большой рынок сбыта, который не регулируется Киевом. Ограниченность, в силу неопределенности политического статуса внешнеэкономических связей, дает дополнительные возможности для развития малого предпринимательства. По данным отчетов Министерства экономического развития Донецкой Народной Республики, на 2016 год, уже 989 предприятий стали субъектами внешнеэкономической деятельности (ВЭД). Количество предприятий с ВЭД с мая 2015 г. увеличилось более чем в 30 раз. Основными торговыми партнерами являются:

- РФ, с которой товарооборот составил 40,4 млрд. рублей (69%);

- Грузия – товарооборот составил 231 млн. рублей (0,4%);
- ЛНР – товарооборот составил 3 млрд. рублей (5,05%).

Сложности современного периода крайне затрудняют ведение внешнеэкономической деятельности малым бизнесом ДНР. Очевиден тот факт, что развитие ВЭД возможно только благодаря активным действиям государства по созданию эффективной системы государственного регулирования внешнеэкономической деятельности, направленной на формирование благоприятных организационных, финансовых, правовых, экономических, информационных и т.п. условий. Так, государственная поддержка внешнеэкономической деятельности предприятий малого бизнеса в зарубежных странах имеет ряд характерных преимуществ, к которым относятся:

- разработанные программы по финансовой поддержке малых предприятий;
- наличие содержательных информационно-аналитических источников и баз, созданных с целью оказания содействия в поиске зарубежных партнеров;
- консалтинговые фирмы, оказывающие поддержку малому бизнесу, занимающемуся внешнеэкономической деятельностью.

Таким образом, современное состояние государственных процессов в ДНР таково, что необходимо активно использовать все доступные инструменты активизации экономического развития, в частности, малый бизнес и ВЭД. Это требует соответствующих мер государственного регулирования, и, прежде всего, по определению международного политико-правового статуса Республики. Кроме того, необходимым является разработка стратегии роста данного сектора экономики во взаимосвязи с общим социально-экономическим развитием Республики. Необходимы комплексные долгосрочные меры, обеспечивающие малому бизнесу широкие возможности для роста и достижения им конкурентных преимуществ. Обязательным условием эффективного функционирования любого бизнеса в ДНР является упрощение нормативно-правовой базы и налоговой системы, постоянная корректировка законодательных и нормативно-правовых актов в соответствии с требованиями развивающейся экономики. Кроме того, к мерам, гарантированно обеспечивающим рост предпринимательской активности, следует отнести:

- сведение к минимуму административно-разрешительных и контрольных функций государственных структур Республики, освобождение бизнеса от излишних административно-чиновничьих влияний, защита прав субъектов хозяйствования, безопасности собственности предпринимателей;
- предоставление финансовой и материально-технической помощи путем создания многочисленных (в первую очередь, негосударственных) и доступных источников рискованного капитала;
- сдача в аренду средств производства и предоставление возможности покупки их на льготных условиях;
- упрощенный доступ к государственным заказам;
- формирование инфраструктуры поддержки малого бизнеса, развитие сферы консалтинговых услуг, совершенствование системы обучения и повышение квалификации предпринимателей.

Список литературы и источников:

1. ДНР возрождает промышленность вопреки блокаде и войне. 14.01.2017 г. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: URL: <https://vz.ru/economy/2017/1/13/853190.html>.
2. Донецкое агентство новостей / Официальный сайт. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://dan-news.info/ekonomika/v-2015>.
3. Выголко, Т.А. Развитие экономики Донбасса в рамках международного сотрудничества / Т.А. Выголко // Научные труды ДОННТУ. Серия экономическая. – 2015. – № 1. – С. 59-64.
4. Об утверждении Порядка государственной регистрации юридических лиц и физических лиц-предпринимателей: Постановление Совета Министров ДНР от 29.09.2014 г. № 36–10 [Электронный ресурс]. – Режим доступа :URL: dnronline.ru/postanovleniya/.
5. О развитии малого бизнеса в Республике. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://mer.govdnr.ru/index.php?option=com_content&view=article&id=2474:komp-mn-mal-biz-090217&catid=40&Itemid=66.

*Науменко Светлана Николаевна,
кандидат наук по государственному
управлению, доцент, докторант,
ГОУ ВПО «Донецкая академия управления и
государственной службы при Главе Донецкой
Народной Республики»,
г. Донецк, ДНР
naumesvetlana@yandex.ru*

ПЕРСПЕКТИВНЫЕ НАПРАВЛЕНИЯ УЧАСТИЯ МАЛОГО БИЗНЕСА В СИСТЕМЕ ГОСУДАРСТВЕННЫХ ЗАКУПОК ДОНЕЦКОЙ НАРОДНОЙ РЕСПУБЛИКИ

АННОТАЦИЯ. Эффективно функционирующая система государственных закупок каждой без исключения страны мира гарантирует поддержание оптимального уровня внутренних цен на продукцию стратегических отраслей, целевое использование бюджетных средств и оптимальное их распределение. Особую роль в процессе осуществления подобного рода закупок играет малый бизнес.

Целью исследования является выявление проблем и перспектив участия субъектов малого бизнеса в процедурах государственных закупок в Донецкой Народной Республике (ДНР).

Методами исследования выступают: анализ и синтез – выявление проблемных аспектов в участии малого бизнеса в госзакупках; системный и структурно-функциональный подходы – разработка перспективных направлений решения выявленных проблем. Результатом исследования является

ряд мероприятий организационно-экономического и нормативно-правового характера, направленных на улучшение субъектного взаимодействия системы государственных закупок ДНР.

КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА. Система государственных закупок, субъекты хозяйствования, малый бизнес, государственное регулирование, субъектное взаимодействие.

В период до 2013 г. годовой доход малых предприятий г. Донецка составил 33,9 млрд. грн., или 2/3 его областного объема. На 13,5 тыс. малых предприятий Донецка было занято 71,1 тыс. чел.

С сентября 2014 г. по 2016 г. в г. Донецке зарегистрировано 5,5 тыс. предприятий малого предпринимательства с численностью занятых 38,2 тыс. чел., и 23,2 тыс. физических лиц-предпринимателей, обеспечивающих занятость почти 10 тыс. чел. В 2015 г. в результате реализации продукции, выполнения работ, предоставления услуг было получено 34,4 млрд. руб. [1, с. 40]. Все это свидетельствует о роли малых предприятий в экономике Донецкой Народной Республики, а также о его потенциале в развитии национальной экономике. Данный потенциал может и должен быть использован в системе государственных закупок Республики.

Становление и развитие системы государственных закупок сопровождаются рядом проблем, связанных с участием в них субъектов хозяйствования – представителей крупного и малого бизнеса. Данные проблемы условно можно сгруппировать в два направления:

- объективные – порождаются самой системой (системные проблемы);
- субъективные – те, которые характерны для конкретного типа бизнеса (малого, среднего и крупного) (характерные проблемы субъектов хозяйствования).

К классическим системным проблемам можно отнести: коррупцию и другие злоупотребления в сфере государственных закупок; недостаточно развитую или недобросовестную конкуренцию; неразвитость механизмов гласности и прозрачности осуществления закупок, слабая система информирования о проводимой закупочной деятельности; несогласованность деятельности органов, регулирующих сферу закупок. В то время, как характерные проблемы субъектов хозяйствования, зависят от типа бизнеса. Так, малому бизнесу присущи слабая мотивация участия в закупках товаров, работ и услуг за бюджетные средства.

Предупреждая возникновение системных проблем, неизменно сопровождающих закупки за бюджетные средства, таких как коррупция и широкое использование коррупционных схем, законодательством Донецкой Народной Республики установлен механизм предупреждения и контроля за использованием коррупционных схем. Так, «Временным порядком о проведении закупок товаров, работ и услуг за бюджетные средства в Донецкой Народной Республике», который утвержден Постановлением Совета Министров Донецкой Народной Республики от 31 мая 2016 г. № 7-2 (в

редакции Постановления Совета Министров Донецкой Народной Республики от 07 декабря 2017 г. № 16-28, вступило в силу с 21.02.2018) (Временный Порядок), установлены методика оценки поступивших конкурсных предложений и регламентировано установление начальной (максимальной) цены контракта. Причем, установление цены подчинено положению, согласно которому она должна быть приведена в соответствие с предельно допустимой ценой, установленной (и периодически пересматриваемой Комиссией по закупкам товаров, работ и услуг, приобретаемых за бюджетные средства в ДНР). Информация о предельно допустимых ценах при закупке на отдельные виды товаров, работ, услуг за бюджетные средства в Республике размещается на официальном сайте Министерства экономического развития ДНР в рамках проведения мероприятий по жесткому ограничению расходования средств бюджета Донецкой Народной Республики и других государственных расходов, с целью предотвращения финансового кризиса. Данная мера государственного воздействия на деятельность субъектов хозяйствования имеет ряд отрицательных последствий, основным из которых является ограниченная возможность участия ряда субъектов малого бизнеса в процедуре закупок, и свидетельствует о «ручном рыночном регулировании» экономики. Положительным аспектом при этом остается тот факт, что предельно допустимая цена привязывается к локальному рынку, так цены на группу продуктов питания устанавливаются в разрезе городов и районов ДНР, что соответствует среднерыночным ценам на данных рынках.

Характерными проблемами участия субъектов малого бизнеса ДНР в государственных закупках являются:

- несовершенство законодательной базы, в том числе в сфере налогообложения;
- неразвитость механизмов государственной поддержки малого предпринимательства;
- отсутствие механизмов финансово-кредитной поддержки (отсутствие банковского кредитования) и страхования рисков малых предприятий;
- административные барьеры (участниками процедуры закупки могут быть все юридические лица и физические лица - предприниматели (кроме упрощенцев 1 группы и ФЛП-патентчиков, являющихся основными поставщиками группы продуктов питания в ДНР);
- проблемы взаимодействия малого бизнеса с государственными структурами (лицензирование деятельности и процедура взаимодействия с налоговыми органами);
- ограниченные возможности при организации внешнеэкономической деятельности (необходимость перерасчета сумм таможенных платежей на границах с Луганской Народной Республикой и Российской Федерацией ввиду отсутствия законодательно установленного Таможенного тарифа в ДНР);
- обострение конкурентной борьбы, в том числе при появлении «новых игроков» в виде крупных торговых сетей, предлагающих товары и услуги по более низким ценам.

Таким образом, складывается ситуация, когда участие в государственных закупках малого бизнеса пропадает мотивация, как со стороны заказчиков, так и со стороны самих субъектов малого и среднего предпринимательства. Заказчикам нет экономической выгоды работать с данной категорией субъектов – предлагаемая ими цена оказывается выше, чем у крупных торговых сетей. Субъекты малого бизнеса не желают принимать участие в процедурах государственных закупок из-за бюрократических и административных барьеров. Кроме того, в законодательстве ДНР. До сих пор существует проблема с обжалованием решений комитетов по закупкам, формируемым заказчиком. Так, Разделом 19 Временного Порядка предусмотрена возможность участника «обжаловать решения, действия или бездействия заказчика, Уполномоченного органа, комитета по конкурсным закупкам, которое противоречит законодательству в сфере закупок товаров, работ и услуг за бюджетные средства, в результате которого нарушено право или законные интересы такого лица, в судебном порядке, либо в порядке определенном Главой Донецкой Народной Республики» [2]. Сам же порядок обжалования не установлен. Поэтому создается «непрозрачная» ситуация при которой возможность предоставлена, а воспользоваться ей возможности нет.

Решением обозначенной проблемы мотивации является установление на законодательном уровне квоты закупок у малого бизнеса (опыт РФ, где согласно ст. 15 Закона № 94-ФЗ, заказчики обязаны размещать у субъектов малого предпринимательства от 10 до 20% от общего годового объема закупок [3]). Решение проблемы мотивации самих субъектов малого бизнеса видится в необходимости установления на законодательном уровне процедуры обжалования решений комитетов заказчика, а также внедрение процедуры банковского кредитования под выполняемую поставку в рамках государственных закупок.

Кроме того, из всего спектра процедур самих закупок в ДНР разрешено проводить только три из них: открытый конкурс, запрос ценовых предложений и закупку у одного участника. Другие же, зачастую наименее затратные по финансам и времени процедуры закупок (например, запрос котировок, редукцион, закрытый конкурс), не используются. Регламентация указанных процедур государственных закупок значительно повысит заинтересованность к участию в закупках, как заказчиков, так и исполнителей системы (в том числе, субъектов малого бизнеса).

Необходимо также четко установить критерии оценки поступивших в комитет заказчика заявок конкурсных предложений. Данная мера будет уместной ввиду отсутствия понимания их значимости в конкурсной документации. Так, Временным порядком установлено обязательное наличие четко установленных критериев и методики оценки в конкурсной документации, установлена приоритетность ценового критерия и его весомость (70%), то есть предполагается, что критериев должно быть более, чем один, причем какие иные критерии разрешено использовать, не указано даже на рекомендательном уровне. По результатам опроса членов комитетов заказчиков установлено, что при проверках органами государственного регулирования

нарушениями в использовании критериев (как попытки внедрения коррупционных схем) являются установление таких критериев как: срок действия ценового предложения и условия платежа. Отсюда тенденция к выбору таких схем организации закупок, которые позволяют обходить необходимость проведения конкурсных процедур.

Решению проблем, характерных для малого бизнеса будет способствовать внедрение механизмов партнерства и поручительства в практику государственных закупок.

Партнерство может быть реализовано как в форме государственно-частного, так и корпоративного. Механизм государственно-частного партнерства целесообразно применять в случаях использования процедур закупок работ и услуг, требующих ряда узкоспециализированных исполнителей. Например, капитальный ремонт и строительство зданий и сооружений, где составление сметы затрат отводится специализированным государственным проектно-сметным организациям, поставки материалов – субъектам малого и среднего бизнеса, сами же работы – специализированным (крупным и мелким) строительным фирмам на условиях субподряда. Механизм корпоративного партнерства крупного и малого бизнеса может быть реализован в случаях наличия административных барьеров, когда законодательно установленные требования к участникам не могут быть выполнены. Механизм поручительства следует рассматривать в тех случаях, когда объемы закупок существенны, либо требуют значительных финансовых ресурсов. Учитывая факт отсутствия возможностей банковского кредитования субъектов малого бизнеса в ДНР, наличие поручителя в договорных отношениях между субъектом малого бизнеса (участником процедуры госзакупки) и заказчиком станет гарантией выполнения таких поставок.

До сих пор на уровне предприятий-заказчиков сохраняется проблема организационного характера: комитеты по закупкам формируются из числа штатных сотрудников данных предприятий матричным способом. А ввиду того, что подавляющее большинство заказчиков являются представителями бюджетной сферы (учреждения образования, здравоохранения, исправительные учреждения, администрации городов и районов) не имеющими в своей структуре экономических и финансовых служб, соответственно, не имеющими представление о бюджетном планировании, но обязанные осуществлять такое планирование в рамках закупок за бюджетные средства, то возникает проблема нежелания выполнять такого рода работы членами самого комитета (еще и на добровольных началах). Что, в свою очередь, негативно сказывается на качестве исходящей конкурсной документации, и, как следствие, ее непонимание участниками и низкий интерес к самой закупке. Решение данной проблемы возможно через создание единых центров закупок, организуемых при профильных министерствах и ведомствах, на базе которых формируются комитеты по закупкам из числа квалифицированных кадров, работа которых заключается исключительно в проведении процедур и оплачивается соответственно.

Таким образом, решение обозначенных объективных и субъективных проблем в государственных закупках Донецкой Народной Республики представляется возможным за счет:

- совершенствования нормативно-правовой базы (установление процедуры обжалования решений комитетов по закупкам, расширение количества процедур самих закупок, разъяснение положений относительно критериев оценки конкурсных предложений на методическом уровне);
- системно-структурных изменений в сфере закупок товаров, работ и услуг за бюджетные средства (переход от децентрализованной системы закупок к распределительной);
- внедрения механизмов государственно-частного и корпоративного партнерства и поручительства в практику государственных закупок.

Список литературы и источников:

1. Экономика Донецкой Народной Республики: состояние, проблемы, пути решения: научный доклад / коллектив авторов ГУ «Институт экономических исследований» в рамках сотрудничества с Институтом народнохозяйственного прогнозирования Российской академии наук ; под науч. ред. А.В. Половяна, Р.Н. Лепы ; Министерство образования и науки Донецкой Народной Республики. Государственное учреждение «Институт экономических исследований». – Донецк, 2017. – 84 с.

2. Временный порядок о проведении закупок товаров, работ и услуг за бюджетные средства в Донецкой Народной Республике», который утвержден Постановлением Совета Министров Донецкой Народной Республики от 31 мая 2016 г. № 7-2 (в редакции Постановления Совета Министров Донецкой Народной Республики от 07 декабря 2017 г. № 16-28. [Электронный ресурс]. – Режим доступа : http://www.mer.govdnr.ru/index.php?id=26&option=com_phocadownload&view=category.

3. О размещении заказов на поставки товаров, выполнение работ, оказание услуг для государственных и муниципальных нужд : Федеральный закон N 94-ФЗ от 21.07.2005 г. [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://www.gov-zakupki.ru/zakon/2>.

Николаева Ольга Николаевна,
кандидат наук по государственному
управлению, доцент, ГОУ ВПО «Донецкая
академия управления и государственной
службы при Главе Донецкой Народной
Республики», olga-nony@yandex.ru

Смелянская Марина Евгеньевна,
студентка 2 курса магистратуры
ГОУ ВПО «Донецкая академия управления
и государственной службы
при Главе Донецкой Народной Республики»,
г. Донецк, ДНР
marina-smeljanskaja00@rambler.ru

МЕХАНИЗМЫ РАЗВИТИЯ МАЛОГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА В ДОНЕЦКОЙ НАРОДНОЙ РЕСПУБЛИКЕ: ОРГАНИЗАЦИОННО-ПРАВОВЫЕ АСПЕКТЫ

АННОТАЦИЯ. Современные социально-экономические и политические условия хозяйствования актуализируют необходимость развития малого предпринимательства как одного из факторов повышения благосостояния населения и уровня развития государства.

В статье рассматриваются организационно-правовые механизмы развития малого предпринимательства в Донецкой Народной Республике.

Для решения поставленных задач авторами используются общенаучные методы исследования экономических явлений и процессов.

Результаты, полученные в ходе исследования, имеют практическое значение и вносят вклад в теорию и методологию формирования организационно-правового механизма развития малого предпринимательства.

КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА. Малое предпринимательство, угрозы развития, нормативно-правовое обеспечение, организационно-правовой механизм.

Социально-экономическое процветание государства невозможно без устойчивого развития малого предпринимательства. Малый бизнес способствует снижению негативных последствий экономических кризисов, активизирует создание новых рабочих мест, вносит весомый вклад в увеличение объемов производства, розничного товарооборота, создает благоприятную среду для развития конкуренции и т.д.

Вместе с тем, следует отметить, что малое предпринимательство сегодня сталкивается с рядом трудностей, рисков и проблем, среди которых финансово-экономические, организационные, правовые, институциональные и др. Решение

этих вопросов является одним из важнейших условий деятельности малых предприятий, достижения устойчивого и сбалансированного их развития.

Организационно-правовые и институциональные проблемы развития малого предпринимательства рассматриваются в работах А. Барановского, С. Варналия, Л. Дмитриченко, Е. Долгалевой, А. Кужель, В. Ляшенко, С. Мочерного, А. Химченко. Финансовым аспектам развития малого бизнеса уделяется внимание в работах Л. Волощенко, В. Орловой, О. Микитюк [2] и др. Среди российских ученых, занимающихся исследованием вопросов развития малых предприятий в регионах, следует отметить А. Азимова, А. Большакова, Е. Уткина, Г. Лазарева, О. Игнатьева, М. Лапусту, А. Муравьева, В. Песоцкую, В. Томилова, М. Горенбургова, Б. Шохина, Н.Ю.Сайбель, А.С.Печенова [5]. Также проблемам развития малого предпринимательства посвящены работы многих западных специалистов, прежде всего, Т. Дикки, Д. Берджеса, К. Боуи, Дж. К. Ван Хорна, Р. Дорнбуша, М. Мескон, Я. Мейтланда, Д.Дж. Речмена, Дж.В. Твилла, П. Уилсона, С. Фишера, К. Ховарда, Р. Шалензи, Д. Штайнхофф и других. Ввиду актуальности обозначенных вопросов, считаем целесообразным их дальнейшее исследование.

На протяжении последней четверти века мировая практика доказала, что малое предпринимательство играет важную роль, а в некоторых развитых государствах даже доминирующую роль в функционировании экономики. Так, например, доля малого предпринимательства в ВВП США, Канады, Великобритании и других развитых странах составляет 50–60%; в странах Евросоюза – около 70%; в Китае предпринимательство является одной из причин высоких темпов экономического роста – 55%; в России – 17% [0]. Темп прироста показателей деятельности малых предприятий в отдельных европейских странах за 2014-2016 гг. представлен в табл. 1.

По данным Организации Объединенных Наций (ООН) в мире насчитывается 53-55 млн. малых предприятий. За последнее десятилетие в рамках стратегических программ модернизации хозяйственных систем разных стран возросла необходимость активизации малого предпринимательства, поскольку малые и средние предприятия являются важной частью хозяйственной структуры, повышающей ее гибкость [2].

В рыночной экономике малые предприятия считаются гибкими, маневренными, способными эффективно управлять своими расходами, в своей деятельности в основном приближенными к потребителям (производство, торговля, услуги), способными быстро реагировать на изменения спроса и учитывать пожелания клиентов. Создавая значительное количество рабочих мест и занимая значительную долю в производстве валового внутреннего продукта (ВВП), малое предприятие образует ядро гарантированной занятости большей части населения, обеспечивает им благосостояние и играет политически стабилизирующую роль в обществе.

Таблица 1. Темп прироста отдельных показателей деятельности малых предприятий в отдельных странах, 2014-2016 гг., % [4]

Страна	Германия		Англия		Франция		Испания	
	Всего	МП	Всего	МП	Всего	МП	Всего	МП
Показатель								
Количество предприятий	15,0	15,0	-3,0	-3,0	6,6	6,6	-14,8	-14,8
Количество занятых	13,2	16,7	-2,8	-0,8	10,8	9,9	-19,3	-20,9
Добавленная стоимость	9,0	12,0	-9,1	-8,7	-1,0	-2,9	-21,1	-24,1
Валовые инвестиции в материальные активы	-1,0	1,3	-12,7	-27,7	9,5	14,4	-9,1	-20,1
Товарооборот	-0,3	2,0	-18,6	-13,3	-1,3	11,4	9,1	9,4
Заработная плата	6,7	8,5	-14,3	-15,7	13,1	13,1	15,9	16,8
Валовая прибыль	-0,3	2,0	-18,6	-13,3	-1,3	11,4	9,1	9,4
Зарплата на 1 занятого	6,7	8,5	-14,3	-15,7	13,1	13,1	15,9	16,8
Продуктивность труда на 1 занятого	1,9	3,5	-17,4	-15,0	7,4	13,9	20,2	21,8

Развитие малого предпринимательства является одним из условий перехода Донецкой Народной Республики к полноценным рыночным отношениям. От малого предпринимательства зависит устойчивое развитие экономики Республики и обеспечивается стабильность в экономической сфере.

Так, в период до 2013 г. годовой доход малых предприятий г. Донецка составил 33,9 млрд. грн., или 2/3 его областного объёма. На 13,5 тыс. малых предприятий Донецка было занято 71,1 тыс. чел.

С сентября 2014 г. по 2016 г. в г. Донецке зарегистрировано 5,5 тыс. предприятий малого предпринимательства с численностью занятых 38,2 тыс. чел., и 23,2 тыс. физических лиц-предпринимателей, обеспечивающих занятость почти 10 тыс. чел. В 2015 г. в результате реализации продукции, выполнения работ, предоставления услуг было получено 34,4 млрд. руб. [6, с. 40].

Таким образом, в условиях непризнанности Донецкой Народной Республики отсутствует полномасштабная работа предприятий малого бизнеса, которые в свое время являлись основным источником наполнения бюджета территории.

В период со II половины 2014 года и по сегодняшний день Министерством экономического развития Донецкой Народной Республики были созданы соответствующие организационно-правовые условия для развития малого предпринимательства в Республике, а именно:

– принят ряд законодательных актов, регулирующих функционирование малого предпринимательства в ДНР (Закон ДНР «О налоговой системе» № 99-ІНС от 25.12.2015, Закон ДНР «О внесении изменений в Закон Донецкой Народной Республики «О налоговой системе»» № 131-ІНС от 26.05.2016, Закон ДНР «О лицензировании отдельных видов хозяйственной деятельности» № 18-ІНС от 27.02.2015, Закон ДНР «О таможенном регулировании в Донецкой Народной Республике» №116-ІНС от 25.04.2016 и др.) и многие другие нормативно-правовые акты;

– разрабатываются программы для поддержки и развития малого предпринимательства;

– координируется работа органов исполнительной власти Донецкой Народной Республики по содействию развитию малого предпринимательства;

– создана Ассоциация предпринимателей ДНР, осуществляется взаимодействие с общественными организациями и др. [3].

В настоящее время малый бизнес в ДНР испытывает определенные сложности. Непростая экономическая обстановка в Республике (разрыв хозяйственных связей, неразвитость финансовой инфраструктуры поддержки субъектов малого бизнеса, инфляция, спад производства и т.п.) не способствуют развитию малого предпринимательства. В целом, угрозы, с которыми сталкиваются малые предприятия в Республике можно представить следующим образом (рис.1.).

Учитывая масштабы развития малого бизнеса в мире и в сравнении с его долей в развитых странах, позиции малого предпринимательства в Донецкой Народной Республике еще не так прочны. Главная причина этому – роль малого предпринимательства представляется по упрощенной модели. Следовательно, развитие малых предприятий сталкивается с определенными проблемами.

По мнению специалистов, неблагоприятные тенденции развития предпринимательства в ДНР обусловлены такими объективными причинами как уменьшение емкости внутреннего рынка и покупательной способности населения, низкий уровень защиты имущества и прав собственности субъектов предпринимательства, несовершенство действующего законодательства.

Учитывая роль организационно-правового механизма развития малого бизнеса в Донецкой Народной Республики предложения по совершенствованию действующего законодательства, регламентирующего предпринимательскую деятельность в Республике, сводятся к следующему [0]:

1. Отменить бухгалтерскую отчетность для ФЛП упрощенного налога I и II групп и заменить его фиксированным налогом.

2. Установить льготный режим на ввоз товара, применяя ставку правил таможенного декларирования на сумму до 1000 € и вес до 100 кг сопровождаемого груза бесплатно.

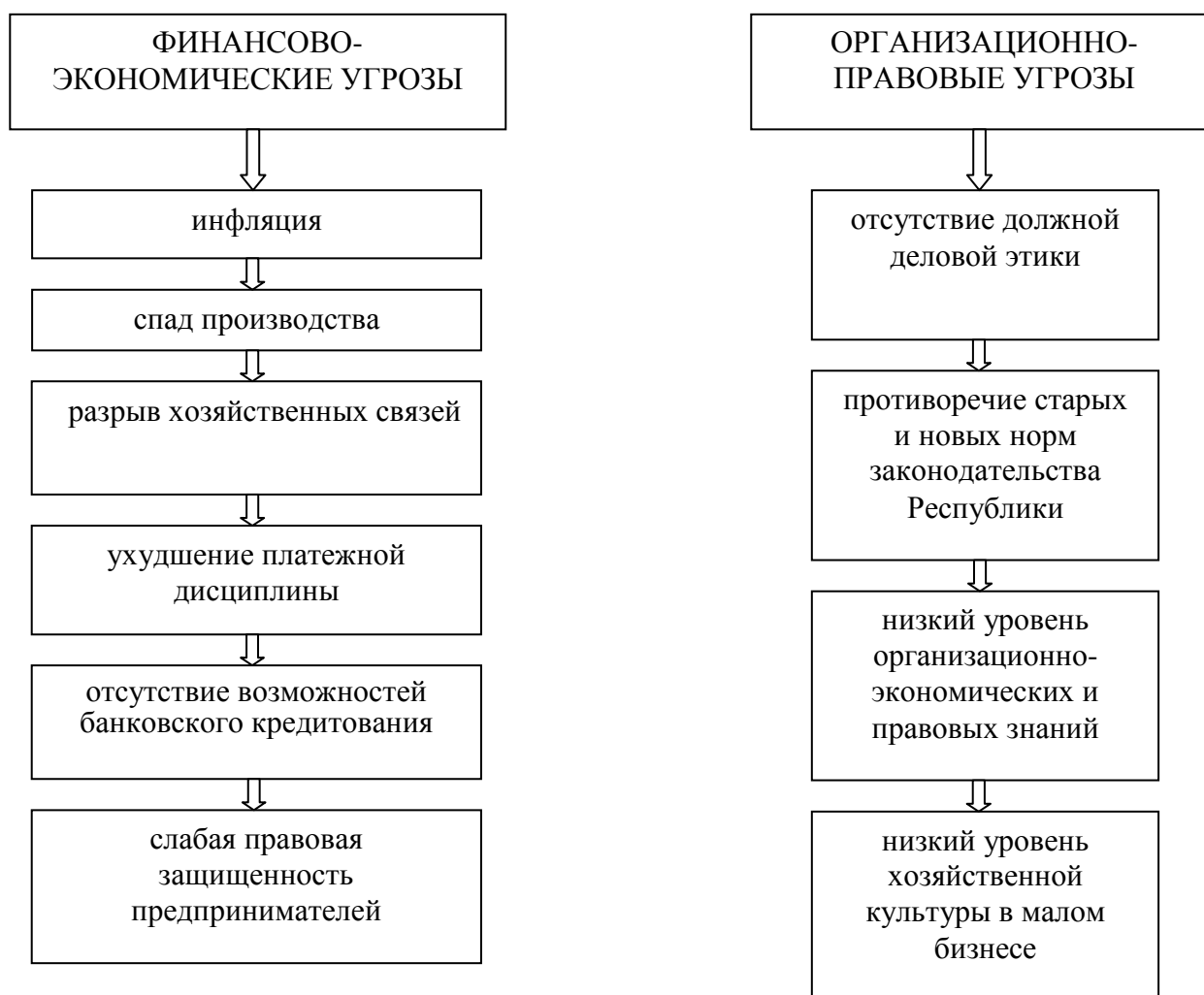


Рисунок 1. Угрозы развития малого предпринимательства в Донецкой Народной Республике

3. Отменить наличие сертификата на промышленные товары до признания ДНР на международном уровне.

4. Отменить ежемесячную отчетность для ФЛП, заменив ее квартальной.

5. Отменить для ФЛП I и II групп упрощенного налога – кассовый чек и кассовую книгу, не вводить кассовые аппараты, а товарный чек выдавать по требованию покупателей.

6. Согласовать с ФЛП и опубликовать на сайте ДНР требование к ценникам на товар для продовольственных и непродовольственных товаров.

7. Отменить двойное взимание таможенных пошлин на товары из других стран, провозимые транзитом через Россию.

8. Отменить переклеймение ювелирных изделий для розничной торговли.

9. Минимизировать штрафы налоговой службы и защит прав потребителей или предоставлять месячный период на их устранение.

10. Установить испытательный срок для наемных работников 1 месяц без оформления и принимать на работу на 1/2 ставки и 1/3 ставки (узаконить).

11. Ввести обязательное предупреждение (уведомление) о проверке за 10 календарных дней.

12. Привести к единой форме договоры аренды торговых предприятий (по форме типового договора и сумм арендной платы за 1 кв.м. согласно месту расположения и состоянию торгового объекта) и обосновать эту стоимость.

Указанные проблемы, с которыми сталкиваются отечественные предприниматели, свидетельствует о том, что пока не в полной мере сформированы условия, необходимые для развития малого бизнеса в ДНР.

Таким образом, можно констатировать, что малое предпринимательство представляет сектор экономики, развитие которого оказывает существенное влияние на будущее Донецкой Народной Республики. Малое предпринимательство содействует инвестиционной активности и противодействует спаду производства. Поэтому создание организационно-правовых механизмов развития малого предпринимательства, определение форм и методов их реализации должны быть неотъемлемой частью преобразований, как основы социально-политической стабильности в обществе. Дальнейшее развитие в сфере малого предпринимательства без активного положительного содействия государства может привести к спаду этого сектора экономики с обострением экономических проблем и усилением социального напряжения в обществе.

Список литературы и источников:

1. Малое предпринимательство ДНР: роль, проблемы, перспективы развития [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://infourok.ru/maloe-predprinimatelstvo-dnr-rol-problemi-perspektivi-razvitiya-1783764-page11.html>

2. Микитюк О.И. Финансовое обеспечение развития малых предприятий / О.И. Микитюк // Финансы. - 2007. - №6. – 176 с.

3. Официальный сайт Министерства экономического развития Донецкой Народной Республики. – Режим доступа: <http://mer.govdnr.ru>

4. Петровская А.В. Финансовые аспекты развития малого бизнеса / А.В. Петровская, Ю.С. Ермакова // Сфера услуг: инновации и качество. - 2013. - № 13. – 249 с.

5. Сайбель Н.Ю. Проблемы развития предпринимательства в России / Н.Ю. Сайбель, А.С. Печенов // «Молодой учёный». - № 28 (132). - Декабрь, 2016. – С. 536-540.

6. Экономика Донецкой Народной Республики: состояние, проблемы, пути решения: научный доклад / коллектив авторов ГУ «Институт экономических исследований» в рамках сотрудничества с Институтом народнохозяйственного прогнозирования Российской академии наук; под науч. ред. А.В. Половяна, Р.Н. Лепы; Министерство образования и науки Донецкой Народной Республики. Государственное учреждение «Институт экономических исследований». – Донецк, 2017. – 84 с.

*Соловьёва Александра Александровна,
студентка 1 курса магистратуры
ГОУ ВПО «Донецкая академия управления и
государственной службы при Главе Донецкой
Народной Республики»*

*Научный руководитель: **Ободец Р.В.**,
д.э.н, доцент, ГОУ ВПО «Донецкая академия
управления и государственной службы
при Главе Донецкой Народной Республики»,
г.Донецк, ДНР*

ИНСТРУМЕНТЫ И МЕТОДЫ РАЗВИТИЯ ИННОВАЦИОННОГО ПОТЕНЦИАЛА ЭКОНОМИКИ РОССИИ

АННОТАЦИЯ. Актуальность темы исследования обусловлена необходимостью стимулирования механизмов инновационного развития.

Цель – определить эффективные инструменты и методы развития инновационного потенциала российской экономики, базирующейся на малом бизнесе.

В процессе исследования применялись методы анализа, дедукции, методы прогнозирования, статистические методы и другие.

В статье рассмотрено и выделено одним из перспективных направлений инновационного потенциала развитие в виде технопарков, а в качестве инструментов развития выступают методы экономического регулирования инновационного процесса такие как: планирование и программирование инноваций, государственно-частное партнерство, государственное инвестирование, кредитование, лизинг, выделение приоритетов в сфере государственного управления инновациями, повышение конкурентоспособности среднего и малого бизнеса, поддержка фундаментальных научных исследований, развитие системы образования и т.д.

КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА. Малый бизнес, инновационный потенциал, механизмы инновационного развития, технопарк, инновационное предприятие, методы экономического регулирования инновационного процесса

На протяжении многих лет предпринимательство выступает в качестве необходимого условия по достижению экономического успеха, поскольку оно играет роль главного двигателя в процессах инновационного развития. Именно поэтому в развитии современной рыночной экономики необходимо стимулировать механизмы инновационного развития.

Данное направление рассматривалось в работах как отечественных, так и зарубежных ученых как: С.С. Варналий, И.И.Разумнова, Л.С. Засимова, Б.В. Осадчая, И.Кузнецов, М.Г.Кузык, Ю.В.Симачев, М.П.Афанасьев, Н. Андерсон,

Р.Л. Акофф, С.Блока, Ф. Даманнур, А.Г.Зальтман, Р.Зейлер, Р.Кантер, Д. Кэмпбелл, Г. Макмиллан, Н.Николсон, Е.Роджер, и других [1].

Известно, что основой формирования материальной составляющей благосостояния и социальной стабильности всех индустриально развитых стран мира выступает малый бизнес. Поэтому справедливо утверждать, что развитие малого бизнеса имеет огромное значение для рационального формирования всей экономической пирамиды, и благодаря которому будет обеспечена занятость значительной части населения, что в свою очередь будет способствовать превращению экономики в более конкурентоспособную, использующую достижения научно - технического прогресса.

Следует отметить, что колоссальный успех данного направления будет зависеть от степени заинтересованности всех слоев населения, поскольку в случае процветания малого бизнеса страна и народ будут богатеть, а экономика в свою очередь, обогащаться инновациями [2].

В отношении экономической, социальной и политической мощи современного государства можно констатировать, что значительная роль отведена технологиям. Здесь важны не столько сами технологи, не столько способность общества непрерывно их генерировать, сколько умение передавать их на рынок, быстро превращать в нужную потребителям продукцию и услуги. На сегодняшний день, тенденция инновационного потенциала малого предпринимательства в России недоиспользуется: количество используемых передовых технологий постоянно снижается и не демонстрирует устойчивых тенденций роста, а удельный вес созданных новых технологий в целом по России остается на низком уровне – 8,5% (по итогам 2016 года) [3].

Анализируя проблемы инновационной активности среднего и малого предпринимательства, отметим следующее: наиболее значимым фактором выступает проблема недоступности финансовых средств для авансирования инновационного процесса, которая проявляется как на стадиях научно-технических разработок, так и на этапах инновационных изменений в производстве [4].

Мировой опыт демонстрирует следующую перспективу: объем вклада научных достижений в рост ВВП может превышать 50%. Так на сегодняшний день уровень объема рынка наукоёмкой продукции превысил 2 трлн. 300 млрд. долл. США. Из этой суммы 39 % составила продукция США, 30 % товары Японии, 16 % – Германии, а России – всего 0,3 %. Основываясь на вышеуказанных данных Национального доклада «Инновационное развитие — основа модернизации экономики России», были определены следующие препятствующие факторы: низкая востребованность инновационного бизнеса; отсутствие надлежащей правовой базы; малый объем «длинных» кредитных ресурсов или инвестиций для технологического переоснащения; высокие экономические риски и длительные сроки окупаемости вложений в нововведения; недостатки в налогообложении; недобросовестная конкуренция, административные барьеры, коррупция [5].

К этому перечню препятствующих факторов можно добавить и кризисные периоды, связанные с нестабильностью и неопределенностью.

Ярким примером подобных явлений выступает ситуация в Донецкой Народной Республике, где, к сожалению, методы и инструменты развития инновационного потенциала не реализуются в должном объеме.

Положение России в ближайшие два-три десятилетия может кардинально поменяться. Так, Россия могла бы подняться с 0,3% до 5–10% на рынках высокотехнологичных товаров и интеллектуальных услуг по 8–10 позициям (из примерно 50 видов макротехнологий, определяющих сегодня этот рынок), к ним относятся: ядерные технологии, авиа- и судостроение, программное обеспечение, военная техника, образовательные услуги, космические услуги и, вполне возможно, IT, нано-, биотехнологии и др. И немалую роль в этом может сыграть малый инновационный бизнес, постоянно сканирующий рынок, обладающий гибкостью, адаптивностью, требующий существенно меньших финансовых ресурсов для проверки коммерческой пригодности инноваций [6].

Перспектива такой тенденции, безусловно, целесообразна и эффективна. В 40 субъектах РФ насчитывается 107 технопарков, причем 80% из них – это стабильно функционирующие структуры. Суммарно в технопарках России уже размещено около 4100 малых инновационных предприятий, организовано свыше 71200 новых рабочих мест. При этом в 8 регионах России, обладающих высоким научно-технологическим потенциалом создано 18 федеральных инновационно-технологических центров, в которых действует около 400 малых технологических предприятий с численностью работающих около 7 тыс. человек. И это не предел для дальнейшего развития [7,8].

Помимо создания и развития новых объектов малого инновационного бизнеса следует модернизировать методы экономического регулирования инновационного процесса, такие как: планирование и программирование инноваций, государственно-частное партнерство, государственное инвестирование, кредитование, лизинг, которые, прежде всего, будут выступать стимулирующими инструментами инновационной экономики.

Кроме того, существенно помогут достичь поставленных результатов такие меры как: выделение приоритетов в сфере государственного управления инновациями, повышение конкурентоспособности среднего и малого бизнеса, поддержка фундаментальных научных исследований, развитие системы образования и т.д. [9].

Таким образом, для успешного развития инновационного предпринимательства в России необходимы совместные усилия правительства, бизнеса и общества, которые будут идти, сопровождаясь институциональными сдвигами в конкурентной среде, общественной идеологии и культуре, которые в свою очередь будут способствовать благополучию и процветанию России не только на локальном уровне, но и на мировой арене.

Относительно ситуации в Донецкой Народной Республике, следует заметить, что, не смотря на все сложности в экономической, политической и социальной сфере, государство обладает достаточным научным потенциалом.

За весь свой период существования Донецкая Народная Республика выступила организатором и участником множественных научных форумов, конференций и выставок. Кроме того, на сегодняшний день принят закон «О

государственно-частном партнёрстве», и работают 19 научно – исследовательских институтов [10].

Таким образом, перспектива эффективного развития инновационного потенциала, безусловно, есть. Кроме того, желательно, чтобы была задействована и политическая воля РФ, ведь при условии внешней помощи, инвестиций в реальный сектор, экономика имеет шанс развиваться.

Список литературы и источников:

1. Варналий С. С. Малое предпринимательство: основы теории и практики. — М.: Финансы и статистика, 2010. — 302 с.
2. Разумнова И. И. Новые тенденции предпринимательской деятельности: экономика, политика, культура. — 2010. — № 9. — С. 100–106
3. Индекс научно-технологического развития субъектов РФ – итоги 2016 года., – [Электронный ресурс], – Режим доступа: <http://riarating.ru/regions/20171017/630074961.html>
4. Л.С. Засимова, Б.В. Кузнецов, М.Г. Кузык, Ю.В. Симачев, А.А. Чулок.,- Проблемы перехода промышленности на путь инновационного развития: микроэкономический анализ особенностей поведения фирм, динамики и структуры спроса на технологические инновации— М.: МОНФ, 2008. — 264 с.
5. Национальный доклад «Инновационное развитие — основа модернизации экономики России». — М.: ИМЭМО РАН, ГУ-ВШЭ, 2015.
6. Федеральная служба статистики. Инновационная активность организаций. — [Электронный ресурс], – Режим доступа: http://www.gks.ru/bgd/regl/b12_14p/IssWWW.exe/Stg/d03/22-15.htm
7. Технопарки и технополисы России.- – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://moneymakerfactory.ru/spravochnik/tehnoparki-rossii/>
8. Федеральный закон “Об инновационной деятельности и государственной инновационной политике в Российской Федерации”
9. Осадчая И. Изменения в механизмах государственного регулирования экономики развитых стран: влияние глобализации // Год планеты: Политика. Экономика. Бизнес. Банки. Образование: сб. науч. тр. [под ред. О. Лагутенко]. — М.: Республика, 2011. — Вып. 2. — 256 с.
10. Экономика Донецкой Народной Республики: состояние, проблемы, пути решения: научный доклад / коллектив авторов ГУ «Институт экономических исследований» в рамках сотрудничества с Институтом народно-хозяйственного прогнозирования Российской академии наук; под науч. ред. А.В. Половяна, Р.Н. Лепы; Министерство образования и науки Донецкой Народной Республики. Государственное учреждение «Институт экономических исследований». – Донецк, 2017. – 84 с.

*Варейко Ольга Геннадьевна,
старший преподаватель,
УО «Институт предпринимательской
деятельности», г. Минск, Беларусь
osgsvarieiko@gmail.com*

ПОТЕНЦИАЛ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ТЯНУЩИХ ПРОИЗВОДСТВЕННЫХ СИСТЕМ НА БЕЛОРУССКИХ ПРЕДПРИЯТИЯХ

АННОТАЦИЯ. Политические, экономические и социальные реалии диктуют необходимость более продуманного подхода к организации производства и сбыта отечественных предприятий.

Ключевым фактором выживания предприятий в условиях жесткой конкуренции становится выработка гибкости к запросам и потребностям рынка.

Логистический подход в организации производственного процесса позволяет обеспечить данную гибкость.

КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА. Производственная логистика, канбан, точно в срок, эффективность.

Изучая организацию управления материальными потоками в производственной логистике, мы задаемся вопросом, почему большинство белорусских предприятий придерживаются традиционной концепции организации производства. Конечно, ее безусловным преимуществом являются запасы, которые способны быстро удовлетворить спрос потребителей и привести к увеличению доходов при возможном повышении цен на продукцию. Но и это не исключает постоянные расходы на хранение. Статистические данные исследования рынка сообщают, что из-за неэффективного управления запасами участники мировой торговли теряют до 196 миллиардов долларов в год.

Актуальность данной темы обусловлена тем, что быстрая реакция на изменения требований рынка, повышение гибкости и прозрачности производства, оптимизация процесса планирования, снижение складских затрат и времени простоя – всё это способствует сохранению конкурентоспособности предприятия. И именно эти показатели непосредственно зависят от выбранной системы организации производства.

Мы считаем, что в настоящий момент более актуальной является логистическая концепция, характеризующаяся тянущей системой управления производством. Она обладает рядом неоспоримых преимуществ, таких как сокращение простоев, высокий уровень цехового управления, быстрота реакции на требования рынка, минимизация сроков нахождения продукции на стадии производства. На наш взгляд, самой противоречивой чертой данной системы является отсутствие запасов. Чтобы сделать вывод о том, является ли это достоинством или недостатком для предприятия, сравним два наиболее

ярких представителя противоположных систем: фирму «Тайота» со стороны системы «тянущего» типа и «Форд» со стороны «толкающей».

Наиболее известной системой «тянущего» типа является система «Канбан», которую успешно используют в японской фирме «Toyota». Отсутствие запасов не помешало ей в 2017 году иметь выручку в размере 253 миллиардов долларов, а чистую прибыль в размере 16,1 миллиарда долларов. В этом же году сумма выручки в «FordMotor» составила 157 миллиардов долларов, чистая прибыль – 7,6 миллиарда.

Исходя из этих показателей, можно сделать вывод, что фирма, использующая систему «тянущего» типа, работает эффективнее, чем предприятие, работающее по принципу традиционной концепции организации производства. Конечно, прибыль зависит не только от затрат на хранение. Производственная система «Канбан», которую использует «Тайота» также характеризуется коротким временем выполнения заказов, высоким уровнем готовности поставок, фактическим отсутствием брака выпускаемой продукции, стабильностью и прозрачностью производственных процессов. Это, безусловно, сокращает расходы фирмы и дает ей преимущество при сравнении с производственной системой «Форд».

К белорусским предприятиям, использующим логистическую концепцию организации производства можно отнести организации, занимающиеся изготовлением скоропортящихся продуктов, так как запасы данного вида товара могут привести к убыткам.

В Беларуси преобладает применение традиционной концепции организации производства. Иногда выбор данной концепции обусловлен видом производимого товара, а иногда не обусловлен ничем, кроме вероятности повышения цен и спроса.

Мы считаем, что необходимо уходить от запасов «на всякий случай» и делать упор непосредственно на качество производимого товара. Приход к логистической концепции позволит устранить простои оборудования и не всегда оправданные расходы на хранение, а также сведет возможность производства бракованного товара к минимуму, что в целом позволит повысить лояльность потребителя к фирме-производителю и увеличить сумму чистой прибыли в несколько раз.

Также нельзя упустить тот факт, что для Беларуси переход организаций на более выгодные «тянущие» системы приведет к поступлению большей суммы налогов, что приведет к повышению уровня медицины, образования, культуры и жизни населения в целом.

Список литературы и источников:

1. Логистика: Учебник. – 484с., Гаджинский А.М., М: «Дашков и Ко», 2014.

Сессия 2. Массовизация цифровой экономики и бизнес: сегодня и завтра. Роль органов власти и общества в организации данной работы

*Кожура Мария Анатольевна,
учитель информатики высшей категории,
МБОУ «СОШ №33», г. Курск
mkogura@mail.ru*

*Барыбин Илья Геннадьевич,
студент магистратуры,
Курский государственный университет,
г. Курск, msra4enko@mail.ru*

МЕЖПРЕДМЕТНАЯ ИНТЕГРАЦИЯ НА УРОКАХ ИНФОРМАТИКИ КАК СРЕДСТВО РАЗВИТИЯ ПОЗНАВАТЕЛЬНОЙ МОТИВАЦИИ И ФОРМИРОВАНИЯ ИКТ-КОМПЕТЕНТНОСТИ ОБУЧАЮЩИХСЯ

АННОТАЦИЯ. Рассматривается опыт педагогической деятельности по формированию ИКТ-компетентности обучающихся и развитию познавательной мотивации, подтверждающий, выдвинутую авторами гипотезу: внедрение задач межпредметного характера обеспечивает решение проблем, связанных с формированием ИКТ-компетентности учащихся, обеспечит развитие их познавательной мотивации для жизни в современном информационном обществе.

КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА. Познавательная мотивация, информатика, ИКТ-компетентность, межпредметный потенциал, предметные связи, информационное общество, инструментальные средства информатики.

Проведенные психологические исследования показывают, что роль мотивации в успешном обучении школьников значительно выше, чем их интеллектуальные способности [3].

В случае недостаточно развитых способностей обучающихся, высокая познавательная мотивация может выступать в качестве компенсирующего фактора, в то время как никакие способности не могут компенсировать отсутствие учебной мотивации и обеспечить успешное обучение.

Обучающийся, движимый познавательной мотивацией, увлеченно учится, самостоятелен в расширении своих познаний и совершенствовании умений. Как правило, учащиеся с высокой познавательной мотивацией успешны и самодостаточны в будущем.

Федеральный компонент государственного стандарта, разработанный с учетом основных направлений модернизации образования, ориентирован «не только на знаниевый, но в первую очередь на деятельностный компонент образования, что позволяет повысить мотивацию обучения, в наибольшей

степени реализовать способности, возможности, потребности и интересы ребенка» [1]. В связи с этим одной из основных целей изучения предмета «Информатика и ИКТ» на ступени общего образования является развитие познавательной активности учащихся.

Повышение познавательной мотивации, на наш взгляд, возможно за счет использования межпредметного потенциала информатики, определяющего ее связи с теми учебными предметами, которые представляют сферу интересов учащихся.

Как показывает практика педагогической деятельности, учитель информатики на первых же уроках сталкивается с проблемой: «Информатика в представлении учащихся – это компьютерные игры и общение в социальных сетях».

- *Как следствие:* Разочарование, потеря интереса на первых же уроках.
- *В результате:* Непонимание необходимости изучать сложные арифметико-логические основы ЭВМ, алгоритмы и программирование.
- *Отсюда:* Протест: «Зачем мне это надо? Я и так знаю компьютер! Мною просто восхищаются друзья, родители и их знакомые!»
- *Возникает:* Тупиковая ситуация! Уход в социальные сети, Интернет-сообщества, потеря реальности.
- *Поэтому:* Неготовность к саморазвитию, потеря вектора в информационном обществе.
- *И также:* Не готовность к самостоятельному определению своей образовательной траектории.

Решением проблемы повышения познавательной мотивации учащихся может стать:

- формирование понимания значимости информатики как фундаментальной и прикладной науки посредством решения задач междпредметного характера, прикладных задач;
- формирование устойчивого интереса к предмету;
- формирование компетентности в предметной области;
- самостоятельного успешного усвоения знаний;
- воспитания и развития качеств личности, отвечающих требованиям информационного общества.

Информатика как предмет обладает высоким межпредметным потенциалом, который включает:

- широкие предметные связи информатики с другими школьными предметами;
- обеспечение методами средствами и технологиями другие области знания познавательной и практической деятельности человека;
- значительную прикладную составляющую содержания обучения информатике.

Таким образом, обозначенные свойства информатики позволяют выдвинуть гипотезу: «Внедрение задач междпредметного характера

обеспечивает решение проблем, связанных с формированием ИКТ-компетентности учащихся, обеспечит развитие их познавательной мотивации для жизни в современном информационном обществе».

Для достижения цели повышения познавательной мотивации учащихся на уроках информатики необходимо решить следующие задачи:

- выделить межпредметные связи (найти точки соприкосновения) информатики с другими учебными предметами;
- составить задачи по информатике межпредметного характера;
- применять при формировании теоретического материала по информатике аналогии, примеры из других областей знания;
- научить школьников инструментальным средствам информатики для решения задач межпредметного характера;
- развивать творческую активность детей через проектную деятельность.

Методологическую основу решения поставленных задач составляют следующие активные и интерактивные методы обучения:

- метод проектов;
- проблемный метод;
- эвристический метод;
- исследовательский метод.

Формирование познавательной мотивации, на наш взгляд, возможно лишь при интеграции урочной и внеурочной деятельности. Интеграция способствует установлению смысловых межпредметных связей и формированию представления о школьной программе как системе взаимосвязанных предметов, одновременно помогая классифицировать спонтанно полученную информацию по различным областям знаний.

Проблему выделения межпредметной связи информатики с другими школьными дисциплинами мы предлагаем решать поэтапно, начиная с 5 класса. Для изучения теоретических основ информатики на каждом этапе необходимо использовать определенные знания из других учебных предметов. Например, основные информационные процессы, протекающие в технических системах, целесообразно рассматривать по аналогии с информационными процессами в биологических системах; тему «Кодирование звуковой информации» после того, как учащиеся изучили понятие «волна» на уроках физики и т.д. Таким образом, на каждом этапе учитель должен находить соприкосновение информатики с другими школьными предметами, максимально реализуя межпредметный потенциал информатики.



Рисунок 1. Этапы формирования ИКТ - компетентности обучающихся

Этап I. (5-7 классы). Рассмотрим примеры поэтапного решения некоторых задач межпредметного характера и формирования ИКТ-компетентности по темам учебного плана. Традиционно к праздничным дням ребята готовят творческие мини-проекты, например, ко Дню Победы в Великой Отечественной Войне 1941-1945 гг. Изучая текстовый редактор, школьники учатся оформлять познавательные тексты из различных областей знания и профессиональной деятельности, например, рекламные проспекты и формулы. Изучение графических редакторов знакомит учащихся с инструментальными средствами, которые они будут использовать при создании сайтов в старшей школе (проекты).

Таблица 1. Содержание первого этапа формирования ИКТ – компетентности

Первое знакомство с инструментальными средствами информатики	<ul style="list-style-type: none"> • Текстовый редактор MS Word • Графический редактор Paint, Gimp • Электронные презентации
Основы алгоритмизации	<ul style="list-style-type: none"> • Алгоритм • Ветвления • Цикл • Процедуры
Мини – проекты	<ul style="list-style-type: none"> • 5 класс - тематические презентации • 6 класс – проекты рекламных проспектов и другие • 7 класс – проекты в графическом редакторе

Этап II (8-9 классы). На данном этапе учащиеся уже обладают определенной ИКТ-компетентностью, и могут использовать сложные темы информатики, такие как программирование на языке высокого уровня для более детального изучения школьных предметов, которые составляют круг

интересов того или иного учащегося, тем самым укрепляя его познавательную мотивацию. Например, в 8 классе программирование MediaPlayer с одной стороны, позволяет изучить приемы и средства программирования, а с другой стороны с помощью созданной компьютерной программы изучать географию, физику, искусство и другие предметы. В 9 классе построение математических функций, исследование физических процессов посредством электронных таблиц.

Таблица 2. Содержание второго этапа формирования ИКТ - компетентности

Развитие навыков работы с инструментальными средствами информатики	<ul style="list-style-type: none"> • Программирование на языке высокого уровня • Электронные таблицы • Коммуникационные технологии
Опыт применения инструментальных средств информатики для решения задач предметов естественнонаучного цикла	<ul style="list-style-type: none"> • 8 класс MediaPlayer в Lazarus • 9 класс – построение графиков функций, Исследование физических процессов

Этап 3 (10-11 классы). На этом этапе учащиеся обладают более глубокими знаниями теоретических основ и инструментальных средств информатики и могут их использовать для решения задач межпредметного характера на более высоком качественном уровне. Например, старшеклассники могут создавать презентации-сказки для начальной школы, решать задачи оптимального использования ресурсов с помощью электронных таблиц или конструировать web-сайт на любую тему.

Таблица 3. Содержание третьего этапа формирования ИКТ - компетентности

Изучение сервисных возможностей инструментальных средств для решения профессиональных задач пользователя	<ul style="list-style-type: none"> • Сервисные возможности офисных приложений • Задачи оптимизации • Финансовые функции • Web-конструирование • СПС Консультант Плюс
Решение задач межпредметного характера	<ul style="list-style-type: none"> • 10 класс – добрая хозяйшка • задача оптимизации об оптимальном распределении премии • 11 класс – сайт «Луи де Фюнес – звезда мирового кинематографа»

Развитие познавательной мотивации и формирование целостного информационного пространства знаний учащегося продолжается и во внеурочное время. Эти занятия направлены не только на углубление знаний и умений учащихся, которые выбрали информационные технологии в качестве своей будущей профессии, но и учащихся, которые понимают, что информатика дает им инструментальные средства для более глубокого изучения интересующих их областей знания. Такая всеобщая заинтересованность лежит в основе реализации масштабных индивидуальных и групповых проектов, среди которых уместно назвать проекты, реализованные учащимися старших классов МБОУ «СОШ №33» г. Курска:

- Компьютерная графика и Web-дизайн. Сайт деда-герои был приурочен к 70-летию Победы в ВОВ. Старшеклассники, реализовывавшие этот проект, задались целью опубликовать истории о войне, рассказанные их дедами и прадедами.
- Социально-значимые проекты. Молодые обучают пожилых. В рамках этого проекта волонтеры из числа обученных старшеклассников и студентов обучают пожилых людей основам компьютерной грамотности. Эти знания помогают людям третьего возраста победить одиночество, обрести уверенность, что, в конечном счете, сказывается на продолжительности жизни человека.
- Программирование на ЯВУР. Целью данного проекта стала разработка приложения, которое позволило создавать новые, или редактировать существующие тесты контроля знаний локально, с возможностью сохранения результата работы в форматах, понимаемых системами дистанционного обучения.

Все перечисленные и другие проекты были отмечены компетентным жюри различных конкурсов, олимпиад, конференций по информационным технологиям. В 2017 году в МБОУ «СОШ №33» г. Курска были проведены исследования мотивации изучения предмета информатики, которые показали снижение ситуативного интереса и рост повышенного познавательного интереса к предмету в 2 раза.

Таким образом, выдвинутая в начале исследования гипотеза, состоящая в том, что внедрение задач межпредметного характера обеспечит решение проблем, связанных с формированием ИКТ-компетентности учащихся, обеспечит развитие их познавательной мотивации для жизни в современном информационном обществе - нашла полное свое подтверждение в ходе реализации нашего педагогического опыта.

Список литературы и источников:

1. Федеральный государственный образовательный стандарт основного общего образования. 2010 г.
2. Психология ребёнка. От рождения до 11 лет. Методики и тесты. Под. Ред. А.А. Реана. – СПб: Прайм-ЕВРОЗНАК, 2004.
3. Мякишева Н. М. Личностные особенности развития интеллектуально одаренных младших школьников. – М.: Прометей, 2011.

*Зарочинцева Елена Васильевна,
аспирант кафедры финансов ГОУ ВПО
«Донецкая академия управления
и государственной службы
при Главе Донецкой Народной Республики»,
E.Zarochintseva@ufwbank.com
Научный руководитель: **Волощенко Л.М.**,
д.э.н., профессор кафедры финансов,
ГОУ ВПО «Донецкая академия управления
и государственной службы
при Главе Донецкой Народной Республики»
г.Донецк, ДНР*

РАЗВИТИЕ ТЕОРЕТИЧЕСКИХ ОСНОВ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ФИНАНСОВЫХ ИНСТИТУТОВ

АННОТАЦИЯ. Реализация спроса и предложения на временно свободные финансовые ресурсы осуществляется финансовыми посредниками в лице финансовых институтов, которые имеют большие возможности в обслуживании инвестиционных и финансовых потребностей экономических субъектов. Несмотря на то, что финансовые институты, являясь частью финансовой системы, играют ключевую роль в повышении эффективности экономики посредством косвенного финансирования, на современном этапе недостаточно чётко дано их определение и в связи с этим возникают определённые сложности при дальнейших исследованиях. Решение этой проблемы является целью статьи.

В работе развито теоретическое обоснование и предложено авторское определение дефиниции «финансовый институт». Рассмотрены, проанализированы функции и виды классификации финансовых институтов по определённым критериям, предложены направления их совершенствования.

КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА. Финансовый институт, финансовые услуги, финансовые операции, финансовые инструменты, финансовое посредничество (посредническая деятельность), аккумуляирование денежных средств, валютные операции, экономический рост, ценные бумаги.

Для стабильного функционирования экономики необходимо наличие развитых финансовых рынков и эффективно действующих финансовых институтов. Бесперебойное функционирование этих институтов очень важно для эффективной работы финансового рынка, а также проведения фискальной и денежно-кредитной политики.

Несмотря на длительный период формирования и функционирования финансовых институтов в странах с рыночной экономикой, в экономической литературе отсутствует единый подход к определению понятия «финансовый

институт». В таблице 1 приведены разнообразные трактования авторов понятия «финансовый институт».

Приведенные определения, бесспорно, отображают само понятие финансового института, но среди авторов возникают разногласия: кем именно являются финансовые институты и что они предоставляют клиентам.

Таблица 1. Трактовка содержания дефиниции «финансовый институт»

Автор	Определение
Балабанов И. Т.	Финансовые институты - это учреждения (хозяйствующий субъект или индивидуальные предприниматели), осуществляющие операции на финансовом рынке [1, с. 130].
Михайленко М. Н.	Финансовые институты — это экономические агенты, в том числе хозяйствующие субъекты и индивидуальные предприниматели, оперирующие финансовыми активами и предоставляющие своим клиентам финансовые услуги [2, с. 10].
Пучкина Е.С.	Финансовый институт – это учреждение, занимающееся операциями по передаче денег, кредитованию, инвестированию и заимствованию денежных средств [3, с. 721].
Сергеева Э.	Финансовые институты – это организации, задача которых состоит в накоплении денежных средств, которые впоследствии будут рационально использоваться [4].
Березкин Ю.М.	Финансовый институт - это такая социальная форма, которая опосредует финансовые отношения людей, придавая им некоторую идеальную (теоретическую) добавку [5, с. 103-109].
Кучеренко Ю.	Финансовые институты - это учреждения, основной деятельностью которых являются денежные операции по займам, выдаче кредитов с помощью различных финансовых средств [6].
Рахимов Т.Р.	Финансовые институты - это профессиональные участники финансового рынка, занимающиеся операциями по передаче денег, кредитованию, инвестированию и заимствованию денежных средств с помощью различных финансовых инструментов [7, с. 32].
Устинец-Ходаковская В. П.	Финансовые институты – это юридические лица, которые согласно лицензии и соответствующими разрешениями государства осуществляют финансовые услуги [8, с. 13].

С учетом научных взглядов вышеупомянутых авторов, предлагается следующее определение дефиниции «финансовый институт». Финансовый институт – это экономический агент, предметом деятельности которого является привлечение свободных финансовых активов, их трансформация и использование для финансирования, кредитования и другие операции с финансовыми инструментами.

Финансовые институты осуществляют трансформацию краткосрочных денежных активов в долгосрочные, с соблюдением следующих условий:

расчёты с краткосрочными инвесторами должны выполняться таким образом, чтобы все взятые средства возвращались вовремя; при большом количестве вкладчиков, нивелируются колебания в отношении сумм денежных средств.

Поскольку финансовые операции рискованные по своей природе, а финансовые институты являются профессионалами по управлению финансовыми рисками, то целесообразно обращаться в подобные организации [4].

Можно выделить семь функций, которые выполняют финансовые институты.

Сбережение финансовых ресурсов. При реализации данной функции финансовые институты аккумулируют сбережения и в дальнейшем трансформируют их в инвестиции. Без участия в этом процессе финансовых институтов данные операции были бы более рискованны и менее выгодны [9, с. 32].

Посредничество. Большинство учёных выделяют посредническую функцию как основную, ведь при аккумулировании сбережений возникает обязательство перед субъектами, которые их предоставляют, поэтому финансовым институтам необходимо эти средства вложить настолько эффективно, чтобы можно было погасить это обязательство и получить прибыль [10, с. 6-7].

Финансовая трансформация. Эта функция подразумевает трансформацию финансовыми институтами краткосрочных финансовых активов и обязательств в долгосрочные [4].

Передача риска. С целью избежания или снижения степени риска, происходит передача риска вложений финансовому институту, в результате чего инвесторы и посредники получают гарантии эффективности проведения операции [11, с. 29].

Организация валютных операций. Сегодня большое количество предприятий осуществляют валютные операции. С целью выхода на международный рынок создаются совместные предприятия, открываются зарубежные представительства, приобретаются товары и услуги и др. Данные операции оформляются посредством финансовых институтов [12, с. 168].

Организация операций по изменению организационно-правовых форм компаний. В процессе развития и расширения отдельных предприятий их учредители либо больше не могут финансировать их в необходимом объёме, либо не хотят этого делать. В данной ситуации с помощью финансовых институтов предприятия изменяют свою организационно-правовую форму на ОАО, получая при этом дополнительное финансирование [13, с. 52].

Сохранение ликвидности. Т.к. каждому предприятию необходимы наличные средства, на расчётном счёте или в кассе, создание резерва денежных средств является не выгодным (не принося доход, они могут приносить убытки в процессе инфляции). В связи с этим наиболее оптимальным способом является инвестирование в высоколиквидные финансовые активы, которые предлагают финансовые институты [14, с. 55].

Несмотря на разногласия в трактовке термина «финансовый институт» большинство авторов, приведённых выше, согласны с мнением, что их главной задачей является непосредственно сама организация эффективного перемещения средств от кредитора к заёмщикам. В зависимости от типа финансового института спектр их услуг может широко варьироваться (рис.1).

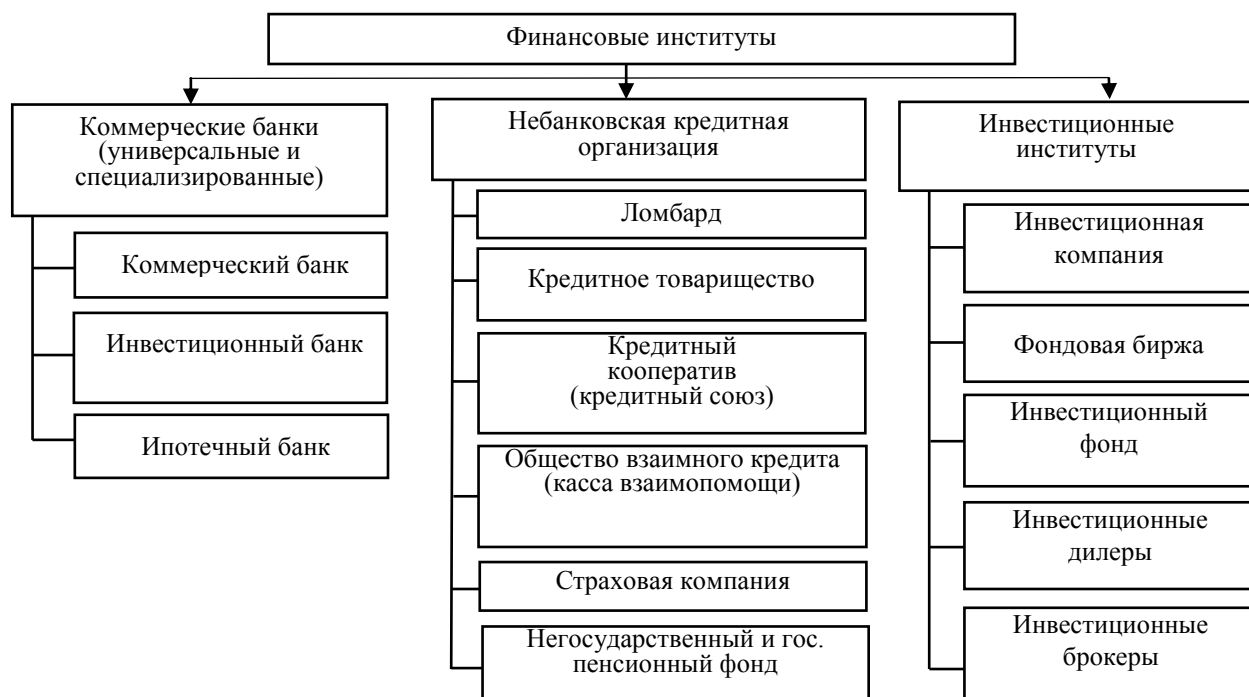


Рисунок 1. Типы финансовых институтов

Деятельность всех типов финансовых институтов направлена на аккумуляцию свободных денежных средств и последующее вложение их в экономику страны. Но, тем не менее, каждая группа имеет свою специфику в осуществлении своих функций и в механизме аккумуляции инвестиционных ресурсов и их дальнейшем размещении [15, с. 28].

Взгляды как зарубежных, так и отечественных авторов расходятся не только в трактовании термина «финансовый институт», но и в его классификации. В отечественной литературе существует два подхода к классификации финансовых институтов: первый и самый распространённый предусматривает деление финансовых институтов в зависимости от наличия возможности формирования предложения денежных средств на банковские институты и специализированные небанковские институты (парабанки). Так банковские институты с помощью депозитного и денежно-кредитного мультипликатора оказывают влияние на предложение денежных средств, а специализированные небанковские институты лишены такой возможности. При втором подходе деление происходит в зависимости от наличия возможности предоставления кредитных операций, согласно которому различают: финансово-кредитные институты и институциональные инвесторы, последние из которых не могут заниматься кредитованием деятельности субъектов

хозяйствования, а только предоставляют специализированные финансовые услуги.

В зарубежной литературе финансовые институты делят на: депозитные, договорные сберегательные финансовые институты и инвестиционные посредники.

К депозитным институтам относят организации, которые привлекают средства на депозиты и осуществляющие кредитные операции. К договорным сберегательным институтам относят финансовые организации, которые на договорной основе осуществляют долгосрочную аккумуляцию средств для дальнейших выплат своим клиентам. К инвестиционным посредникам относят финансовые институты, которые консолидируют средства индивидуальных инвесторов путём продажи собственных обязательств и размещение их в различные финансовые активы для получения прибыли.

Для полноты раскрытия сущности институтов финансового посредничества, а также определения экономической природы их функций и макроэкономических характеристик существует наиболее основательное деление финансовых институтов - по источникам формирования финансовых ресурсов на: депозитные и недепозитные финансовые институты [16, с. 49].

Кроме этого, финансовые институты можно классифицировать и по другим критериям:

по форме собственности: на унитарные и коллективные;

в зависимости от наличия филиалов разделяют: многофилиальные, малофилиальные и безфилиальные;

по сфере обслуживания: региональные, межрегиональные, национальные и международные;

по масштабам деятельности: малые, большие, финансовые консорциумы и объединения.

Деятельность финансовых институтов отражается в их балансах. В зависимости от типа финансового учреждения состав и структура статей пассивов и активов будут заметно различаться (табл. 2) [17, с. 89].

В последние годы появляются «финансовые супермаркеты» без определённой специализации, оказывающие широкий спектр посреднических услуг (к примеру, коммерческие банки, которые предоставляют дополнительно функции инвестиционных и финансовых компаний) в связи с этим происходит размывание границ между различными видами финансовых институтов [18, с. 36].

Финансовые институты необходимы для устранения ограничений, вызванных несовершенством рынка, направляя капитал из профицитных сегментов рынка в дефицитные.

Таблица 2. Основные статьи активов и пассивов финансовых институтов

Финансовые институты	Основные статьи пассивов (источники привлечения средств)	Основные статьи активов (направления использования средств)
Депозитные институты		
Коммерческие банки	Депозиты	Коммерческие и потребительские кредиты, ценные бумаги, залоги
Сберегательные банки и кредитные ассоциации	Депозиты	Залоги
Кредитные общества	Депозиты	Потребительские кредиты
Взаимно-сберегательные банки	Депозиты	Залоги
Недепозитные институты		
Страховые компании	Страховые взносы	Корпоративные облигации и акции, залоги
Пенсионные фонды	Взносы участников	Корпоративные облигации и акции
Инвестиционные институты		
Инвестиционные компании	Эмиссия собственных акций	Корпоративные и государственные ценные бумаги
Финансовые компании	Коммерческие ценные бумаги, акции	Потребительские ссуды и коммерческие кредиты
Взаимные (паевые) фонды	Паевые взносы	Акции, облигации
Взаимные (паевые) фонды денежного рынка	Паевые взносы	Инструменты денежного рынка

Список литературы и источников:

1. Балабанов И. Т. Деньги и финансовые институты: тесты и задачи / И. Т. Балабанов. – СПб: Издательство «Питер», 2000. - 324 с.
2. Михайленко М. Н. Финансовые рынки и институты: учебник и практикум для СПО / М. Н. Михайленко. - 2-е изд., перераб. и доп. - М.: Издательство Юрайт, 2016. - 289 с.
3. Пучкина Е. С. Характеристика безопасности финансовых институтов: финансовый аспект / Е. С. Пучкина // Экономика и социум. - 2015.- № 6 (19). - С. 721.
4. Финансовые институты, их виды, цели, развитие, деятельность, проблемы [Электронный ресурс] / Э. Сергеева. - Режим доступа: <http://fb.ru/article/223617/finansovyye-institutyi-ih-vidyi-tseli-razvitiye-deyatelnost-problemyi-finansovyye-institutyi---eto>
5. Березкин Ю. М. К вопросу о роли финансовых институтов / Ю. М. Березкин // Известия УГЭУ. - 2002. - N 5. - С. 103-109.
6. Финансовые институты - это что такое? Функции и развитие [Электронный ресурс] / Кучеренко Ю. - Режим доступа: <https://www.syl.ru/article/334555/finansovyye-institutyi---eto-cto-takoe-funksii-i-razvitiye>.

7. Рахимов Т.Р. Финансовый менеджмент: учебное пособие / Т. Р. Рахимов. – Томск: Изд-во Томского политехнического университета, 2012. – 264 с.
8. Ходаковская В.П. Рынок финансовых услуг: теория и практика: учебное пособие / В. П. Унинец-Ходаковская, О.И. Костюкевич, А. А. Лятамбор - Изд. 2-е, доп. и перераб. - К.: ЦУЛ, 2009. – 292 с.
9. Зверьков А. И. Финансовое посредничество: этапы развития экономики и соответствующие им формы экспансии / А. И. Зверькова // Банковское дело. – 2013. - № 39 (567) – С. 36.
10. Никитина Т. В. Финансовые рынки и финансово-кредитные институты: учебное пособие / Т. В. Никитина, А. В. Репета-Турсунова. – СПб. : Изд-во СПбГЭУ, 2014. – 115 с.
11. Юняева, Р. Р. Финансы организаций (предприятий): учебное пособие / Р. Р. Юняева. - Пенза, 2009. - 252 с.
12. Ковалёв В. В. Финансовый менеджмент теория и практика. 2-е изд., Изд-во Проспект, 2007. - 1024 с.
13. Ковалев В. В. Финансы организаций (предприятий) / В. В. Ковалев. - 2006. –352 с.
14. Гаджимурадова Л. А. Учебное пособие по дисциплине «Финансовые рынки и институты» для направления «Экономика», профиль подготовки «Финансы и кредит» / Л. А. Гаджимурадова.- Махачкала: ДГИНХ, 2011. - 163 с.
15. Топсахалова Ф. М. Инвестиции: учебно-методическое пособие / Ф. М. Топсахалова. – Москва, 2010. - 173 с.
16. Глущенко О. В. Финансовый рынок: методическое пособие для студентов заочной формы обучения / О. В. Глущенко. – Харьков, 2006. - 106 с.
17. Шелудько В. М. Финансовый рынок: учебное пособие. – 2-ге изд., исправл. и доп. / В. М. Шелудько. – К.: Знания-Прес, 2003. – 89 с.
18. Введение в макроэкономику: учебное пособие для вузов / М. Е. Дорошенко, Г.М. Куманин, И.Е. Рудакова и др. - М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2000 - 150 с.

*Разбейко Наталья Викторовна,
преподаватель кафедры хозяйственного
права ГОУ ВПО «Донецкая академия
управления и государственной службы
при Главе Донецкой Народной Республики»,
г. Донецк, ДНР
razbeyko.n@gmail.com*

ПРАВОВЫЕ СПОСОБЫ И ФОРМЫ ОБЕСПЕЧЕНИЯ ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ ВЛАСТИ И БИЗНЕСА

АННОТАЦИЯ. Целью данного исследования является выявление правовых форм и средств государственного управления и обеспечение взаимодействия власти и бизнеса. Сравнительный метод позволил выявить основную форму взаимодействия органов государственной власти и бизнес-структур - это государственно-частное партнерство. Актуальность данного исследования заключается в выявлении проблемных вопросов в таком взаимодействии. Как результат исследования предлагается предложение разработки государственного Фонда для разработки и развития проектов, поэтому органы государственной власти и представители бизнес-структур могут распределить расходы на разработку проекта и совместно работать над его развитием.

КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА. Формы и средства обеспечения эффективности государственного управления, государственно-частное партнерство.

Правовое обеспечение государственного управления и обеспечение взаимодействия власти и бизнеса изучали в разное время такие ученые как Знаменский Г. Л.[1], Мамутов В. К.[4], Лаптев В.В.[5], Киблицкая О.С.[2], Охотский Е.В.[8], Хахулин К. С.[7] и другие ученые.

На территории Донецкой Народной Республики используются положения Хозяйственного кодекса [6] на основании Конституции ДНР. Так, статьей 86 Конституции ДНР закреплено, что законы и другие правовые акты, действовавшие на территории Донецкой Народной Республики до вступления в силу настоящей Конституции, применяются в части, не противоречащей Конституции ДНР [3].

В сфере хозяйствования государство осуществляет долгосрочную (стратегическую) и текущую (тактическую) экономическую и социальную политику, направленную на реализацию и оптимальное согласование интересов субъектов хозяйствования и потребителей, разных общественных слоев и населения в целом.

Экономическая стратегия – избранный государством курс экономической политики, рассчитанный на продолжительную перспективу и направленный на решение крупномасштабных экономических и социальных задач, задач

культурного развития, обеспечение экономической безопасности государства, сохранение и приумножение ее экономического потенциала и национального богатства, повышение народного благосостояния.

Экономическая стратегия включает определение приоритетных целей экономики, средств и способов их реализации, выходя с содержания объективных процессов и тенденций, которые имеют место в национальном и мировом хозяйстве, и учитывая законные интересы субъектов хозяйствования.

Экономическая тактика – совокупность ближайших целей, задач, средств и их способов достижения для реализации стратегического курса экономической политики в конкретных условиях, которые составляют в текущем периоде развития экономики.

Осуществление государством экономической стратегии и тактики в сфере хозяйствования направляется для создания экономических, организационных и правовых условий, при которых субъекты хозяйствования учитывают в своей деятельности показатели прогнозных и программных документов экономического и социального развития. Законом определяются принципы государственного прогнозирования и разработки программ экономического и социального развития ДНР, система прогнозных и программных документов, требования к их содержанию, а также общий порядок разработки, утверждение и выполнение прогнозных и программных документов экономического и социального развития, полномочие и ответственность органов государственной власти в этих вопросах.

Таким образом, формой обеспечения эффективности государственного управления в экономике являются экономическая стратегия и экономическая тактика (основные положения закреплены в статье 9 Хозяйственного кодекса). Основными формами государственного планирования хозяйственной деятельности есть Государственная программа экономического и социального развития ДНР, Государственный бюджет ДНР, а также другие государственные программы по вопросам экономического и социального развития, порядок разработки, задача и реализация которых определяются законом о государственных программах.

Основными средствами регулирующего влияния государства на деятельность субъектов хозяйствования есть:

- государственный заказ;
- лицензирование, патентование и квотирование;
- техническое регулирование;
- применение нормативов и лимитов;
- регулирование цен и тарифов;
- предоставление инвестиционных, налоговых и других льгот;
- предоставления дотаций, компенсаций, целевых инноваций и субсидий (на основании статьи 10 Хозяйственного кодекса).

Таким образом, государство для реализации экономической политики, выполнение целевых экономических и других программ и программ экономического и социального развития применяет разные средства и механизмы регулирования хозяйственной деятельности.

Необходимо различать формы и способы обеспечения эффективности государственного управления в сфере экономики. Для реализации таких форм обеспечения эффективности государственного управления в сфере экономики как экономическая стратегия и тактика, выполнение целевых экономических и других программ, программ экономического и социального развития, государство применяет различные средства, такие как лицензирование, патентование и квотирование и др.

Основными направлениями экономической политики, которые определяются государством с помощью правовых форм и средств, есть:

- структурно-отраслевая политика;
- инвестиционная политика;
- амортизационная политика;
- политика институциональных преобразований;
- ценовая политика;
- антимонопольно-конкурентная политика;
- бюджетная политика;
- налоговая политика;
- денежно-кредитная политика;
- внешнеэкономическая политика.

Основной формой взаимодействия власти и бизнеса является развитие государственно-частного партнерства (ГЧП), особенно в сфере инфраструктуры. В мире наблюдается устойчивый рост числа инфраструктурных фондов, желающих инвестировать в капитал специальных проектных компаний (СПК), реализующих проекты ГЧП. Сейчас фондами вложено в капитал СПК более 200 млрд. долларов США. Большая часть ресурсов данных фондов аккумулируется из средств страховых компаний (СК) и пенсионных фондов (ПФ).

В рамках осуществления государственно-частного партнерства, муниципально-частного партнерства в соответствии с законодательством Донецкой Народной Республики могут заключаться:

- 1) договор о государственно-частном партнерстве;
- 2) договор о муниципально-частном партнерстве;
- 3) концессионный договор.

Сторонами договора о государственно-частном партнерстве, муниципально-частном партнерстве являются публичный партнер и частный партнер. Проект предложения о ГЧП направляется предприятием соответствующему органу. Уполномоченный орган после принятия положительного решения создает комиссию и проводит конкурс. Таким образом, предприятие (частный инвестор), который выступил инициатором проекта должен наравне с другими участниками пройти через конкурс. В условиях, когда на разработку проект инициатор уже потратил немалую сумму и время, вызывает сомнение в целесообразности такого положения дел, что требует внесения изменений в законодательство ДНР.

Обязательными элементами договора являются:

1) строительство и (или) реконструкция (далее – создание) и (или) модернизация объекта договора частным партнером;

2) осуществление частным партнером полного или частичного финансирования создания и (или) модернизации объекта договора;

3) осуществление частным партнером эксплуатации и (или) технического обслуживания объекта договора;

4) наличие у частного партнера обязательства по передаче объекта договора о государственно-частном партнерстве, объекта договора о муниципально-частном партнерстве публичному партнеру по истечении определенного договором срока, но не позднее дня прекращения договора;

5) порядок взаимодействия частных партнеров и их ответственность с указанием на возможность солидарной ответственности (при наличии в договоре нескольких частных партнеров);

6) порядок распределения прав на полученные в процессе исполнения договора результаты интеллектуальной деятельности и средства индивидуализации;

7) порядок и основания замены частного партнера в договоре;

8) возможность и условия создания юридического лица в целях исполнения договора;

9) возможность привлечения частным партнером субподрядчиков для исполнения договора и необходимость их согласования с публичным партнером.

За рубежом пенсионные фонды и страховые компании одобрительно относятся к инвестициям в инфраструктуру, более эффективным, нежели традиционные, открывающим возможности управления активами и пассивами, а также дающим возможность получения стабильных, учитывающих инфляцию, доходов и имеющих пониженные риски по сравнению с вложениями в акции. Тем не менее, инвесторы ГЧП жалуются на нехватку хорошо структурированных, экономически обоснованных сделок, в которые можно вкладывать средства.

Слабые места проектов выявляются еще на стадии разработки идеи и формирования проекта:

- многие из инфраструктурных проектов, разработанных органами государственного муниципального управления (ОГМУ) либо невыполнимы с технической точки зрения, либо экономически непривлекательны для инвесторов / финансирующих организаций;

- разработка и оформление финансовых аспектов проекта могут занять от двух до пяти и более лет;

- мероприятия требуют больших временных затрат (определение площадок, получение разрешений, лицензий, земли, перемещение населения, заключение соглашений о покупке и оформление гарантийных обязательств);

- стоимость предварительного технико-экономического обоснования составляет, в зависимости от сложности и объема работ, от 50 тысяч до 1 млн. долларов США. Средства на разработку технико-экономического обоснования (ТЭО) проекта выделяются из бюджета ОГМУ (в развивающихся странах).

Частные инвесторы нередко инвестируют в разработку ТЭО собственные средства. Поэтому они стремятся к наиболее быстрому выполнению технико-экономического обоснования. Однако ОГМУ не разделяют их стремления к срочности.

В юридическую структуру должны быть связаны соглашения о комплексном развитии территорий, соглашение о государственно-частном партнёрстве и соглашение о финансировании. Соглашение о комплексном развитии территории объединяет инвесторов, планирующих реализовать промышленные проекты, регионы, компании – операторы инфраструктуры. Его задача в оформлении и принятии на себя обязательств. Промышленными инвесторами – по реализации производственных проектов, государством – по развитию инфраструктуры за счёт бюджетных или внебюджетных источников.

В рамках соглашения о государственно-частном партнёрстве государство или регион договариваются с частным инвестором о взаимовыгодных условиях по проектированию, строительству, эксплуатации, сроках, объёмах, источниках возврата инвестиций. Инвестором может выступить любая квалифицированная компания, которая сможет привлечь заёмные средства для реализации проекта, но только в том случае, если ему компенсируют выпадающие доходы за счёт дополнительных платежей бюджета. Соглашение между инвестором в инфраструктурный проект и финансовой организацией является третьим необходимым соглашением – соглашением о финансировании.

Выводы. Необходимо учитывать общественные интересы, указанные в программных документах социального и экономического развития, иначе предприятиям не предоставляются предусмотренные законом льготы и преимущества в осуществлении хозяйственной деятельности (согласно статьи 11 Хозяйственного кодекса). В то же время, для обеспечения более эффективного государственного управления в сфере экономики необходимо установить четкие правила и срок их действия, чтобы субъекты хозяйствования могли осуществить стратегическое и текущее планирование развитие бизнеса. Не только государственные органы осуществляют стратегическое и текущее планирование. Для развития бизнеса планирование также необходимо. Поэтому устанавливая «правила игры» для бизнеса, государственные органы обязательно сами должны придерживаться сроков действия этих правил. Иначе частный бизнес (особенно малый) рискует быть разоренным.

Ранняя стадия разработки ГЧП представляет собой наиболее затратный и трудоемкий этап осуществления проектов. Чтобы ускорить процесс разработки инфраструктурных проектов и способствовать их финансированию, необходимо развивать у чиновников ОГМУ мотивации (которую можно создать введением мер поощрения) к активной совместной работе с инвесторами. Также, необходимо создание внутреннего фонда развития проектов, поддерживаемого государством. Такой фонд может осуществлять свою деятельность посредством заключения договоров между ОГМУ и инвестором на совместную разработку проектов. В этом случае стороны могут распределить расходы на разработку проекта и совместно работать над его

развитием. Фонд может сотрудничать с различными министерствами и ведомствами в целях получения разрешений, лицензий и согласований.

Список литературы и источников:

1. Знаменский Г. Л. Хозяйственное законодательство: формирование и перспективы развития. К.: Наукова думка, 1996. 63 с.

2. Киблицкая О. С. Правовые способы решения проблемы продовольственной безопасности в РФ и за рубежом как форма реализации государственной политики в области поддержки сельхозтоваропроизводителей // Пробелы в российском законодательстве. 2010. №3. С.339-341

3. Конституция Донецкой Народной Республики14.05.2014// [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://dnr-online.ru/konstituciya-dnr/>

4. Мамутов В. К. Экономика и право: Сб. науч. тр. К.: ЮринкомИнтер, 2003. 544 с.

5. Предпринимательское (хозяйственное) право. Под ред. Лаптева В.В., Занковского С.С. М.: ВолтерсКлувер, 2006. 560 с.

6. Хозяйственный кодекс от 16.01.2003 № 436-IV//[Электронный ресурс]. – Режим доступа:http://yurist-online.org/laws/codes/hoz/hozyaistvennyi_kodeks_na_russkom.pdf

7. Хозяйственное право: Учебник / В. К. Мамутов, Г. Л. Знаменский, К. С. Хахулин и др. Под ред. Мамутова В. К. К.: ЮринкомИнтер, 2002. 912 с.;

8. Охотский Е.В. Государственное управление в современной России: учебно-методический комплекс / Е.В. Охотский. Моск. гос. ин-т межд. отношений (ун-т), международный ин-т управления. М.: МГИМО(У) МИД России, 2008. 548 с.

*Рудченко Татьяна Ивановна,
к.э.н., доцент ГОУ ВПО «Донецкий
национальный технический университет»,
г. Донецк, ДНР, rutativ@gmail.com;
Щекочихин Никита Владимирович,
студент ГОУ ВПО «Донецкий национальный
технический университет»,
г. Донецк, ДНР, zsodkin@gmail.com*

КРИПТОВАЛЮТЫ КАК ПРОДУКТ ТЕХНИЧЕСКОГО ПРОГРЕССА: СУЩНОСТЬ И АКТУАЛЬНЫЕ ПРОБЛЕМЫ

АННОТАЦИЯ. В статье проанализированы проблемы теоретического осмысления, существования и использования нового вида электронных денег - криптовалют. Тема криптовалют приобретает колоссальную актуальность в связи с резким внедрением в повседневную жизнь как самих криптовалют, так и технологий, связанных с ними. Особое внимание уделено принципам работы технологии блокчейн, её преимуществам и недостаткам. Рассматриваются вопросы регулирования криптовалют, проблематика в сфере ИСО и ресурсосбережения. Выявлены основные опасности использования криптовалют и предложены пути снижения рисков.

КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА. Криптовалюта, блокчейн, майнинг, эмиссия, асимметричное шифрование, ИСО, токены, криптобиржа, правовой статус.

Криптотермины в той или иной мере известны большинству современных людей. В настоящее время трудно найти крупный банк, бухгалтерскую фирму, компанию по разработке программного обеспечения или правительство, которое бы не изучало криптовалюты. Несмотря на то, что публикуется масса документов, пресс-релизов, активно запускаются блок-проекты, знания о криптоконверсии носят очень ограниченный характер. Попытки создания цифровых денег были предприняты еще в 90-е гг. XX в., но успешными они не стали. Криптовалюта возникла в конце 2008 г. как побочный продукт других разработок. Сатоши Накамото, изобретатель биткойн как первой криптовалюты, целенаправленно создавать ее не намеревался, он занимался разработкой электронной системы наличных расчетов, но в процессе работы нашел способ создать децентрализованную систему цифровых денег.

Несмотря на то, что криптовалюты представляют собой новое и малоизученное явление, характеризующееся крайней нестабильностью, их распространение становится стремительным, и в ближайшие годы будет только набирать обороты. Можно уже говорить о том, что произошли революционные изменения, криптовалюты изменили мир, что обусловило актуальность исследования.

В настоящее время не существует единого, всемирно признанного понятия или определения для криптовалют. Их воспринимают как деньги, как товар, как сырье и т.п. В России принято такое определение: вид цифровой валюты, эмиссия и учёт которой основаны на асимметричном шифровании и применении различных криптографических методов защиты. Основное отличие от электронных денег, состоит в том, что система криптовалют способна самостоятельно эмитировать денежные единицы, организовывать их хранение и проведение платежей. Поэтому можно констатировать появление в XXI веке частных денег, которые существуют параллельно государственным деньгам и не поддаются государственному и надгосударственному контролю. Это создало ряд экономических и правовых проблем и привело к неприятию криптовалют на уровне государственных финансовых учреждений.

Вопросами, связанными с сосуществованием криптовалют с национальными валютами занимаются: 1) государственные институты, центральные банки, которые пытаются отстраниться от криптовалют, называя их частными «виртуальными деньгами» [1], 2) Международный Валютный Фонд, призывающий все развивающиеся страны создать условия для развития инновационных технологий в сфере блокчейн [2], Всемирный банк и т.д.

В научном сообществе этот новый в своем роде экономический, технический, а, следовательно, и правовой вопрос на данный момент рассматривается узким кругом ученых разных специальностей: Кеннетом Рогоффом, Асватом Дамодараном. Роберт Шиллер считает криптовалюту биткоин лучшим примером спекулятивного пузыря. С другой стороны, Евгений Касперский говорит о биткоине, как о гениальной идее будущего свободного мира.

Для полноценного осмысления и анализа проблем, связанных с существованием и использованием криптовалют необходимо понимать принципы работы технологии блокчейн (цепочки блоков), на основе которой функционируют криптовалюты [3, С.5]. Основные технологические особенности работы системы блокчейн представлены на рисунке 1.

Технология блокчейн за короткий срок стала популярной благодаря децентрализованной системе, сложному шифрованию, которое практически невозможно взломать, а также анонимности. В сети блокчейн присутствуют активные и пассивные пользователи. Активными пользователями считаются участники сети, отдающие свои вычислительные мощности для высчитывания криптографического алгоритма, за что получают вознаграждение от сети в виде эмитированных криптовалют. Этот алгоритм вычисляют все активные участники сети, при этом сеть сама выбирает сложность этого алгоритма прямо пропорционально суммарной вычислительной мощности активных участников сети. Благодаря этому алгоритму осуществляется защита от «двойных записей». Вычисление алгоритма в самой распространённой криптовалюте - биткоин занимает 10 минут. В этом интервале пользователь сети может осуществить перевод средств и сеть осуществляет эмиссию криптовалюты. Процесс высчитывания алгоритма называют майнингом, а активных пользователей сети майнерами. Пассивные пользователи - это участники сети,

лишь осуществляющие транзакции. Эмитированные криптовалюты не распределяются между пассивными пользователями.

Получив основные данные о принципах работы и существования криптовалют, становится возможным анализ проблем, которые условно можно разделить на две части: проблемы существования и использования.

На сегодняшний день существует более полутысячи различных криптовалют. Однако самой распространённой является исторически первая валюта – биткоин. В 2008 году один биткоин стоил 1 доллар, а на начало 2018 года стоимость одного биткоина уже превышает 10 тысяч долларов. В 2016 году в денежном выражении все суммарное количество биткоинов составляло около 5.5 млрд. долларов, в 2018 году же эта сумма в плотную приблизилась к 300 млрд. долларов, а так называемая капитализация всех криптовалют уже достигает 500 млрд. долларов. Не существует каких-либо актуальных причин к такому колоссальному росту курса криптовалют. Ни одна криптовалюта не обеспечена материальными ценностями, а волатильность курса зависит лишь от рыночного механизма спроса и предложения [4, С.5].

Следующая проблема, связанная с существованием криптовалют специфична, так как касается не только экономической сферы, но и взаимодействует с экологической сферой. Само существование криптовалют нарушает международный тренд ресурсосбережения. На проведение любой транзакции криптовалют необходимо затратить какое-то количество вычислительных мощностей в зависимости от вида валюты, и, следовательно, необходимо израсходовать электроэнергию на проведение вычислений. По этой причине по всему миру происходит процесс израсходования материальных ресурсов ради создания виртуальных денег. А вследствие повышения темпов выработки электроэнергии на АЭС и ТЭС повышается общий суммарный объем выбросов вредных веществ в атмосферу. Тем самым мы можем наблюдать косвенный механизм влияния криптовалют на экологическую ситуацию.

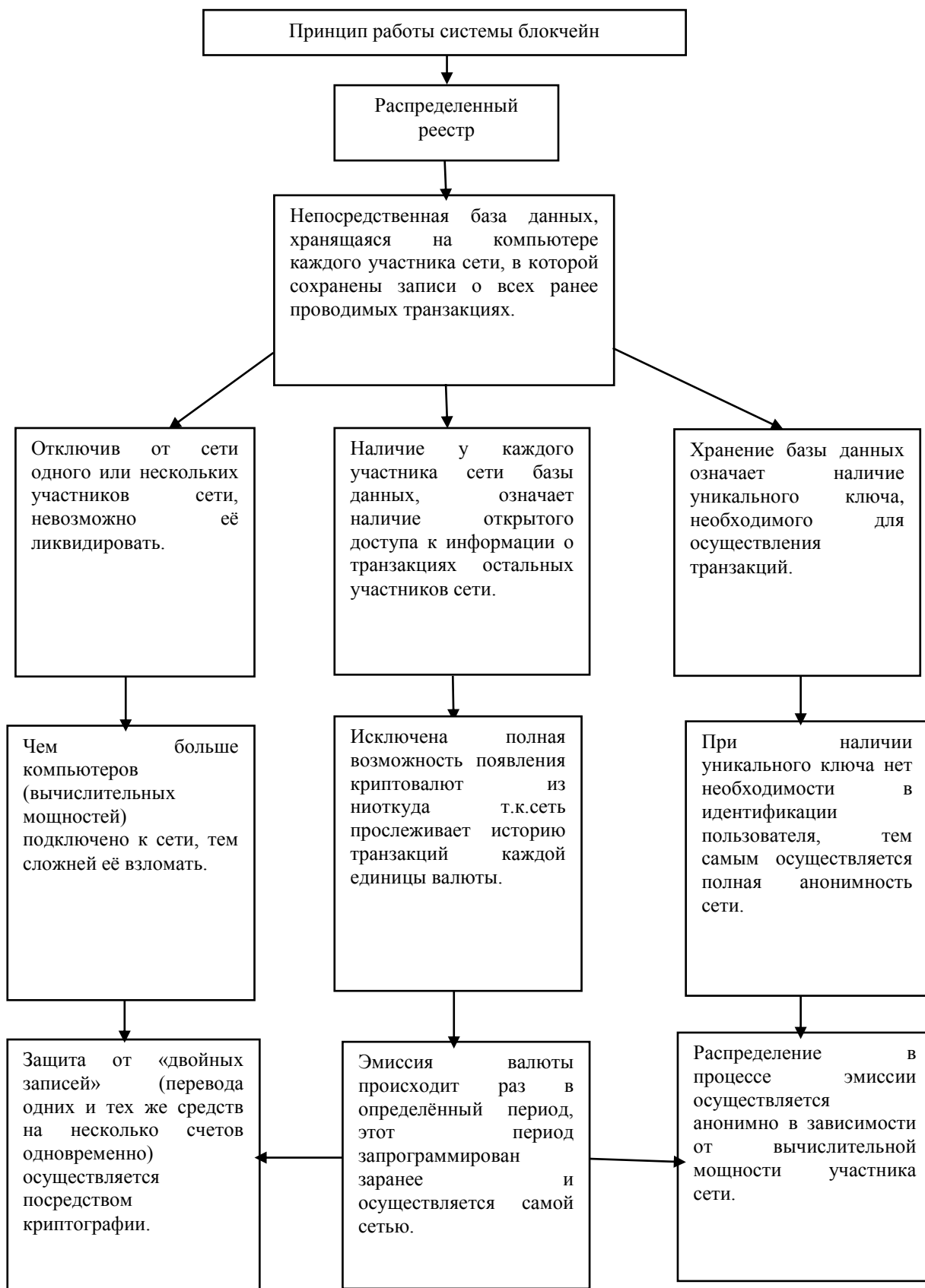


Рисунок 1. Принцип работы системы блокчейн

Несмотря на абсолютную неподкреплённость криптовалют, спрос на них с каждым днем расширяется. Практически мгновенные и бескомиссионные переводы крайне удобны для совершения деловых сделок, в том числе, и для крупных транснациональных компаний. Здесь мы сталкиваемся уже с проблемами использования виртуальных валют. [5, С.96] Посредством криптовалют лицами, совершающими противоправные действия происходит накопление, сбережение и «отмывание» реальных денег после их конвертации. Тем самым оборот криптовалют становится насущной проблемой национальной и экономической безопасности государства. При помощи криптовалют, транзакции которых отследить невозможно, осуществляются: укрывание сверхприбылей, взятки, продажа наркотических веществ и оружия, кражи финансовых средств, в том числе, и с государственных предприятий и фондов. Открываются новые возможности для финансирования терроризма, экстремизма и сепаратизма. Криптовалюты становятся простейшим механизмом дестабилизации социальной, политической, экономической жизни государств или целых регионов мира. Абсолютно действенных средств и мер защиты против «грязных» крипто денег у правоохранительных органов не существует [6, С.1].

Также криптовалюты приносят и ощутимый финансовый вред экономикам всех государств. В основном он связан с отсутствием закона о налогообложении в отношении криптовалют. Ни финансовые переводы, ни сам процесс майнинга не облагаются налогами, так как криптовалюты не зарегистрированы в правовом поле как денежная единица, а, следовательно, государство недополучает средства от операций купли-продажи посредством криптовалют, не выплачивается подоходный налог активными участниками сети. На данный момент лишь несколько государств предприняли попытку внедрения контроля и налогообложения операций, связанных с движением криптовалют на своей территории. Европейский союз ввел налог на конвертацию криптовалют в реальные валюты. В США не существует общегосударственного решения по этому вопросу, однако в некоторых штатах приняты законопроекты о государственном контроле и налогообложении криптобирж (зон обмена криптовалют), в Китае под полный запрет попали любые операции, связанные с криптовалютами и ICO (форма привлечения инвестиций в сфере криптовалют). В Японии к криптовалютам отнесли максимально либерально и биткоин был признан таким же средством платежа, как и национальная валюта. Однако ни в одном государстве не смогли полностью урегулировать этот вопрос.

Следующая проблема использования криптовалют находится в сфере инвестирования. Огромную популярность набирают ICO (Initial Coin Offering) проекты. Основная суть ICO - это вовлечение инвесторов в стартапы, привлечение капитала происходит за счет выпуска, по определенной организатором ICO цене, токенов. Токены представляют собой некий аналог облигации в сфере блокчейн и являют собой ту же единицу криптовалюты, но с определенным идентификатором ID. Компания обязуется выкупить назад все токены по завышенной цене, чаще всего эта цена зависит от процента прибыли.

Для обычных людей во всем мире ICO проекты становятся самым удобным способом инвестирования средств, поскольку практически ни в одной стране мира не существует норм правового регулирования ICO проектов, отсутствует налогообложение и все проекты полностью анонимны. Такие проекты становятся самым простым способом отмывания денег и дают возможность для процветания мошенничества. По статистике 90% всех ICO проектов - фиктивные. И поэтому ICO становится одной из центральных проблем признания и регулирования криптовалют на государственном уровне, так как их признание влечет за собой обязанности в сфере регулирования ICO операций, контроль за исполнением обязательств, страхование инвестиций и т.п. [7].

Принимая во внимание все риски, опасности, проблемы, связанные с существованием и использованием криптовалют и технологии блокчейн, их постоянно возрастающую популярность и влияние на экономику государств, назрела настоятельная необходимость принятия безотлагательных мер для их правового и экономического урегулирования. Первое государство, создавшее устоявшуюся правовую и налоговую базу в сфере криптовалют, привлечет к себе основную массу «чистых» инвесторов, которые на данный момент опасаются вкладывать средства в незащищенные ICO проекты.

Для урегулирования проблем, связанных с использованием криптовалют и технологии блокчейн необходимо предпринять следующие меры:

1. Дать криптовалютам предельно четкое определение и закрепить их статус как денежной единицы или средства платежа.
2. Определить положения прав собственности на криптовалюты как основу экономических взаимоотношений, а также процедуру и время перехода этих прав.
3. Определить средства контроля и перечень допускаемых транзакций с криптовалютами.
4. Определить правовой статус криптобирж и механизм конвертации криптовалют в национальные валюты и обратно.
5. Определить налоговый режим транзакций и операций купли-продажи посредством криптовалют.
6. Определить правовой режим ICO проектов.

Эти шаги позволят криптовалютам интегрироваться в экономику государства и начать функционировать на законных основаниях. Однако полноценно бороться с «грязными» криптоденьгами возможно лишь при согласовании действий мирового сообщества. Следовательно, для защиты национальной и экономической безопасности необходимо создать межгосударственный механизм контроля за оборотом и конвертацией криптовалют.

Проблемы ресурсосбережения и экологии, созданные технологией блокчейн, необходимо использовать как толчок к развитию альтернативных источников энергии и энергосберегающего оборудования. Инвестиции необходимо привлекать, в том числе, и через ICO проекты, что даст

возможность устранить экологическую проблему при помощи самих же криптовалют.

Список литературы и источников:

1. Центральный банк Российской Федерации (Банк России) Пресс-служба [Электронный ресурс] – Режим доступа – URL: http://www.cbr.ru/press/pr/?file=04092017_183512if2017-09-04T18_31_05.htm(дата обращения: 16.01.2018)
2. José Viñals, Ross Leckow Virtual. Currencies and Beyond: Initial Considerations // INTERNATIONAL MONETARY FUND, IMF STAFF DISCUSSION NOTE. January 2016 SDN/16/03 [Электронный ресурс] – Режим доступа – URL: <http://www.imf.org/external/pubs/ft/sdn/2016/sdn1603.pdf> (дата обращения: 16.01.2018)
3. Янковский Р.М. Государство и криптовалюты: проблемы регулирования // Московский государственный университет [Электронный ресурс] – Режим доступа – URL: <http://msu.edu.ru/papers/yankovskiy/blockchain.pdf>(дата обращения: 16.01.2018)
4. Вахрушев Д.С., Железов О.В. Криптовалюта как феномен современной информационной экономики: проблемы теоретического осмысления // Интернет-журнал «НАУКОВЕДЕНИЕ».- Выпуск 5 (24), сентябрь – октябрь 2014.
5. КРИПТОВАЛЮТА // Молодежный научный форум: Технические и математические науки: электр. сб. ст. по материалам XIX студ. междунар. заочной науч.-практ. конф. - М.: «МЦНО». - 2014 - № 12(19) / [Электронный ресурс] - Режим доступа. - URL: [https://nauchforum.ru/archive/MNF_tech/12\(19\).pdf](https://nauchforum.ru/archive/MNF_tech/12(19).pdf)(дата обращения: 17.01.2018)
6. Батоев В.Б., Семенчук В.В. Использование криптовалют в преступной деятельности: проблемы противодействия // Труды Академии управления МВД России. 2017. №2 (42)
7. Федеральный закон от 25 февраля 1999 г. N 39-ФЗ «Об инвестиционной деятельности в Российской Федерации, осуществляемой в форме капитальных вложений» [Электронный ресурс] - Режим доступа. - URL:http://economy.gov.ru/minrec/activity/sections/fcp/fz_1999_N39_red_24_07_2007(дата обращения: 19.01.2018)

*Меркулов Михаил Владимирович,
студент I курса магистратуры
юридического факультета
Южного федерального университета,
г.Донецк, ДНР
mikhail.works@yandex.ru*

КОНСТИТУЦИОННЫЙ КОНТРОЛЬ КАК ОСНОВНОЙ МЕХАНИЗМ ОБЕСПЕЧЕНИЯ ПРОЦВЕТАНИЯ ОБЩЕСТВА В УСЛОВИЯХ ДЕМОКРАТИЧЕСКОГО ГОСУДАРСТВА

АННОТАЦИЯ. Актуальность. Как показывает история, законность и правопорядок являются важнейшими условиями нормального функционирования и жизнеспособности любой общественной системы, а также процветания общества в целом.

Поэтому не случайно данные вопросы постоянно находятся в центре внимания всех государственных органов, партий, общественных организаций не только России, но и других стран. В демократическом и гражданском обществе одним из основных условий его развития и благосостояния является соблюдение Конституции, что в свою очередь предполагает ее правовую охрану. В научной литературе такая охрана определяется как совокупность юридических средств, с помощью которых обеспечивается выполнение всех норм, установленных Конституцией, и строгое соблюдение режима конституционной законности. Эта деятельность осуществляется в различных формах. Особая роль здесь принадлежит конституционному контролю – одному из основных, наиболее эффективных способов охраны Конституции.

Цель статьи - рассмотреть сущность конституционного контроля, как необходимого механизма обеспечения единства законодательства, гарантии соблюдения установленной иерархии нормативных правовых актов, позволяющего обеспечить процветание и устойчивое развитие государства и общества.

Выводы. Конституционный контроль находится в центре всей системы контроля за законностью. Это обуславливается, прежде всего, тем особым местом, которое занимает Конституция в жизни общества. Будучи его главным политическим, правовым документом, Конституция закрепляет важнейшие стороны социально-экономической, политической системы, организации государства, определяет основные права, свободы и обязанности граждан. Ее действие распространяется на всю систему общественных отношений, она составляет юридическую базу для всего законодательства, является ядром всей правовой системы. Деятельность государственных органов, должностных лиц, общественных организаций, граждан, нормативные акты должны четко соответствовать Конституции. Без этого невозможно правовое государство и

процветающее общество. Добиться же такого положения можно лишь при наличии эффективной системы конституционного контроля, обеспечивающей точное, последовательное проведение в жизнь Конституции, усиливающей ее роль как Основного Закона страны и выступающей в качестве главного гаранта защиты конституционных прав и свобод граждан. От ее эффективности, в конечном счете, зависит деятельность в области контроля за законностью в целом.

КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА. Конституция, конституционный контроль, гражданское общество, права человека.

Конституция – это основной закон любого государства, воплощение политико-правового мышления любого народа. Основной Закон служит гарантом независимой, свободной, мирной и благополучной жизни, прочным фундаментом построения правового демократического государства с сильным гражданским обществом и рыночной экономикой. Соблюдение Конституции – основа свободной и благополучной жизни, дальнейшего развития и процветания.

Специфика конституционной юстиции в России, обусловленная федеративным характером государства, накладывает отпечаток, как на организацию, так и на юрисдикцию органов конституционного контроля. Основной тенденцией современного развития института судебного конституционного контроля в России является его федерализация. Но, как известно, главным вопросом федеративного строительства является вопрос о разграничении предметов ведения и полномочий между органами государственной власти самой Федерации и органами государственной власти ее субъектов. Не менее важным является и вопрос о взаимодействии центральных органов государственной власти с региональными органами государственной власти.

Конституция Российской Федерации занимает главенствующее положение в иерархии нормативных правовых актов РФ, ее нормы обладают высшей юридической силой. Все законы и иные нормативные акты издаются на основе и в соответствии с Конституцией РФ.

Необходимость правовой охраны Конституции диктуется и государственно-правовой практикой. Мировой опыт, опыт Российской Федерации свидетельствуют о том, что нередки случаи принятия актов, не соответствующих основному закону. Достаточно часто возникают споры по вопросам применения Конституции. Такие споры происходят все чаще по мере развития гражданского общества, осознания гражданами своих прав и применения их на практике.

Не стоит забывать, что в России наряду с общефедеральной Конституцией, законами и иными нормативными правовыми актами федерального уровня действуют Конституции, Законы и иные правовые акты субъектов Федерации. В таких условиях необходим механизм, который стоял

бы на страже обеспечения единства всего законодательства, гарантировал бы соблюдение установленной иерархии правовых актов.

Для решения таких жизненно-важных проблем и должны существовать соответствующие органы и механизмы. И важнейшая задача этих механизмов - обеспечение правильной реализации конституционных принципов, исключение любой подмены, извращения Конституции [1,2].

Наиболее важными формами правовой охраны Основного Закона являются конституционный контроль и конституционный надзор. Конституционный контроль находится в центре всей системы контроля за законностью. Прежде всего, это объясняется особым местом Конституции в жизни общества. Она составляет юридическую базу для всего законодательства, распространяется на всю систему общественных отношений. Деятельность органов государственной власти, должностных лиц, граждан, все нормативные правовые акты должны соответствовать Конституции. Все это возможно только при существовании эффективной системы конституционного контроля, целью которого является точное проведение в жизнь Конституции, выступающей в качестве главного гаранта защиты конституционных прав и свобод граждан.

Конституционный контроль представляет собой оценку конституционности нормативных правовых актов, издаваемых в порядке развития конституционных положений законодательства, а также различных деяний и решений, совершаемых и принимаемых органами государственной власти и должностными лицами государства в порядке правоприменения. В этом случае правовая охрана Конституции связана с областью реализации самих конституционных норм, их соблюдения. С точки зрения должного выполнения конституционных требований, для правовой охраны будет наиболее характерным отсутствие стремления к пересмотру конституционных положений. Наоборот, независимо от реальной или мнимой их конституционности, юридические акты и публичные акции обычно объявляются при издании и совершении как предназначенные для обеспечения действия Конституции, ее соблюдения. Однако, скрытно здесь могут протекать такие процессы, которые подменяют или ложно интерпретируют Конституцию, процессы установления иного, не предусмотренного Основным Законом, конституционно-правового режима. Основная часть таких «преобразований» приобретает форму юридических актов, а поэтому и нормативно-применительное направление конституционной охраны осуществляется и рассматривается сквозь понимание конституционности нормативных и иных актов.

Конституционный контроль, под которым понимают деятельность по проверке, выявлению, констатации, оценке и устранению несоответствия различных актов Конституции, законам страны, является неоднородным по своему характеру. Конституционный контроль представляет собой комплекс различных вариантов, значительно отличающихся друг от друга. Многообразие вариантов конституционного контроля в самую первую очередь связано с огромным количеством и набором полномочий, которые осуществляются

органами конституционного контроля. Также, оно связано с многообразием видов организации и функционирования этих органов.

Конституционный контроль включает в себя как контроль, осуществляемый органами публичной власти, в том числе внутриведомственный контроль, так и конституционный и другие виды судебного контроля. Также к конституционному контролю можно отнести прокурорский надзор и некоторые виды общественного контроля.

В настоящее время в условиях формирования и развития гражданского общества, при построении демократического и правового социального государства, конституционное правосудие все более органично входит в государственно-правовую систему Российской Федерации и ее субъектов.

Стоит заметить, что особым институтом обеспечения и охраны действия принципа верховенства Конституции является конституционный контроль, который осуществляют органы конституционного правосудия. В Российской Федерации такая функция осуществляется на федеральном уровне Конституционным Судом Российской Федерации, а на региональном уровне – органами конституционной юстиции субъектов РФ. Анализ законодательства и деятельности органов конституционного контроля РФ говорит о том, что в сфере конституционного контроля решается целый ряд ясных и предметных задач.

Трудно дать четкое определение неоднозначных вопросов конституционного значения. Можно заметить, что такие споры имеют глобальное значение для жизни всей страны, для ее социально-экономической, политической системы, для жизни каждого гражданина и, в конечном счете, для конституционного строя, процветания общества и государства, обеспечения нормального функционирования и устойчивого развития страны. Они могут затрагивать интересы органов государственной власти, должностных лиц, партий, общественных организаций и т.д. Перечень этих рассматриваемых вопросов и их характер определены в конституциях и других законодательных актах по-разному. Например, во Франции Конституционный совет решает вопрос о правильности избрания депутатов и сенаторов, если оно оспаривается [3]. В Италии Конституционный суд рассматривает обвинения, выдвигаемые в соответствии с Конституцией против президента [4].

Российская практика показывает, что Конституционный Суд Российской Федерации довольно часто проверяет конституционность положений тех или иных законов. Так, как пример можно отметить, что 14 декабря 2017 года Конституционным Судом РФ было рассмотрено дело о проверке конституционности положений пункта 4 статьи 1252, статьи 1487, пунктов 1, 2 и 4 статьи 1515 Гражданского кодекса РФ [5]. Кроме этого, например, 8 декабря 2017 года Конституционный Суд РФ провозгласил Постановление по делу о проверке конституционности ряда положений Гражданского кодекса РФ, подпункта 14 пункта 1 статьи 31 Налогового кодекса РФ, статьи 199.2 УК РФ и части первой статьи 54 УПК РФ [6].

Можно выделить еще одну из важнейших сторон деятельности органов конституционного контроля – их прямое и непосредственное участие в

нормотворческом процессе в государстве. Главная роль здесь отведена законодательной и исполнительной ветвям власти. Это деятельность органов, относящихся к правоохранительной системе. В данном случае правотворчество в сфере конституционного контроля реализуется в особой процессуальной форме – форме конституционного правосудия – и связано, прежде всего, с выявлением противоречий в сфере правового регулирования фактических общественных отношений. Правотворческая деятельность для органов конституционного контроля является второстепенной по сравнению с их основной функцией – обеспечением верховенства, высшей юридической силы Конституции.

В заключение можно сказать, что как отметил В.Д. Зорькин [7], уважение к Конституции - это лучшая страховка против произвола. Формировать, воспитывать это уважение - это задача и власти, и гражданского общества. Общество, не уважающее Конституцию, не желающее жить по ней, больно. Мы должны сосредоточиться на том, чтобы научиться жить по действующей Конституции, не нарушая ее. Взять «правовой барьер» - первейшая задача России.

Список литературы и источников:

1. Еременко Ю.П. Контроль за конституционностью законов в СССР // Труды Высшей следственной школы МВД СССР. Волгоград, 1969. – Вып 1. – С. 103-107.
2. Шульженко Ю.Л. Конституционный контроль в России М., 1995. - 298 с.
3. Конституции государств (стран) мира [Электронный ресурс] // Интернет-библиотека конституций Романа Пашкова. - URL: <http://worldconstitutions.ru/?p=663>. – Дата обращения: 20.03.2018.
4. Судебная система Вталии [Электронный ресурс] // Официальный сайт Верховного Суда Донецкой Народной Республики. – URL: <https://supcourt-dnr.su/content/sudebnaya-sistema-italii>. - Дата обращения: 20.03.2018.
5. 8 декабря 2017 года Конституционный Суд РФ провозгласил Постановление по делу о проверке конституционности ряда положений Гражданского кодекса РФ, подпункта 14 пункта 1 статьи 31 Налогового кодекса РФ, статьи 199.2 УК РФ и части первой статьи 54 УПК РФ [Электронный ресурс] // Официальный сайт Конституционного Суда Российской Федерации. – URL: <http://www.ksrf.ru/ru/News/Pages/ViewItem.aspx?ParamId=3375>. – Дата обращения: 20.03.2018.
6. 27 февраля 2018 года Конституционный Суд РФ опубликовал Постановление №10-П, принятое в соответствии со статьей 47.1 ФКЗ «О Конституционном Суде Российской Федерации» [Электронный ресурс] // Официальный сайт Конституционного Суда Российской Федерации. – URL: <http://www.ksrf.ru/ru/News/Pages/ViewItem.aspx?ParamId=3392>. – Дата обращения: 20.03.2018.
7. Зорькин В.Д. Позитивистская теория права в России. — М.: Изд-во Московского университета, 1978 – 270 с.

*Доценко Андрей Владимирович,
аспирант, ассистент кафедры
«Международная экономика»
ГОУ ВПО «Донецкий национальный
технический университет»
Научный руководитель: Агафоненко О. Ю.,
к.э.н., доцент, ГОУ ВПО «Донецкая академия
управления и государственной службы
при главе Донецкой Народной Республики»,
г. Донецк, ДНР*

ДИАЛЕКТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ ЗАЩИТЫ ОБЪЕКТОВ ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНОЙ СОБСТВЕННОСТИ

АННОТАЦИЯ. Актуальность – обоснование необходимости государственной защиты прав на владение и использование объектов интеллектуальной собственности (ИС), учитывая их диалектическую природу. Цель – определить условия, при которых строгая охрана прав интеллектуальной собственности целесообразна для стимулирования развития малого, среднего и крупного бизнеса в масштабах экономики. Методы исследования: анализ и синтез, метод сравнения. Выявленная закономерность между доходами государства и степенью защиты прав интеллектуальной собственности, которая даёт обоснование необходимому ужесточению или ослаблению государственной протекции объектов интеллектуальной собственности.

КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА. Копирайт, правила TRIP, объекты интеллектуальной собственности, ГАТТ, НТП.

Существующая гипотеза о жёсткой защите прав интеллектуальной собственности воспринимается как мера современного поведения государства. Однако теоретические основы защиты прав интеллектуальной собственности в том виде, в котором защита практикуется, в большинстве случаев, неясны.

Экономическая природа интеллектуальной собственности состоит в построении и развитии устойчивых организационных форм, хозяйственных отношений и нормативов: социальный институт интеллектуальной собственности имеет определенную организационно-правовую структуру, которая представлена системой органов, способствующих осуществлению изобретательской деятельности и защите интеллектуального труда изобретателя. В институте интеллектуальной собственности существуют субъекты, производящие, распространяющие и потребляющие результаты интеллектуального труда [1]. В структуре института интеллектуальной собственности выделяют объекты, в качестве которых выступают продукты интеллектуального труда, а также существуют социальные нормы и

предписания, которые регламентируют поведение людей в рамках данной структуры [2].

Актуальность данной работы заключается в обосновании необходимости защиты прав интеллектуальной собственности, с учётом противоречивой аргументации отечественных и зарубежных авторов о месте и роли института защиты объектов интеллектуальной собственности от несанкционированного использования, коммерциализации и обмена.

Основным двигателем в развитии экономики, с учётом современных тенденций, является технологический уклад экономики государства и общества в целом. Триггерами в развитии и, как следствие, повышении экономической конкурентоспособности государства выступают патенты, лицензии, ноу-хау, копирайты на актуальные и современные изобретения. Аргументом в пользу патентов является предоставление монопольных прав изобретателю на определенный период времени, что стимулирует создание изобретений в государстве. Аргумент против выдачи патентов состоит в том, что монопольные права препятствуют инновациям – внедрению и распространению изобретений.

Правила Trade related intellectual propertyrights – торговые аспекты интеллектуальной собственности (TRIPS), принятые и разработанные Всемирной торговой организацией (ВТО), требуют защиты патентов на срок не менее 20 лет и защиты авторских прав (копирайтов) в течение не менее 50 лет [3].

В отношении существующей парадигмы экономисты не единодушны в стремлении ужесточать способы защиты прав собственности на использование, обращение и коммерциализацию интеллектуальных продуктов человеческого труда. Обязательная защита объектов интеллектуальной собственности обладает диалектической природой. Зачастую подобный подход на государственном уровне стимулирует развитие экономики, делая её более конкурентоспособной, современной (содействует развитию науки, культуры, техники и т.д.). В этом случае изобретатель получает ренту (собственника, изобретателя) благодаря искусственно созданным барьерам, препятствующим распространению изобретений в обществе. С другой точки зрения, у ряда теоретиков имеется понимание, в отношении существующей система защиты прав на интеллектуальную собственность (ИС) неполноценна и усложнение патентного законодательства, механизма защиты приводит к повышению корпоративных расходов на научно-исследовательские разработки, но монополизировав высокотехнологичные продукты интеллектуального труда, она затрудняет экономическое развитие государства.

Создание временной монополии, не имеет ничего общего с существующей рыночной средой. Существующая монополия, от части, является признанием неполноценности рынка в сфере ИС и формой избегания недостатка госрегулирования и управления процессом патентования. Данная гипотеза имеет право на существование, но её воплощение редко даёт существенные результаты для экономики государства. Интеллектуальный продукт, за которым закрепляются монопольные права, есть примитивная

форма государственного вмешательства, обладающая массой отрицательных последствий монополии.

Существует теория, согласно которой страны с низким доходом заинтересованы в сильной защите прав интеллектуальной собственности с точки зрения привлечения прямых иностранных инвестиций. По мере того как эти страны будут развиваться и приближаться к уровню государств со средним уровнем доходов, им необходимо ослаблять режим охраны прав интеллектуальной собственности, чтобы стимулировать поступление импортных технологий; когда же они приближаются к технологическому прорыву, монополизация защиты интеллектуальной собственности становится более актуальной в отношении собственных инноваций. Таким образом, прослеживается U-образная зависимость между уровнем развития экономики и защитой прав интеллектуальной собственности (высокая для слаборазвитых стран, низкая для стран со средним уровнем дохода и высокая для развитых стран), и некоторые исследователи действительно такую зависимость находят. На рисунке 1 представлена подобная зависимость.

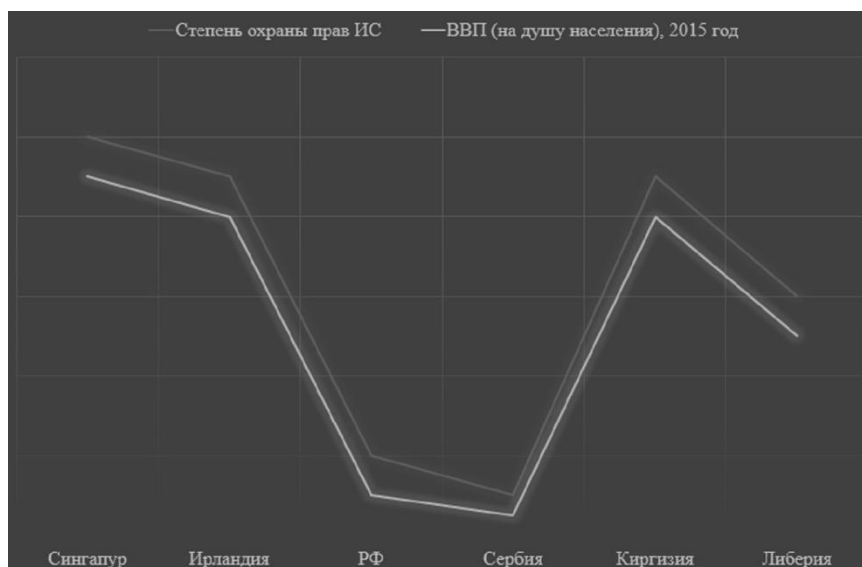


Рисунок – 1. U-образная зависимость степени защиты прав ИС и уровня развития экономики (ВВП на душу населения, 2015 г.) по странам с различным доходом

Для наглядного анализа взяты два показателя ВВП на душу населения, характеризующий уровень развития экономики государства и степень защиты прав ИС среди таких стран с разным уровнем развития экономик, как: Сингапур, Ирландия, РФ, Сербия, Киргизия, Либерия.

Теоретики отмечают, что известная U-образная зависимость между индексом защиты прав на ИС и ВВП на душу населения – результат не перманентных, а пространственных различий: слаборазвитые страны в меньшей степени способны и имеют возможность противостоять международному требованию соблюдать строгие патентные права, а

развивающиеся страны с уровнем доходов выше и ниже среднего обладают большими возможностями сдерживать давление и, следовательно, – слабее защищать патентные права. Из U-образного соотношения следует, что бедные страны по мере развития будут снижать защиту прав интеллектуальной собственности, чего в действительности не наблюдается.

Защиты прав ИС с помощью патентов, лицензий и копирайтов наиболее эффективная форма развития технических и интеллектуальных возможностей развития общества. Суждение о необходимости защищать ИС развивающимся странам является ошибочным; она несёт больше вреда, чем пользы: настаивать на обязательной защите западных интеллектуальных продуктов, можно только в случае, западного финансирования потерь от сокращения трансфера технологических новшеств и интеллектуального капитала.

Список литературы и источников:

1. Еременко Г.А. Интеллектуальная собственность: проблемы и решения. М.: ВНИИЦ, 2000. 79 с.
2. Королёв А.В., Любимова А.Д., Лысенко Т.В., Нейгебауэр К.С. Институционализация интеллектуальной собственности в научно-технической сфере: современность и перспективы развития // Научный диалог. 2016. №8 (56). С.172-187.
3. Trade-Related Aspects of Intellectual Property Rights [Электронный ресурс] // Agreement on trade-related aspects of intellectual property rights: [сайт]. [2018]. URL:https://www.wto.org/english/docs_e/legal_e/27-trips.pdf . (дата обращения 25.03.2018).

*Шарана Екатерина Викторовна,
магистрант 1 курса Академии управления
при Президенте Республики Беларусь*

*Научный руководитель: Коврей В.А.,
к.э.н., доцент, Академия управления
при Президенте Республики Беларусь
ekaterinasharapa@gmail.com*

ОБЗОР МЕТОДИК ОЦЕНКИ ЭФФЕКТИВНОСТИ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОЕКТОВ ГОСУДАРСТВЕННО-ЧАСТНОГО ПАРТНЕРСТВА В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ И ЗА РУБЕЖОМ

АННОТАЦИЯ. Государственно-частное партнерство представляет собой особую форму инвестиционной деятельности, преследующую не только коммерческие цели. Возникает необходимость разработки методики анализа государственно-частного партнерства, которая должна включать не только традиционно используемые в анализе системы показателей прибыли и рентабельности или показателей чистого дисконтированного дохода (NPV) и внутренней нормы доходности (IRR), используемых в финансово-инвестиционном анализе, но и систему специальных показателей, позволяющих оценить бюджетную и социально-экономическую эффективность ГЧП-проекта. Результатом исследования стал комплекс методов оценки эффективности проектов государственно-частного партнерства, включающий в себя анализ бюджетной эффективности, финансовых показателей и социальной эффективности проектов.

КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА. Государственно-частное партнерство, проекты - ГЧП, эффективность, концепция «Value for Money», метод СВА, метод PSC, сравнительное преимущество.

Возрастающая роль проектов, основанных на принципах государственно-частного партнерства (ГЧП), с одной стороны, и сложный, комплексный характер отношений, возникающих между государством и частным партнером в ходе их реализации, с другой, делают актуальными вопросы, касающиеся оценки общеэкономической эффективности проектов ГЧП и их целесообразности.

В международной практике оценка эффективности проектов ГЧП традиционно производится на основе концепции «Value for Money» (Vfm) – оптимального соотношения стоимости проекта и качества его выполнения.

Эффективность проекта оценивается по двум показателям: «цена-качество» (value for money) и доступность стоимости (affordability assessment). Концепция Vfm включает в себя три основных требования: экономичность, результативность, эффективность.

Требование экономичности предполагает сочетание минимальных затрат на реализацию проекта и максимальную отдачу от них. Требование результативности означает достижение целевых показателей, а требование эффективности – обеспечение наилучшего соотношения параметров стоимости проекта и качества его выполнения.

Концепция Vfm характеризуется абстрагированием от «затратного» подхода, который свойственен анализу эффективности коммерческих проектов, и позволяет оценить совокупный полезный эффект от реализации проекта ГЧП для государства с учетом социальной, инвестиционной, научно-технической и иных, имеющих общественную ценность, составляющих.

В государствах, имеющих значительный опыт в сфере ГЧП (Великобритания, США, Франция, Германия, Австралия, Канада), получили распространение два альтернативных метода, основанные на концепции Vfm: Cost-Benefit Analysis (CBA) и Public Sector Comparator (PSC) [1].

Метод CBA представляет собой процесс систематического расчета и сопоставления общественных затрат и социальных выгод. Он включает в себя четыре основных этапа: определение затрат и выгод проекта, их оценка, сравнение суммарных затрат и выгод на протяжении всего жизненного цикла проекта, а затем – непосредственный выбор проекта.

На первой стадии определяются все связанные с реализацией проекта затраты и выгоды, обосновывается их взаимосвязь.

Вторая стадия – оценка затрат и выгод. Эта стадия часто сопровождается трудностями из-за разницы в оценке стоимости осязаемых и неосязаемых благ. Очевидно, что стоимость осязаемого блага (капитальное оборудование, труд, земля и т. п.) легко оценить, ориентируясь на уровень цен на конкурентном рынке, в то время как стоимость неосязаемых благ (человеческая жизнь, время, природоохранные факторы и т.д.) оценить по понятным причинам невозможно.

На третьей стадии анализа будущие затраты и выгоды проекта сравниваются со стоимостью направляемых на его реализацию инвестиций. Для этого используется ставка дисконтирования.

На четвертой стадии проекты ранжируются в порядке убывания на основе показателя BCR («выгоды/затраты»), чистой приведенной стоимости проекта (NPV) и коэффициента окупаемости инвестиций (ROI). Проект принимается, если его BCR и NPV больше нуля, а коэффициент ROI выше среднерыночного уровня.

Таким образом, существенным преимуществом применения метода CBA является комплексная оценка факторов, которые могут повлиять на конечную эффективность проекта ГЧП [1].

В некоторых зарубежных странах получил распространение *метод Public Sector Comparator (PSC)* – сравнительный анализ расходов государственного сектора. Метод широко используется для анализа эффективности проектов ГЧП в таких странах, как Австралия, Ирландия, Гонконг, Великобритания, а также в странах Южной Африки.

Суть метода PSC сводится к сравнению двух альтернативных вариантов реализации проекта – посредством государственных закупок или применения

механизма ГЧП. Сравнение производится по критерию «цена-качество» путем расчета чистой приведенной стоимости базового проекта и проекта ГЧП. Финансовая выгода является характеристикой стоимостной оценки преимуществ одного варианта реализации проекта над другим [1].

Белорусская практика анализа эффективности проектов ГЧП во многом схожа с мировым опытом. Постановлением Министерства экономики Республики Беларусь «О проектах государственно-частного партнерства» от 27.07.2016 г. № 49 утверждена Инструкция об оценке предложений о реализации проектов государственно-частного партнерства (далее – Инструкция) [2]. Согласно Инструкции порядок оценки эффективности проектов ГЧП включает в себя оценку комплектности и правильности оформления, оценку финансовой эффективности проекта, оценку социально-экономических эффектов от реализации проекта, а также определение сравнительного преимущества проектов.

В Республике Беларусь *оценка финансовой эффективности проекта* осуществляется на основании расчета показателя чистой приведенной стоимости (NPV) и коэффициента покрытия долгосрочных обязательств ($DSCR_t$).

Проект признается финансово эффективным, если показатель NPV больше или равен нулю, а значение коэффициента $DSCR_t$ соответствует 1,2–1,5 (в зависимости от типа проекта) [2].

Оценка социально-экономической эффективности проекта производится с учетом его специфики и сферы осуществления государственно-частного партнерства на основе выявления (определения): качественных (количественных) социальных эффектов (в натуральном выражении, не учтенных при расчете финансовой эффективности проекта); денежных социальных эффектов, то есть результатов реализации проекта, поддающихся денежной оценке по специально разработанной методике, в том числе государственным учреждением «Национальное агентство инвестиций и приватизации», а также отраслевыми и (или) международными методиками.

Если проект ГЧП признан эффективным по финансовому и социально-экономическому критериям, то производится *определение его сравнительного преимущества*.

Сравнительное преимущество определяется на основании соотношения: чистых дисконтированных расходов бюджетов бюджетной системы Республики Беларусь при реализации проекта с использованием схемы ГЧП и чистых дисконтированных расходов по объекту при его финансировании за счет средств бюджета либо с привлечением внешних государственных займов, внешних гарантированных займов;

суммарного объема принимаемых государственным партнером обязательств в случае возникновения рисков при реализации проекта по схеме ГЧП и бюджетной схеме (с учетом дисконтирования) [2].

В Республике Беларусь методика оценки предложений о реализации проектов государственно-частного партнерства на практике широкого распространения еще не получила. Существенным недостатком методики

является преобладание в ней интересов государственного партнера над интересами частного. Это отчасти объясняется спецификой понимания в Беларуси механизма ГЧП: привлечение частных инвестиций на условиях ГЧП осуществляется чаще всего в сферы, не пользующиеся популярностью среди субъектов предпринимательства в силу их низкой рентабельности и некоммерческой ориентированности.

Белорусская методика оценки предложений о реализации проектов государственно-частного партнерства во многом схожа с зарубежной концепцией оценки СВА. Однако положительные эффекты ее использования ограничиваются особенностями применения механизма ГЧП в Республике Беларусь, а также отсутствием инструментов оценки рисков.

Список литературы и источников:

1. Трынов, А.В. Г. Методика оценки экономической эффективности инвестиционных проектов, реализуемых на принципах государственно-частного партнерства / А.В. Трынов // Экономика региона. – 2016. – Т.12, вып. 2. – С. 602-612.
2. О проектах государственно-частного партнерства: Постановление Министерства экономики Республики Беларусь, 27 июля 2016 г. № 49 / Нац центр правовой информ. Республики Беларусь. – Минск, 2018.

Круглый стол.

Формирование лидерских качеств: со школьной скамьи

до «золотого» возраста». Усиление взаимодействия органов управления образованием и общественных институтов

*Деменюк Анастасия Витальевна,
студентка 4 курса ГОУ ВПО
«Донецкая академия управления
и государственной службы
при Главе Донецкой Народной Республики»;*

*Чернобаева Светлана Владимировна,
аспирант, кафедры менеджмента
внешнеэкономической деятельности»
ГОУ ВПО «Донецкая академия управления
и государственной службы
при Главе Донецкой Народной Республики»;*

*Беганская Ирина Юрьевна,
д.э.н, доцент, ГОУ ВПО «Донецкая академия
управления государственной службы
при Главе Донецкой Народной Республики»,
г. Донецк, ДНР*

ОБЕСПЕЧИВАЮЩИЕ ПОДСИСТЕМЫ ЭКСПОРТНОГО ПОТЕНЦИАЛА ДНР: СОСТОЯНИЕ И РАЗВИТИЕ

АННОТАЦИЯ. Экспортный потенциал государства – это залог экономического благополучия, но его реализация сложный процесс, который требует исследований, выявления проблем в обеспечивающих подсистемах и принятия управленческих решений.

Цель– выявление проблем в обеспечивающих подсистемах развития экспортного потенциала ДНР.

Метод исследования - системный анализ для изучения структурных составляющих и процесса развития экспортного потенциала.

Результаты и выводы: обеспечивающие подсистемы экспортного потенциала ДНР нуждаются в содействии государственных органов, инвестициях и инновациях.

КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА. Экспортный потенциал региона, обеспечивающая подсистема, таможенная политика, транспортно-логистические подсистемы, инвестиционный климат.

Развитие экспортного потенциала региона является локомотивом для подъема экономики Донецкой Народной Республики (ДНР). Производство

экспортной продукции и успешная ее реализация, даст предприятиям возможность выйти на новые рынки сбыта, что в свою очередь повышает эффективность деятельности предприятия и, следовательно, экономики региона.

Теоретическую основу для исследования представляют классические и современные научные труды российских и зарубежных исследователей в области внешней торговли, экспортного потенциала и эффективности деятельности обеспечивающих подсистем. Целесообразно рассмотреть, несколько значений понятия «экспортный потенциал», которые представлены в табл.1.

Таблица 1. Значение понятия «экспортный потенциал»

Источник	Описание дефиниции «экспортный потенциал»
1	2
<u>Словарь экономических терминов</u> [1]	совокупная способность экономики страны, ее отраслей, предприятий, хозяйств осуществлять производственно-экономическую деятельность, выпускать продукцию, товары, услуги, удовлетворять запросы населения, общественные потребности, обеспечивать развитие производства и потребления. Экономический потенциал страны определяется ее природными ресурсами, средствами производства, трудовыми научно-техническим потенциалом, накопленным национальным богатством
Камолов С.Г. [2]	способность экономической системы производить товары, технологию и услуги, конкурентоспособные на мировых рынках при достигнутом уровне развития ресурсов, производительных сил, науки, сервисно-сбытовой инфраструктуры и системы валютно-финансовой поддержки экспорта
Савинов Ю. А. и Мигунов Ю. А. [3]	способность национальной экономики, ее секторов, отраслей, предприятий и компаний производить конкурентоспособные на мировом рынке товары и услуги путем использования, как сравнительных национальных преимуществ, так и новых конкурентных преимуществ, основанных на достижениях науки и научно-технического прогресса

Как видно из таблицы 1, основу для формирования экспортного потенциала составляют конкурентоспособные товары, но на эффективность реализации экспортного потенциала в большей степени влияют обеспечивающие подсистемы, под которыми понимают систему, служащую дополнением к рассматриваемой системе на протяжении стадий ее жизненного цикла, но не обязательно вносящую непосредственный вклад в функционирование самой системы [4]. Обеспечивающие подсистемы играют

основную роль в развитии экспортной деятельности, поэтому важно постоянно выявлять изменения в каждой из них и координировать деятельность предприятий субъектов внешнеэкономической деятельности (ВЭД).

Обеспечивающая подсистема экспортного потенциала региона включает в себя следующие вспомогательные сферы и институты: таможенные органы, законодательное обеспечение, банковская система, транспортно-логистическая система, маркетинг, инвестиционный климат, кадровый потенциал и др. Целесообразно рассмотреть подробно некоторые из них.

- Таможенные органы. Цель их деятельности – обеспечить экономический интерес и безопасность ДНР; реализовать таможенную политику, посредством установления порядка перемещения товаров, транспортных средств и иных предметов через таможенную границу Республики; взимать таможенные платежи; осуществлять таможенный контроль и оформление; бороться с контрабандой и нарушениями таможенных правил, соответственно с законами о таможенном регулировании.

Управление таможенным делом в ДНР осуществляет Департамент таможенного дела республиканского органа исполнительной власти, который реализует государственную политику в сфере налогообложения и таможенного дела. Деятельность Департамента таможенного дела заключается в направлении, координации и контроле деятельности таможенных органов, специализированных таможенных учреждений и организаций относительно выполнения законодательства ДНР по вопросам таможенного дела.

При осуществлении ВЭД, на территории Республики, независимо от того, какой таможенный режим используется, осуществляется единая таможенная политика, являющаяся составной частью внутренней и внешней политики региона. Согласно закону «О таможенном регулировании в ДНР», таможенная политика представляет собой систему принципов и направлений деятельности ДНР в сфере обеспечения своих экономических интересов и безопасности с помощью таможенно-тарифных и нетарифных мероприятий регулирования внешней торговли, а также посредством применения мер, направленных на борьбу с контрабандой и нарушениями таможенных правил [5].

Механизм таможенного оформления при вывозе товаров, характерной чертой, которого можно назвать сложность и значительную длительность по времени, приводящее к тому, что осуществление экспорта скоропортящейся продукции (продукты питания) невозможно. Несмотря на упрощенный режим прохождения таможенной границы между ДНР и ЛНР проблема не исчезла. Во время экспорта товара на территорию ЛНР все так же необходимо оформлять экспортные таможенные декларации.

Таможенные органы зачастую используют неправомерную корректировку таможенной стоимости товаров, что является основой для перерасчета таможенных платежей между субъектами ВЭД и таможней. Во время прохождения российской таможни экспортеры ДНР часто сталкиваются с данной проблемой, ведь устанавливаемая корректируемая сумма таможенной стоимости значительно превышает сумму, установленную субъектом ВЭД. Это

приводит к тому, что расходы субъектов ВЭД увеличиваются, следовательно, это приводит к неконкурентоспособности продукции на рынке России.

По причине политической непризнанности ДНР, предприятия, функционирующие на данной территории, не могут оспорить решения таможенных органов в вышестоящих органах или судах.

- Законодательное обеспечение. Для развития внешнеэкономической деятельности в ДНР разработана правовая база, регулирующая осуществление ВЭД. Приняты «Временное положение о таможенной системе ДНР», «Временное положение о таможенном тарифе», «Временное положение о порядке аккредитации субъектов ВЭД и регистрации внешнеэкономических договоров (контрактов) субъектов ВЭД ДНР», Законы «О налоговой системе», «О таможенном регулировании» и др. нормативно-правовые акты. В то же время следует отметить, что отсутствует «Таможенный кодекс», который регулирует возникающие спорные вопросы в процессе осуществления ВЭД.

Значительным для развития экспортного потенциала Республики является активизация выдачи сертификатов происхождения (СТ-1) и соответствия продукции техническим регламентам, действующих на территории России. Согласно закону «О безопасности и качестве пищевых продуктов» [6] предприниматели ДНР не имеют права осуществлять реализацию произведенных ими товаров без сертификата качества. Важно обратить внимание на то, что при нарушении производства сертификат могут отозвать, и предприятию придется проходить сертификацию заново.

- Банковская система. Проблемным аспектом остаются международные кредитно-расчетные операции ДНР, которые на данный момент имеют специфический характер – расчетные операции между ДНР и Россией осуществляются через небанковские кредитные организации (НКО), либо через банк ООО «Центр Международных Расчетов» [7]. Недостатком механизма расчетов через НКО является то, что субъекты ВЭД могут совершать только некоторые банковские операции, при этом российской компании, при желании сотрудничать с компаниями из ДНР, необходимо иметь счет в «НКО в Ростове», так как именно туда переводятся деньги со счетов Центрального Республиканского Банка.

- Транспортно-логистическая система. Эффективное координирование логистической системы в значительной степени влияет на рост торговли, так как правильная организация транспортировок повышает спрос на международные грузоперевозки, что позволяет поддерживать экспортный потенциал региона на высоком уровне.

Логистические схемы перевозки грузов в настоящее время, из-за военных действий разрушены или устарели, требуют ремонта и новых разработок, из-за чего основной вид транспорта по международным перевозкам грузов – автомобильный. Железнодорожный транспорт используют для перевозок груза только внутри Республики, и частично в ЛНР. В РФ перевозка железнодорожным транспортом невозможна из-за большого процента разрушений дорожно-транспортной инфраструктуры.

В действующей транспортной системе существует ряд проблем, которые представлены на рисунке 1.

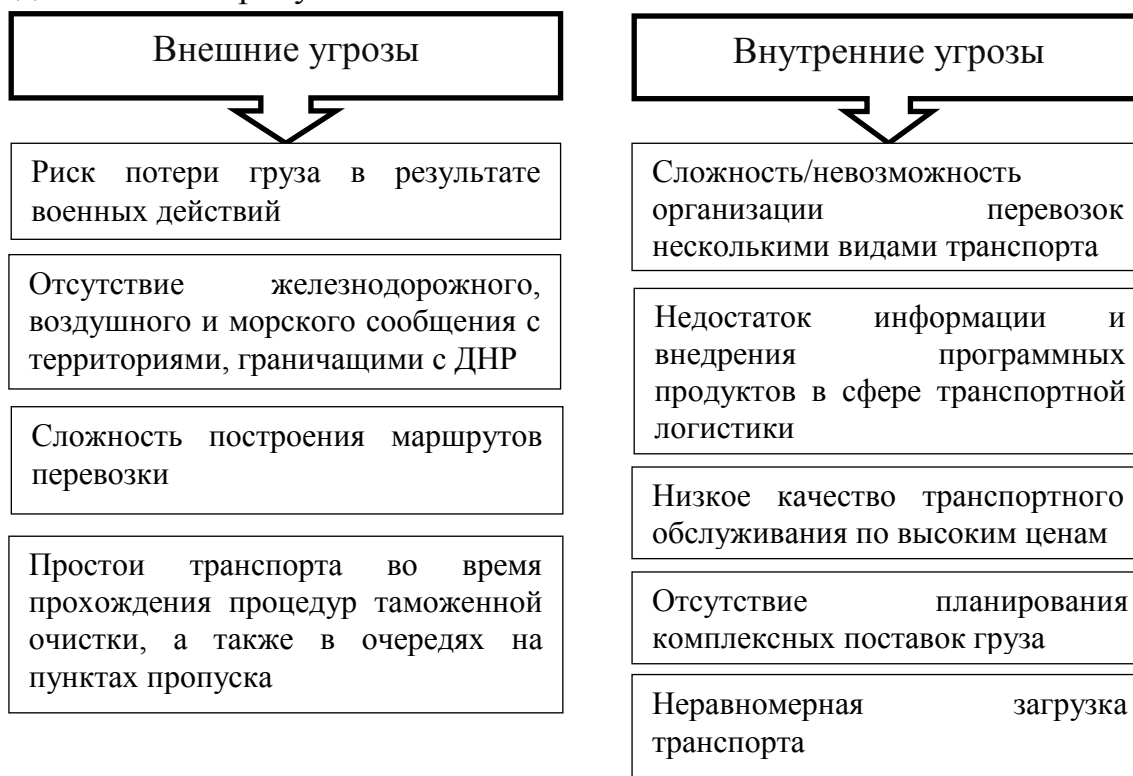


Рисунок 1. Риски, возникающие при осуществлении перевозок в ДНР

Риски подразделяются на две категории:

- 1 - внешние угрозы, риск наступления которых практически невозможно минимизировать;
- 2 - внутреннего характера (со стороны компаний, предоставляющих экспедиторские услуги).

Анализируя транспортную систему ДНР, можно сделать вывод, что это звено в обеспечивающей системе развития экспортного потенциала нуждается в усовершенствовании, как со стороны органов власти, так и со стороны предприятий предоставляющих данную услугу.

- Маркетинговая составляющая, позволяющая детальнее разрабатывать стратегию экспортных операций и своевременно реагировать на изменения обстановки на международном рынке – требует больших затрат. К сожалению, на территории ДНР, функционирующие предприятия не могут позволить себе разработку новых маркетинговых стратегий. На государственном уровне маркетинговые исследования не проводятся, поэтому предприятия вынуждены осуществлять ВЭД «вслепую».

- Инвестиционный климат. По состоянию на 7 сентября 2017 г. в ДНР насчитывают более 11406 поврежденных и разрушенных объектов инфраструктуры [8]. В т.ч. 63 объекта промышленного производства, которые требуют значительных инвестиций для начала производственных работ. В свою очередь, запуск поврежденных производственных объектов приведет к увеличению ассортимента экспортируемых товаров.

Необходимы инвестиции и в объекты дорожно-транспортной инфраструктуры (241 объект поврежден), для решения большинства проблем (рис. 1).

Привлечение инвестиционных ресурсов в Республику – важнейшая задача для поддержания и наращивания не только экспортного, но и экономического потенциала региона в целом. Найти инвесторов в сложившейся политической обстановке предприятиям Донецкой Народной Республики достаточно проблематично. Очевидно, что Донецкий регион славится своими природными ресурсами, и для того, чтобы привлечь внимание инвесторов в 2017 г. был создан Инвестиционный портал [9]. Таким образом, потенциальный инвестор имеет возможность получить максимум актуальной информации о Республике и о планируемых и реализуемых на территории Республики инвестиционных проектах.

Итак, прежде всего, для создания благоприятного климата осуществления ВЭД предприятиями Республики, необходимо решить наиболее острые проблемы: на законодательном уровне адаптировать таможенные процедуры и минимизировать бюрократическую составляющую с ближайшими партнерами – Луганской Народной Республикой и Российской Федерацией. Решение проблем транспортно-логистической системы в ДНР имеет также большую значимость, т.к. транспортная отрасль является одним из основных факторов роста экономики. Повлиять на сложившуюся ситуацию кардинально невозможно. Со стороны государства необходимо большое вложение денежных средств на восстановление дорожно-транспортной инфраструктуры, со стороны предприятий, оказывающих транспортные услуги и инвесторов – средства для внедрения программного обеспечения, расширения ассортимента транспортных средств, для перевозки разногабаритного груза.

Список литературы и источников:

1. Словарь экономических терминов. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://economics_ru.academic.ru.
2. Камолов, С.Г. Проблемы развития экспорта России в переходный период. : Дис. канд. экон. наук: 08.00.14 : Москва, 1998 202 с. РГБ ОД, 61:98-8/984-9.
3. Савинов, Ю.А. Государственная финансовая поддержка экспорта в России / Ю.А. Савинов, А.Ю. Мигунов // Российский внешнеэкономический вестник. – 2008. № 5 С. 30-37. – № 6. – С. 46-55.
4. Словарь-справочник терминов нормативно-технической документации. [Электронный ресурс] – Режим доступа :https://normative_reference_dictionary.academic.ru/42427.
5. О таможенном регулировании Донецкой Народной Республики: Закон Донецкой Народной Республики № 116-ИНС от 25.03.2016. [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <https://dnrsovet.su/zakonodatelnaya-deyatelnost/prinyaty/zakony/zakon-donetskoj-narodnoj-respubliki-o-tamozhennom-regulirovanii-v-donetskoj-narodnoj-respublike/>.
7. О безопасности и качестве пищевых продуктов: Закон Донецкой Народной Республики № 120-ИНС от 08.04.2016. [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <https://dnrsovet.su/zakonodatelnaya-deyatelnost/prinyaty/zakony/zakon-donetskoj-narodnoj-respubliki-o-bezopasnosti-i-kachestve-pishhevyh-produktov/>.
8. ООО «Центр международных расчетов». [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <https://ibank.cmrbank.ru/welcome.jsf>.
9. Информационное агентство «Вчасно». [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <https://vchasnoua.com/donbass/53082-infografika-boeviki-nazvali-ushcherb-okkupirovannykh-gorodov-ot-vojni-na-donbasse>.

*Рева Алла Олеговна,
заведующая отделом международных связей
ГОУ ВПО «Донецкая академия управления
и государственной службы
при Главе Донецкой Народной Республики»,
г. Донецк, ДНР, realla@list.ru*

ЭКОНОМИЧЕСКАЯ ПОДГОТОВКА ШКОЛЬНИКОВ КАК ОСНОВА РАЗВИТИЯ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКИХ КАЧЕСТВ

АННОТАЦИЯ. В настоящее время важной предпосылкой существования экономически сильного государства является экономическая подготовленность молодежи к жизни в социуме, их активной трудовой деятельности. В связи с этим государство и общество ставят перед системой образования задачи по воспитанию высокообразованных, инициативных, активных молодых людей и квалифицированных, конкурентоспособных специалистов, способных оперативно реагировать на все вызовы современности, ориентироваться во многих отраслях деятельности, а также обучаться в течение всей жизни.

Цель статьи заключается в поиске механизмов и инструментария выявления резервов для развития предпринимательских качеств в младшем и старшем школьном возрастах, необходимых в условиях вызовов современности.

Методами исследования являются: индукция и дедукция (выявление общемировых тенденций в сфере формирования предпринимательских компетенций и их имплементация в отечественную практику); анализ и синтез (разработка механизмов и инструментария выявления резервов для развития предпринимательских качеств).

Проанализирован зарубежный и отечественный опыт формирования предпринимательских компетенций школьников. Раскрыта необходимость применения целенаправленного комплексного подхода к решению данной проблемы. Предложены механизмы и инструментарии выявления резервов для развития предпринимательских качеств в младшем и старшем школьном возрастах.

КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА. Экономическая подготовка, предпринимательские качества, формирование предпринимательских компетенций, предпринимательская деятельность, школа, конкурентоспособный.

В соответствии с Рекомендациями Парламента и Совета Европы для личной реализации и развития, активного гражданства, социальной включенности и занятости, а также, для того чтобы гибко адаптироваться к переменам, происходящим в современном мире, каждому человеку требуется

восемь ключевых компетенций, а именно: общение на родном языке, общение на иностранных языках, математическая грамотность и базовые компетенции в науке и технологии, компьютерная грамотность, освоение навыков обучения, социальные и гражданские компетенции, чувство инициативности и предпринимательства, осведомленность и способность выражать себя в культурной сфере [1]. Из чего следует, что одной из необходимых любому современному человеку компетенций является предпринимательская компетенция, которая заключается в способности индивида превращать идеи в действия посредством творчества, инноваций и принятия рисков, а также способности планировать и управлять проектами. Именно поэтому перед школой сегодня стоит задача не только обучить, но и сформировать личность, профориентированную и экономически подготовленную к жизнедеятельности в обществе в условиях современных вызовов.

Надо сказать, что молодые люди, как правило, начинают задумываться о предпринимательской деятельности после окончания высшего образовательного учреждения или на последних курсах обучения, когда возникает вопрос трудоустройства, в то время как формировать предпринимательскую компетенцию, развивать предпринимательские качества и закладывать азы предпринимательской деятельности нужно еще со школьной скамьи.

Различные аспекты развития предпринимательской компетенции рассматриваются в исследованиях многих ученых, как зарубежных, так и отечественных.

В работах М. Альберта, Д. Адамсона, М. Вудкока, П. Друкера, Б. Йоханниссона, М. Крейна, К. Рендола, М. Питерса, Ю. Л. Скамая раскрываются философские, политические и социальные функции предпринимательства, личностные качества предпринимателя. Перечисленные исследователи изучали вопрос сущности предпринимательской компетентности, раскрывали ее отдельные характеристики.

В трудах таких ученых, как Э.Ф. Зеер, И.А. Зимняя, О.Е. Лебедев, Г.П. Скамницкая, В.В. Сериков, Г.К. Селевко, С.Ю. Сенатор, деловые и предпринимательские компетенции выделены в качестве ключевых компетенций школьников. Однако, до сих пор остается нерешенной проблема выявления резервов формирования таких компетенций в младшем и старшем школьном возрастах.

подавляющее большинство работодателей требуют наличия у работников аналитического и системного мышления, инициативности и коммуникабельности, навыков принятия решений и ответственности. Сегодня как никогда остро стоит вопрос экономической подготовленности молодых людей к жизни в обществе, их активной деятельности в современных реалиях.

Для того чтобы обеспечить государство высококвалифицированными и конкурентоспособными предпринимателями, нужно создать конкурентоспособную систему предпринимательства.

Для этого нужно вырастить и воспитать предпринимателей, которые и станут неотъемлемой частью этой системы. Успешное решение этой проблемы

зависит от положительных результатов в формировании личности будущего специалиста на всех этапах обучения: в общеобразовательной школе, в образовательной организации высшего образования, в системе последипломного повышения квалификации и вплоть до «золотого возраста».

То есть, система обучения предпринимательству должна иметь непрерывный характер. И это то, чего так не хватает республиканской системе образования.

Для сравнения, в Великобритании предпринимательству начинают обучать еще в средней школе (в форме деловых игр, конкурсов). На более серьезном уровне идея предпринимательства реализуется в старшей школе (профориентационные учебные курсы, которые позволяют сформировать полезные навыки и развивать качества, которые пригодятся обучающимся в их будущей трудовой деятельности, в том числе и предпринимательской).

В США, например, была разработана концепция «эффективного работника», которая заключается в дифференциации принципов разделения умственного и физического труда. Основная роль при такой подготовке предоставляется общеобразовательной школе, которая может с минимальными затратами времени, средств, энергии, материалов подготовить обучающегося к будущей профессии и обеспечить его необходимыми знаниями. Особое значение приобретает предпринимательская подготовка, направленная именно на подготовку «эффективного работника» и развитие таких качеств, как инициативность, профессионализм, настойчивость, а также на формирования экономических навыков, необходимых для решения проблемных задач, связанных с предпринимательством. Программа предпринимательской подготовки «Business Education» позволяет обеспечить школьников США экономическими знаниями и практическими навыками предпринимательской деятельности [2]. Еще в стенах школы программа готовит обучающихся к тому, что после ее окончания они могут стать работниками предприятий, столкнуться с конкуренцией на рынке труда, получить возможность стать предпринимателями.

В качестве положительного примера можно также привести систему дуального образования в Германии, которая предусматривает параллельное получение молодыми людьми знаний: теоретических – в учебных заведениях (начиная со старшей школы, а затем в университетах) и практических – на предприятиях. Дуальное образование получило признание и широкое распространение, как в системе среднего общего, так и в высшего профессионального образования. По данным Федерального министерства образования, 60% выпускников школ Германии продолжают обучение по системе дуального образования, что свидетельствует о системном подходе к обучению и подготовке будущих специалистов [3, с. 195].

Изученный зарубежный опыт доказывает, что системное, целенаправленное формирование предпринимательской компетенции способствует полноценному развитию личности, которая готова изменять, совершенствовать условия своей жизни, свободно выбирать свой жизненный путь, исходя из собственных стремлений и пожеланий, умений и личных

качеств, а также помогает адаптации молодежи к жизни и работе в условиях современных вызовов. Формирование предпринимательских качеств личности – это сложный, противоречивый и многоэтапный процесс, который предполагает овладение человеком предпринимательских знаний, становление предпринимательского сознания и предпринимательского поведения.

Однако у некоторых молодых людей может возникнуть ошибочное суждение о необходимости формирования предпринимательской компетенции – нужно ли ее развивать тому, кто не собирается сам заниматься бизнесом. Ответ однозначный – нужно. Потому что предпринимательство – это неотъемлемая часть существования любого общества. Без понимания того, что это такое, без экономических знаний и предпринимательской компетенции в современных условиях невозможно эффективно работать ни в государственном управлении, ни в образовании, ни в социальной сфере, ни тем более в бизнесе.

Поэтому формирование предпринимательской компетенции следует начинать со школьной скамьи, желательнее с начальной школы. Младшие школьники должны познакомиться с основами экономических понятий, категорий, явлений, процессов, о которых они узнают из окружающей жизни, с миром людей, их потребностями и способами удовлетворения этих потребностей; приобрести начальные практические навыки культуры потребления в условиях рыночных отношений. Безусловно, это должно реализоваться посредством активного обучения с использованием ролевых и дидактических игр, дискуссий, проектов, экскурсий, с использованием средств изобразительного искусства, организации парной и групповой работы. Все это поспособствует созданию базы для дальнейшего изучения экономики в старших классах.

Учителями-практиками разрабатываются курсы по основам экономических знаний для начальной школы, создаются проекты, целью которых является формирование социально-экономической компетентности младших школьников, формирование у них адекватных представлений о сути экономических явлений и процессов, воспитание экономической культуры и мышления. В качестве примеров можно привести такие курсы и проекты, разработанные российскими педагогами, как: «Занимательная экономика» (1-4 класс), «В гостях у гнома Эконома» (Основы экономических знаний в начальной школе) (2-4 класс), «Азбука экономики» (2-4 класс), «Экономический всеобуч» (1-4 класс) [4, 5, 6, 7].

Значительные наработки по проблеме экономической подготовки обучающихся начальных классов имеют и наши земляки – донецкие коллеги. Несколько лет назад творческий коллектив в составе учителей начальных классов и методистов городов Донецк и Макеевка представил программу и методическое пособие для учителя «Школа бизнеса: 1-4 класс» [8].

Весь материал пособия подается в игровой форме, занятия связаны между собой единым сюжетом и героями, которые «раскрывают секреты в сфере бизнеса». К методическому пособию прилагаются «Тетради для учеников»: 1 класс – «Школа бизнеса. Потребности и их удовлетворение», 2 класс – «Школа бизнеса. В мире денег», 3 класс – «Школа бизнеса. Я планирую свой бизнес», 4

класс – «Школа бизнеса. Профессии и бизнес». На занятиях «Школы бизнеса» у школьников формируется, прежде всего, представление об экономике своего города, о профессиях, связанных с экономикой и бизнесом, формируется модель поведения потребителя, а также приходит понимание взаимосвязи экономических и этических процессов. Авторы курса уверены, что в младшем школьном возрасте дети способны осознавать значение предпринимательской компетенции путем овладения такими умениями, как: самостоятельное определение цели работы, планирование и организация трудового процесса, умение рационально использовать материалы и оборудование, учитывать фактор времени в работе, объективно оценивать результаты труда, честно и добросовестно относиться к своим обязанностям.

По нашему глубокому убеждению, развивать предпринимательские качества следует не только на уроках экономики. Обучение должно иметь интегративный характер, что означает усиление межпредметных связей. В начальной школе, например, курс экономики не предусмотрен Государственным образовательным стандартом среднего общего образования. Вышеперечисленные курсы по основам экономических знаний могут реализовываться по желанию конкретной школы за счет вариативного компонента или на факультативных занятиях. Поэтому начинать формирование предпринимательской компетенции стоит на основе интегрированных уроков, таких как: математика (решение математических задач с экономическим содержанием, решение задач на сообразительность), русский язык (ведение словаря экономических терминов, разгадывание ребусов, шарад, решение проблемных ситуаций), изобразительное искусство (выполнение творческих заданий в рисунке и чертеже), окружающий мир (экология родного края, природные ресурсы, потребности, необходимые для поддержания здоровья человека, обычаи и жизнь народов разных стран).

Таким образом, осуществление соответствующего возрастным особенностям воспитанников экономического образования способствует формированию у школьников адекватных представлений о сути экономических явлений и процессов, воспитанию экономической культуры и мышления и является отличной базой для получения экономических знаний в старшей школе и в дальнейшем при получении профильного профессионального образования.

В Донецкой Народной Республике дисциплина «Экономика», цель изучения которой – освоение на базовом уровне знаний об экономических законах, закономерностях и экономической деятельности, овладение навыками, умениями и ключевыми компетенциями, необходимыми обучающимся для успешной социализации личности, носит общеобразовательный характер и является обязательной для изучения в 10-11 классах. Учебная программа составлена на основе Государственного образовательного стандарта среднего общего образования на 2015-2017г., утвержденного приказом Министерства образования и науки Донецкой Народной Республики [9].

По аналогии с рабочей программой по экономике, составленной на основе федерального компонента Государственного стандарта среднего

(полного) общего образования Российской Федерации, содержание среднего общего образования на базовом уровне по экономике представляет комплекс знаний по экономике, минимально необходимый современному человеку. Он включает общие представления об экономике как хозяйстве и науке, об экономике семьи, фирмы и государства, в том числе в международной сфере.

Основными содержательными линиями программы являются: экономические категории по микро- и макроэкономике; международная экономика; человек и фирма; человек и государство; экономика домашнего хозяйства. Предпринимательство изучается как отдельный раздел (10 часов) в 10 классе. Надо отметить, что данному разделу отводится на изучение наибольшее количество часов после темы «Микроэкономика».

Согласно календарно-тематическому планированию курса экономики для 10 класса Раздел 3 «Предпринимательство» знакомит обучающихся с системой предпринимательства, психологическими аспектами и формами предпринимательства, типологией предпринимательской деятельности; организационно-экономическими формами бизнеса, источниками финансирования предпринимательства; конкуренцией и структурой рынка; биржевой и банковской системами.

Проанализировав данный раздел, можно прийти к выводу, что знания и умения, полученные обучающимися в процессе его изучения, могут быть использованы в повседневной жизни для получения и оценки экономической информации, оценки собственных экономических действий в качестве потребителя, члена семьи и гражданина, не зависимо от того, собираются ли они связать свою жизнь с бизнесом и предпринимательством.

Экономическая подготовка в школе в целом должна быть направлена как на формирование опыта применения полученных знаний и умений для решения типичных экономических задач, освоения экономических знаний для будущей профессиональной деятельности и эффективной самореализации в экономической сфере, так и на развитие и совершенствование деловых качеств личности, навыков, моделей поведения, владение которым помогает успешно решать определенную бизнес-задачу и добиваться высоких результатов, то есть на формирование предпринимательских компетенций. Примерами предпринимательских компетенций могут быть: способность принимать решения, готовность принять на себя ответственность за последствия этих решений; устойчивость к нагрузкам, умение убеждать, договариваться и налаживать связи, способность критически оценивать ситуацию и оперативно реагировать на изменения, готовность рисковать, способность действовать в условиях неопределенности и др.

Отсутствие той или иной предпринимательской компетенции снижает конкурентное преимущество человека. И наоборот, чем большим количеством предпринимательских компетенций специалист обладает, тем более конкурентоспособным в бизнес-деятельности он является.

Именно качественная экономическая подготовка в школе является основой развития предпринимательских компетенций личности, что, в свою очередь, делает ее более гибкой, уверенной, способной ставить цели,

планировать, принимать решения, ориентироваться в ситуации, творчески подходить к делу, взаимодействовать с партнерами, приобретать необходимые знания и социальные навыки.

Изучение теоретического материала, а также обобщение практического опыта экономической подготовкой школьников в ДНР, дает возможность выделить ряд проблемы, связанных с преподаванием экономики в школе:

- отсутствие единой четкой концепции школьного экономического образования (на сегодняшний день существует только рекомендованный Министерством образования и науки ДНР минимум знаний по экономике для 10-11; что касается начальной школы, то здесь все зависит от желания и возможностей самой школы);

- отсутствие мотивации и проблемы с восприятием школьниками экономики как необходимого школьного предмета;

- кадровое обеспечение экономического образования в школе;

- проблемы материального обеспечения преподавания экономики в школе.

Решение этих проблем зависит не только от конкретного учителя, школьного коллектива или руководства общеобразовательной организации, которая, к сожалению, вынуждена решать вопрос организации системного экономического образования школьников в соответствии со своими материальными и кадровыми возможностями. Для успешного выращивания предпринимателя огромное значение имеет отношение государства к этому вопросу, его заинтересованность в подготовке школьных учителей экономики, стимулировании их инновационной деятельности, создании материально-технической базы.

В этой связи интересной представляется идея проекта Белгородской региональной общественной организации, претендовавшей на получение поддержки Фонда президентских грантов, «Формирование предпринимательских компетенций и развитие навыков проектной деятельности у школьников и студентов». Цель проекта заключается в содействии формированию у школьников и студентов знаний и практических навыков по предпринимательству и проектированию для дальнейшего самоопределения и достижения поставленных целей. Целевыми группами проекта являются студенты, школьники 9-11 классов, учителя дисциплин «Технология», «Экономика». В рамках реализации проекта планируется проведение вебинаров, тренингов «Азбука начинающего предпринимателя», мастер-классов для учителей, а также разработка методических рекомендаций для учителей по организации и технологии проведения тренинга. В результате реализации проекта учащиеся, которые хотят заниматься предпринимательством в будущем, смогут получить первый опыт и утвердиться в правильности своего выбора, сформировать общие предпринимательские навыки, которые будут востребованы в любой другой сфере деятельности. У преподавателей школ появится возможность развития их профессиональных компетенций, применения новых форм и методов работы в практике собственной деятельности. Положительные результаты проекта будут

способствовать тиражированию инновационного опыта в образовательных учреждениях региона [10].

Несмотря на то, что по ряду причин проект не получил поддержку, его идея может быть взята за основу учителями-практиками для совершенствования экономической подготовки в школе, создания собственных проектов, разработки авторских курсов.

На современном этапе развития общества едва ли кого-то надо убеждать в значимости экономических знаний в жизни человека вообще и в необходимости развития предпринимательских качеств в частности.

Применение целенаправленного системного подхода к решению проблемы формирования предпринимательских компетенций личности является сегодня потребностью, продиктованной временем. В вопросе становления целостной, конкурентоспособной личности, обладающей экономическими знаниями и экономической культурой, особое место должна занимать школа, где одним из основных вопросов экономического воспитания является определение содержания и возможностей формирования у обучающихся интереса к предпринимательской деятельности, где развитие предпринимательских компетенций должно стать важной частью всего учебно-воспитательного процесса.

Таким образом, в современной школе необходимо создать условия, способствующие успешной реализации данного подхода, а именно:

- активная деятельность по качественной подготовке и мотивированию педагогов к организации комплексного процесса формирования предпринимательских компетенций школьников;

- учебно-методическое обеспечение процесса формирования предпринимательских компетенций школьников;

- объединение усилий всех сторон, заинтересованных в успешном решении проблемы, (создание мотивации, ситуации успеха и поощрение деловой активности педагогическими средствами, создание курсов и внеклассных мероприятий с привлечением профессионалов в сфере предпринимательства, обеспечение возможности практического применения полученных знаний и сформированных навыков путем проведения экскурсий, создания проектов, участия в тренингах, конкурсах, конференциях, бизнес-инкубаторах);

- взаимодействие школы и образовательных организаций высшего профессионального образования в плане непрерывности и последовательности процесса обучения предпринимательству;

- заинтересованность местных органов власти и поддержка молодежного предпринимательства на государственном уровне.

Список литературы и источников:

1. Recommendation of the European Parliament and of the Council of 18 December 2006 on key competences for lifelong learning (2006/962/EC) [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=celex%3A32006H0962>.
2. Junior Achievement Programs [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.juniorachievement.org/web/ja-usa/ja-programs>.
3. Юханова А.В. Роль дуального образования в подготовке специалистов в Германии / А.В. Юханова // Управление стратегическим развитием основных сфер и отраслей народного хозяйства в условиях современных вызовов: материалы междунар. науч.-практ. конф., 25-26 октября 2017 г., секция 4, г. Донецк / ГОУ ВПО «ДонАУиГС». – Донецк: ДонАУиГС, 2017. – С. 195-198.
4. Рабочая программа внеурочной деятельности по курсу «Занимательная экономика» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://infourok.ru/programma-vneurochnoy-deyatelnosti-zanimatelnaya-ekonomika-dlya-uchaschihsya-klassa-717327.html>.
5. Рабочая программа курса " В гостях у гнома Эконома" (Основы экономических знаний в начальной школе) [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://nsportal.ru/nachalnaya-shkola/raznoe/2016/09/04/rabochaya-programma-kursa-v-gostyah-u-gnoma-ekonomy-osnovy>.
6. Рабочая программа по экономике на тему: «Азбука экономики» (2-4 кл.) [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://nsportal.ru/shkola/ekonomika/library/2014/12/19/programma-azbuka-ekonomiki-2-4-kl>.
7. Проект «Экономический всеобуч для младших школьников» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://nsportal.ru/nachalnaya-shkola/vospitatelnaya-rabota/2015/11/15/prezentatsiya-proekt-ekonomicheskiy-vseobuch-v>.
8. Методичний посібник за програмою "Школа бізнесу " (1-4 кл.) [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://shkolnayastrana.ucoz.ua/load/uchitelskaja/variativnaja_sostavl_jajushhaja/66.
9. Экономика: 10-11 кл.: программа для общеобразовательных организаций: / сост. Денисова Е.Д., Гавенко Н.В., Кравченко Е. А.; ДИППО. – Донецк: Истоки, 2015.– 14 с.
10. Формирование предпринимательских компетенций и развитие навыков проектной деятельности у школьников и студентов [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://xn--80afcdbalict6afooklqi5o.xn--p1ai/Project/View/23143>.

Кулешов Александр Эдуардович,
преподаватель ГОУ ВПО «Донецкая
академия управления и государственной
службы при Главе Донецкой Народной
Республики»

Научный руководитель: **Беганская И.Ю.,**
д.э.н, доцент, ГОУ ВПО «Донецкая академия
управления и государственной службы
при Главе Донецкой Народной Республики»
г. Донецк, ДНР
alexander.kuleshov@list.ru

ГОСУДАРСТВЕННОЕ РЕГУЛИРОВАНИЕ И РАЗВИТИЕ СОЦИАЛЬНОГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА В СФЕРЕ ПАЛЛИАТИВНОЙ ПОМОЩИ

АННОТАЦИЯ. Сегодня государства мира сталкиваются со многими острыми проблемами в экономической, социальной и медицинской сферах, что требует первоочередного поиска путей их решения. Это предопределяет поиск новых альтернативных организационных форм бизнеса, предоставляющих социальные услуги и решающие различные проблемы. Одной из таких форм стало «социальное предпринимательство». На первом месте для таких предприятий стоит решение социальных проблем или создание социальной ценности для помощи обществу.

Цель исследования – на основе раскрытия сущности понятия «социальное предпринимательство» и определения его роли в решении социальных проблем, определить его возможности при предоставлении паллиативной помощи больным с ограниченным прогнозом жизни с учетом разработки мероприятий государственного регулирования данной проблемы. метод, результаты, выводы на русском языке

К основным *методам*, использованным в исследовании можно отнести: моделирование, анализ, статистика и информационный метод.

Результатами исследования стали выводы о том, что паллиативная помощь – это важная часть общественного здравоохранения, в решении проблем которой может принять участие социальное предпринимательство, взяв на себя определенные функции.

Из чего можно сделать выводы, что именно учреждения паллиативной помощи, опираясь на комплексный мультидисциплинарный подход, способны наиболее адекватно реагировать на потребности паллиативных больных и их родных, способствовать улучшению качества их жизни и общества в целом. Социальные предприятия для своего развития требуют благоприятного климата, который должно создать государство, осознавая, что социальное

предприятие является инструментом, который способствует формированию гуманного общества в республике и решает сложные социальные проблемы.

КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА. Социальное предпринимательство, паллиативная помощь, хоспис, респис, благотворительная организация, сиблинг, фандрайзинг.

Изложение материалов основного исследования. Социальное предпринимательство находится на стыке традиционного предпринимательства и благотворительности и берет от благотворительности – социальную направленность деятельности, а от бизнеса – предпринимательский подход и является качественно новым подходом к решению социальных проблем. Отличия социального предпринимательства от благотворительной организации и традиционного бизнеса представлены в табл.1. Как видно из табл.1. социальные предприятия строятся на принципах самокупаемости, финансовой устойчивости и инновационности используемых подходов. Целью становится не локальное решение единичного вопроса, а достижение качественно нового уровня в преодолении социально значимых проблем.

Таблица 1. Отличия социального предпринимательства от других видов деятельности

Социальное предпринимательство	Благотворительная организация	Традиционный бизнес
<ul style="list-style-type: none"> - Социально-ориентированная структура. - Не зависит от внешних источников финансирования; - Необходим только стартовый капитал. - Получает доход от собственной деятельности, целью которой является смягчение или решение конкретных социальных проблем. - Прибыль реинвестируется. 	<ul style="list-style-type: none"> Социально-ориентированная структура. - Зависит от внешних источников финансирования, доноров. - Получает гранты и пожертвования, которые направляются на решение социальных проблем. - Нет прибыли. 	<ul style="list-style-type: none"> Коммерческая структура. - Не зависит от внешних источников финансирования; необходим только стартовый капитал. - Получает доход от собственной деятельности, целью которой является максимизация прибыли. - Прибыль распределяется среди акционеров.

Предпринимательство в сфере здравоохранения и медицины относится к разновидности социального предпринимательства, особенностью которого является одновременно и частный, и публичный характер оказываемых услуг, а также медицинских, финансовых, социальных результатов функционирования системы здравоохранения в целом. Значительные возможности предпринимательства имеются в стоматологии, фармацевтике, домашней (семейной) медицине. Предпринимательские инициативы по-прежнему не играют существенной роли в самых сложных и ответственных отраслях здравоохранения: оказание стационарной, экстренной и паллиативной помощи. Остановимся подробнее на последней.

По определению, данному Всемирной организацией здравоохранения, паллиативная помощь – это «... подход, позволяющий улучшить качество жизни пациентов и членов их семей, столкнувшихся с проблемой смертельного заболевания, путем предотвращения и облегчения страданий благодаря раннему выявлению и точной оценке возникающих проблем и проведению адекватных лечебных вмешательств (при болевом синдроме и других расстройствах жизнедеятельности), а также оказанию психосоциальной и моральной поддержки» [1].

Ежегодно около пяти миллионов человек умирает от рака (в России около 300 тыс.) [2]. К этому числу можно добавить умирающих от СПИДа, инсульта, хронических обструктивных заболеваний легких (ХОЗЛ), болезни Альцгеймера и других заболеваний, при которых требуется специализированная помощь. Ввиду сложившихся обстоятельств в ДНР в 2014-2015г.г., повлекших за собой значительную миграцию населения, достоверное выявление и полный учет впервые выявленных больных злокачественными новообразованиями оказались невозможными. В 2015г. в ДНР было выявлено 6612 новых случаев злокачественного новообразования (54,7% у женщин, 45,3% у мужчин), что на 21% меньше по сравнению с довоенным 2013 г. (8355 случаев). Численность населения, на 100тысяч которого рассчитываются показатели заболеваемости, по указанной выше причине, также трудно поддавалась полному учету [3]. Следовательно, и показатели заболеваемости населения Донецкой Народной Республики в 2014-2015г.г. оказались на 22-27% ниже довоенных лет (рис.1) [3].

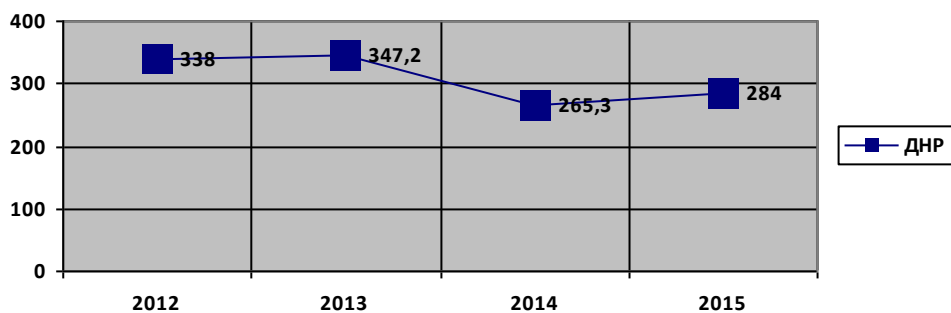


Рисунок 1. Заболеваемость населения ДНР злокачественными новообразованиями в 2012-2015гг.

Учитывая то, что 2014-2015гг. Республика прожила в одинаковых условиях, при относительно стабильной численности населения, данное обстоятельство позволяет сравнить показатели заболеваемости 2014г. и 2015г. Они свидетельствуют о росте онкозаболеваемости населения ДНР на 7% за указанный период. На конец 2015 г. под диспансерным наблюдением онкологической службы в ДНР состоял на учете 61221 больной (2013 г. – 59194) [3].

Отдельно стоит проблема помощи неизлечимо больным детям и подросткам, а также людям, получившим тяжелые травмы, увечья и неизлечимые заболевания в ходе военных действий. Поэтому, актуальность проблемы оказания паллиативной помощи в Донецком регионе бесспорна, ведь для большинства больных она остается единственной медицинской помощью. Поддержание максимально возможного качества жизни пациента является ключевым моментом в определении сущности паллиативной помощи.

Социальное предпринимательство могло бы помочь в решении определенных проблем, связанных с паллиативной помощью, причем предпринимателями в данной сфере могут стать врачи, социальные работники, студенты медицинских и юридических учебных заведений, психологи, родственники больных, инвалиды и другие заинтересованные лица.

Процесс эффективного развития и внедрения паллиативной помощи нуждается в поддержке как на высшем правительственном уровне, так и на уровне общественных и религиозных организаций ДНР. Важным является создание специализированных учреждений паллиативной помощи. Их нельзя сравнивать с хосписами, в которых помощь оказывается преимущественно онкологическим больным в последней стадии болезни и психологическая поддержка их родственников[4]. По международным стандартам, на 1 млн. жителей необходимо 100 хосписных коек (4 Хосписа по 25-30 коек), то есть, в Донецкой области их должно быть в четыре раза больше, чем на данный момент [5].

Для урегулирования проблем в данной области исследования государство должно взять на себя такие функции (табл.2.).

Выполнение государством данных функций позволит начать процесс урегулирования проблем, связанных с паллиативной помощью.

Примером специализированного учреждения, которое может взять на себя решение проблем паллиативных больных, может стать «Центр паллиативной помощи» (как социальное предприятие).

Основной целью центра будет являться привлечение внимания общества к потребностям неизлечимо больных людей и объединение усилий по разработке республиканской модели паллиативной помощи; изучение мирового опыта развития паллиативной медицины и паллиативного ухода, его анализ; ведение информационно-просветительской деятельности среди населения республики; помощь в организации учебного процесса для медицинских, социальных работников, психологов и волонтеров, которые практически оказывают помощь больным.

Таблица 2. Функции государства по регулированию и развитию социального предпринимательства в сфере паллиативной помощи

п/п	Функция	Содержание
1.	Право-творческая	<p>1. Разработка и приведение нормативной базы по внедрению медико-социальной и паллиативной помощи в соответствие с современными международными требованиями и стандартами;</p> <p>2. Подготовка нормативно-правовой базы социального предпринимательства и определение сферы его деятельности в медицине;</p> <p>3. Разработка Положения и создание Координационного совета при Министерстве здравоохранения ДНР, который должен способствовать координации деятельности межведомственных рабочих групп (координационных советов на местах) по паллиативной помощи с органами местной власти, общественными и религиозными организациями и т.д.</p>
2.	Социальная	<p>1. Организация методологического обеспечения медико-социальной и паллиативной помощи, ее взаимодействия с существующей системой оказания медицинской помощи и социальных услуг;</p> <p>2. Совершенствование и развитие системы подготовки / переподготовки кадров по паллиативной помощи, в частности на базе Донецкого национального медицинского университета имени М. Горького может быть открыта кафедра паллиативной медицины;</p> <p>3. Содействиеразвитию волонтерского движения в паллиативной помощи;</p> <p>4. В сотрудничестве с религиозными общинами, представленными в ДНР, определить принципы духовной опеки больных, нуждающихся в паллиативной помощи.</p>
3.	Экономическая	Изучение потребности и разработка предложений по финансированию паллиативной помощи.
4.	Координирующая	С помощью Координационного совета осуществлять мониторинг, планирование, координацию взаимодействия всех заинтересованных сторон в процессе оказания паллиативной помощи нуждающимся больным.
.	Информационно-просветительская	Учить общество воспринимать смерть, как часть жизни, видеть в умирающем человеке личность с ее потребностями и желаниями.

Деятельность Центра может включать (рис.2.):

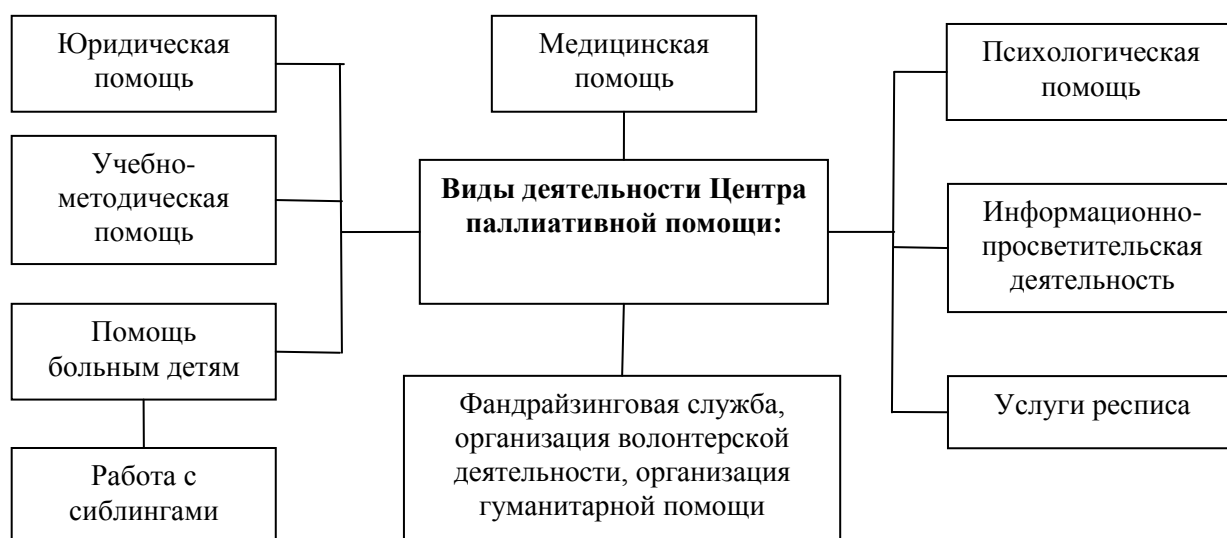


Рисунок 2. Направления деятельности Центра паллиативной помощи

Таким образом, можно сделать вывод о том, что паллиативная помощь – это важная часть общественного здравоохранения, в решении проблем которой может принять участие социальное предпринимательство, взяв на себя определенные функции.

Опыт различных стран мира показывает, что именно учреждения паллиативной помощи, опираясь на комплексный мультидисциплинарный подход, способны наиболее адекватно реагировать на потребности паллиативных больных и их родных, способствовать улучшению качества их жизни и общества в целом. Социальные предприятия для своего развития требуют благоприятного климата, который должно создать государство, осознавая, что социальное предприятие является инструментом, который способствует формированию гуманного общества в республике и решает сложные социальные проблемы.

Список литературы и источников:

1. Концепция паллиативной помощи в современном мире [Электронный ресурс]: Режим доступа: <https://medic.studio/palliativnaya-meditsina/kontseptsiya-palliativnoi-pomoschi-sovremennom-65862.html>.
2. Цели и принципы паллиативной медицины [Электронный ресурс]: Режим доступа: <https://medic.studio/palliativnaya-meditsina/tseli-printsipyi-palliativnoy-65921.html>.
3. Злокачественные новообразования в Донецкой Народной Республике в 2014-2015г.г. [Электронный ресурс]: Режим доступа: http://donetsk-onco.com/wp-content/uploads/2016/12/2014_2015.pdf.
4. Социальная работа Режим доступа: <http://www.pallcare.ru/ru/?p=1300687999&id0688138>
5. В Донецкой области не хватает хосписов [Электронный ресурс]: Режим доступа: <http://donbass.ua/news/region/2013/11/20/>.

*Кузьмина Светлана Николаевна,
доцент кафедры управления и связей
с общественностью
ЧОУ ВО «Курский институт менеджмента,
экономики и бизнеса», г. Курск
imo@mebik.ru*

ИНКЛЮЗИВНОЕ ОБРАЗОВАНИЕ И БИЗНЕС СРЕДА: ФАКТОРЫ УСПЕШНОГО ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ

АННОТАЦИЯ. Инвалиды - абитуриенты, делая выбор в пользу той или иной профессии, руководствуются аргументами, имеющими природу как внутреннего (субъективного), так и внешнего (объективного) свойства.

КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА. Инвалид, лица с ограниченными возможностями здоровья, численность инвалидов, инклюзивное обучение, будущая профессия, адаптированная образовательная программа, доступная образовательная среда, успешность в бизнесе.

Российский государственный социальный университет в 2017 году провел социологическое исследование, направленное на выявление образовательных потребностей людей с ограниченными возможностями здоровья и инвалидностью.

Было опрошено 61 респондент в возрасте от 12 до 28 лет. Респонденты представляли 9 регионов России (таблица 1).

В число респондентов вошли люди с различными нозологиями:

болезни органов зрения (11 чел.),

слуха (20 чел.),

опорно-двигательного аппарата (22 чел.),

другие заболевания (8 чел.).

Все опрошенные респонденты имеют либо ограниченные возможности здоровья, либо группу инвалидности.

Выпускники среднеобразовательных учебных заведений часто сталкиваются с проблемой профессиональной ориентации, не являются исключением и люди с ограниченными возможностями здоровья и инвалиды.

О своем профессиональном будущем задумываются практически все респонденты и большинство из них в той или иной мере определились с тем, какую профессию они будут получать после окончания школы.

Таблица 1. Сопряженность возрастов и регионов респондентов (чел.)

Возраст	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	26	28	Итого по региону
Регион	лет	лет	лет	лет	лет	лет	лет	лет	лет	год	лет	лет	
Брянская область	1	1	3	1	3	1							10
Йошкар-Ола											1		1
Калининград и Калининградская область				1		1							2
Краснодарский край												1	1
Курск и Курская область					1	4	3	1					9
Москва					3	10	5	3	2	2			25
Московская область						1			1				2
Сыктывкар					1								1
Ярославль и Ярославская область				4	2	4							10
Итого по возрасту	1	1	3	6	10	21	8	4	3	2	1	1	61

Профессии, выбранные респондентами для освоения, трудно свести к какой-либо одной категории или одному виду. Среди них встречаются творческие профессии, например, визажист-стилист, кружевница, фотограф. Профессии гуманитарного профиля: педагог, врач, дефектолог-логопед, историк, клинический, психолог, социальный, работник, психолог, юрист. Профессии технико-информационного характера: инженер-программист, программист. Рабочие профессии: проводница, помощник машиниста, водитель, сварщик, швея, пекарь, повар, сортировщик. Профессии, связанные экономикой и управлением: аудитор, бухгалтер, модератор, менеджер.

Таблица 2. Распределение ответов на вопрос
«Определились ли Вы со своей будущей профессией?»

Варианты ответа	Число респондентов	% респондентов
Да, я твердо уверен какую профессию буду получать	16	26.2
Определился, но некоторые сомнения имеются	28	45.9
Я вижу свое профессиональное будущее лишь в общих чертах	8	13.1
Нет	9	14.8
Итого	61	100.0

Разброс профессиональных интересов респондентов указывает на то, что практически любая профессия может вызвать интерес у людей с ОВЗ и инвалидностью. Следовательно, учебным заведениям СПО и ВО следует учитывать это обстоятельство и быть готовыми обучать людей с особыми потребностями по здоровью.

Именно поэтому, образовательным учреждениям, социальным службам, органам государственного и местного управления, ответственным за социальную интеграцию людей с ОВЗ и инвалидностью, следует развивать направления профессиональной ориентации.

Респонденты, делая выбор в пользу той или иной профессии, руководствуются аргументами, имеющими природу как внутреннего (субъективного), так и внешнего (объективного) свойства. К внутренним аргументам относятся, например, соответствие профессии увлечениям, хобби респондента; ее соответствие семейным традициям; несложность получения профессии и др. Внешние аргументы – это доход, который может принести профессия; ее популярность и престиж, имеющиеся профессиональные карьерные перспективы и др.

Люди, имеющие ограниченные возможности здоровья и инвалидность, хотят обучаться интересной лично для них профессии, которая при этом должна позволить получать необходимый доход. То есть при проведении профессиональной ориентации абитуриента необходимо определять направленность его интересов и увлечений, а также доходные притязания. И, исходя из этого, формировать траекторию будущего профессионального развития.

Стать успешным бизнесменом мечтают многие, в том числе и инвалиды. Однако сделать это бывает трудно по многим причинам. Одним не хватает терпения и настойчивости в продвижении собственных дел, другие не имеют четкого плана действий. Если человек хочет преуспеть в бизнесе, он должен быть готов ко многим трудностям. Успешный бизнесмен зачастую курирует не один, а несколько, более или менее, доходных коммерческих проектов. Их успешность измеряется в материальном денежном эквиваленте, положении в обществе и т. д.

Перед нами встает самый главный вопрос: может ли инвалид добиться успеха в бизнесе, инклюзивное образование и бизнес-среда могут ли успешно взаимодействовать и что необходимо предпринять учебным заведениям при подготовке кадров для предпринимателей?

Путь к успеху и богатству непрост, и на нём может потребоваться поддержка, сильнейшая самомотивация. И если человек-инвалид решает пойти по этому пути, ему надо быть готовым ко многим обстоятельствам:

- Своё дело потребует жесткой дисциплины и стальных нервов, особенно на старте.
- Негатив, форсмажор и другие внештатные ситуации будут обязательно (плохие отзывы в сети о вашей деятельности, отсутствие возможности окружить себя профессионалами и т.д.).
- Юридическая грамотность необходима, надо быть ознакомленным со всеми необходимыми законами, подзаконными актами и постоянно следить за их обновлениями.
- Участие в бизнесе будет большим, чем планируется. Причина в том, что наемные работники не будут брать на себя больше, чем могут, а клиенты положительно реагируют на общение с владельцем бизнеса.
- Своё дело даст огромный личностный рост. Ответственность в смеси с риском, долгосрочное планирование и управление людьми уже в первый год делают людей сильнее, спокойнее и увереннее.

Яркими примерами должны послужить истории инвалидов, добившихся успехов в бизнесе в России:

Став инвалидом-колясочником, после тяжелой травмы позвоночника, бывший военный летчик **Роман Аранин** стал социальным предпринимателем. Он создал реабилитационный центр для инвалидов на своем производстве.

На сегодняшний день практически все инвалиды Калининграда занимаются в его реабилитационном центре. Роман является генеральным директором компании Observer, которая производит и ремонтирует реабилитационную технику для инвалидов. В 2012 году оборот компании превысил 20 миллионов рублей. В 2013 году Р. Аранин стал финалистом всероссийского конкурса «Бизнес-успех-2013», а в 2014 стал одним из победителей российского конкурса «Социальный предприниматель».

Александр Суворов, российский профессор психологии. Александр потерял зрение в три года, а слух — в девять лет. Сегодня он — единственный в России слепоглухой доктор психологических наук. Потеря зрения и слуха не помешали ему стать профессионалом высочайшего уровня. Александр

Васильевич закончил факультет психологии МГУ, защитил кандидатскую и докторскую диссертации и написал десятки книг и статей по психологии. Сейчас он проводит успешные тренинги по психологии.

Данил Плужников, певец, участник шоу «Голос.Дети». В раннем детстве у Даниила была диагностирована спондилоэпифизарная дисплазия верхних и нижних конечностей. Это сложное системное заболевание костей. Даниил отлично учится и много занимается музыкой и вокалом, сочиняет собственные произведения. В свои 15 лет он оказывает поддержку другим больным ребятам. Волонтерская деятельность Даниила охватывает онкологические центры в Москве, в Сочи и других городах России.

Подобных историй много и не только в России, но и во всем мире; и то, что инвалиды и лица с ОВЗ хотят обучаться управлению и экономике, создать собственный бизнес, должно сигнализировать ВУЗам, готовящим кадры для предпринимателей о создании ресурсных центров для обучения этих категорий лиц. Процесс обучения людей с ОВЗ и инвалидностью требует создания особой образовательной среды, соответствующей их нозологиям.

Для людей с болезнями опорно-двигательного аппарата требуется специальное маршрутно-ориентированное обеспечение доступной среды (подъемники, пандусы, адаптированные лифты, специализированные парты и стулья, автоматизированное рабочее место и т.д.), людям с нарушениями слуха требуется звукоусиливающее оборудование, для людей с болезнями органов зрения необходимы электронные лупы, сканирующие машины и т.п. Каждый вуз обязан создать ресурсные центры для инвалидов, адаптированные образовательные программы и прочие условия для успешного взаимодействия инклюзивного образования и подготовки кадров для бизнеса.

*Исмайлова Татьяна Юрьевна,
кандидат экономических наук, доцент
ФГБОУ ВО «Финансовый университет
при Правительстве РФ», г.Липецк,
ismailova-ty@mail.ru*

*Пронькина Анна Владимировна,
Член координационного совета
ЛРО ООГПО «Российского общества «Знание»,
г.Липецк*

КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬ РАБОТНИКА КАК ФАКТОР ФОРМИРОВАНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ

АННОТАЦИЯ. Современная экономика требует сильные предприятия, которые могут производить качественный продукт, удовлетворять потребности клиентов, могут конкурировать с иностранными предприятиями. Возникает критерий оценки таких предприятий – конкурентоспособность. Но в основе данного показателя, внутри предприятия, в его базисе лежит конкурентоспособность работника, что и является объектом изучения и результатом сделанных выводов данной статьи.

КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА. Конкурентоспособность работника, конкурентоспособность предприятия, экономика.

Конкурентоспособность (КСП) предоставляет определенные преимущества работнику и не только ему. Это можно рассмотреть с двух сторон. Во-первых, если работник конкурентоспособный, он легко может занять вакантную должность и на других предприятиях или вытеснить другого работника. Во-вторых, если работники конкурентоспособны, то российские предприятия имеют возможность побороться за первенство на международном рынке. И, как следствие, главным источником формирования конкурентоспособности предприятия и его товара/услуги становится непосредственно работник.

Высвобождение конкурентоспособности работников подразумевает уход конкурентоспособных работников по каким-либо причинам. В связи с этим ключевой задачей предприятия является формирование условий для сохранения таких работников и учета влияния факторов экономики. С одной стороны должны формироваться условия для дальнейшего повышения их конкурентоспособности. С другой стороны вовлечь их в процесс формирования конкурентоспособности других работников, последнее может быть реализовано через наставничество, формирование корпоративных банков знаний, создание системы интеллектуального менеджмента.

Если рассматривать конкурентоспособность как способность работников, логично будет предположить, что работники вместе со своей конкурентоспособностью могут перемещаться внутри предприятия и за ее пределы. К примеру, если конкурентоспособный работник, трудоустроившись в конкретную организацию, прямым образом влияет на создание продукта или оказание услуги, а в целом и на создание конкурентоспособности предприятия, то данный процесс можно обозначить как движение конкурентоспособности вместе с ее носителем.

Аналогично, существует движение в обратную сторону конкурентоспособности работников: из организации в сторону внешнего рынка труда. Это процесс высвобождения конкурентоспособности работников, но именно вместе с ее носителем.

Предприятия создают условия для конкретных работников, а государство и регион создают условия для всего рынка труда. Формирование конкурентоспособности работников ограничивается необходимостью определения места, в котором происходит формирование конкурентоспособности работников. Мы выделили два места, где может находиться работник:

1) работник находится на внешнем рынке труда (относительно предприятия);

2) работник находится на внутреннем рынке труда (внутри предприятия).

Изучая условия экономики и непосредственно значимые в ней факторы (технологические, нормативно-правовые, производственные, социально-экономические, инфраструктурные), которые она создает, то, как они влияют на рынок труда, мы аккумулировали их в единый процесс.

В изученных подходах процесс формирования конкурентоспособности работников предполагает создание определенных условий для развития рабочей силы и учет влияния каких-либо факторов. Однако в содержании и особенностях процесса формирования конкурентоспособности работников не находит отражения влияние факторов экономики, не выделены уровни и субъекты формирования конкурентоспособности, а также не учитываются стратегические цели и задачи страны, регионов, организаций и самих работников в условиях экономики, отсутствует система оценочных показателей эффективности вложений в формирование конкурентоспособности работников.

Содержание процесса формирования конкурентоспособности рассматривается в работе как совокупность взаимосвязанных мероприятий, разрабатываемых и реализуемых на национальном, региональном и микроуровнях, направленных на создание условий, учитывающих влияние нормативно-правового, технологического, производственного, социально-экономического, инфраструктурного факторов экономики на национальный и региональные рынки труда и позволяющих работникам реально конкурировать на внутреннем и внешнем рынках труда.

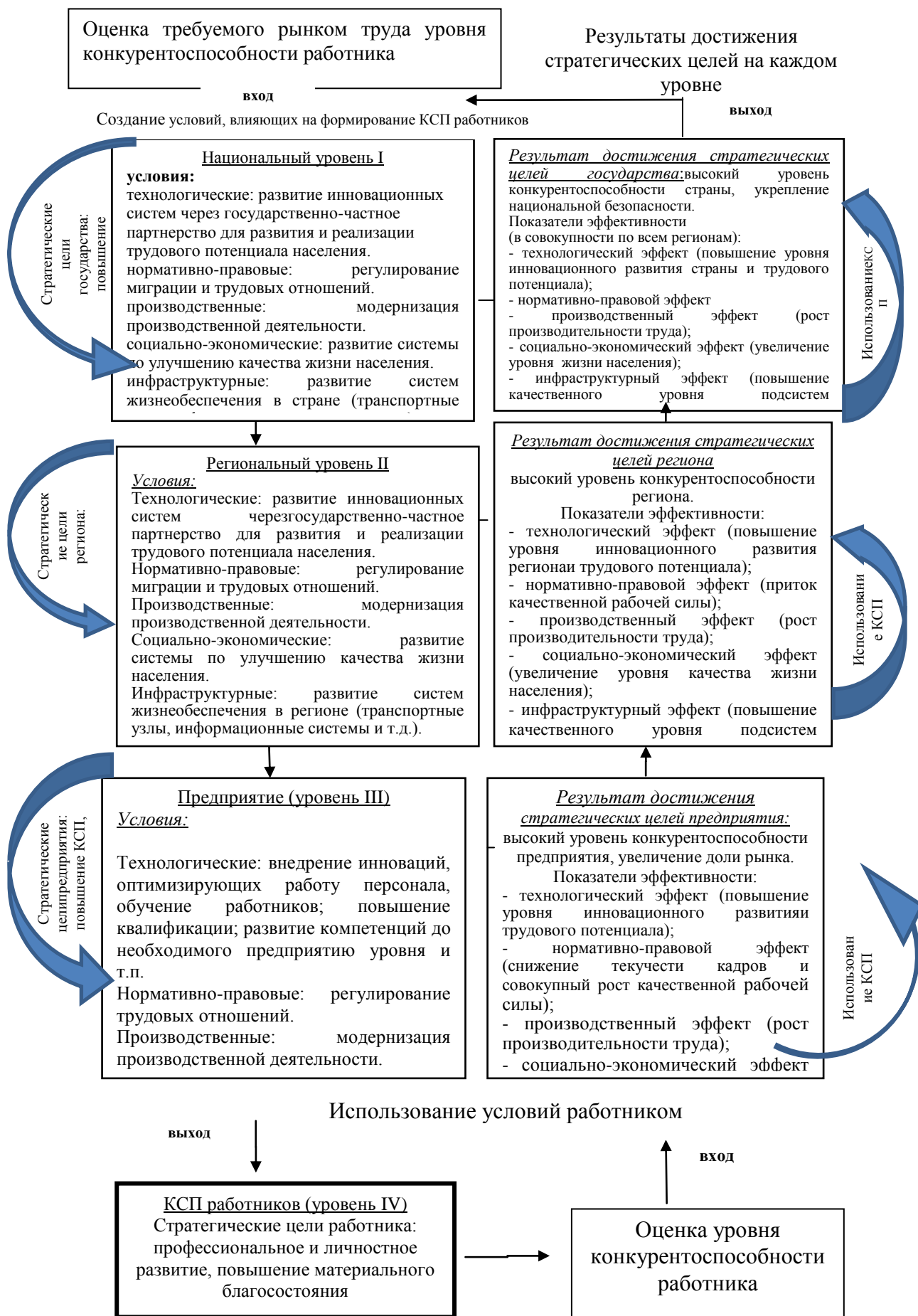


Рисунок 1. Процесс формирования конкурентоспособности работников и предприятия

На рис.1 представлена интерпретация процесса формирования конкурентоспособности работников и в предприятия. Эти уровни особо выделены в предлагаемой схеме процесса.

Процесс формирования конкурентоспособности работников, влияющий на конкурентоспособность предприятия предполагает следующую последовательность:

1) определение необходимости и целей формирования конкурентоспособности работников;

2) создание условий, оказывающих влияние на процесс формирования конкурентоспособности работников;

3) поддержание обратной связи между процессами формирования и использования конкурентоспособности работников с целью внесения своевременных корректив в процесс.

Условия, учитывающие влияние технологического фактора, предполагают развитие инновационных систем через государственно-частное партнерство для развития и реализации трудового потенциала; нормативно-правового–регулирование миграции и трудовых отношений; производственного – модернизацию производственной деятельности; социально-экономического – развитие системы по улучшению качества жизни населения; инфраструктурного – развитие систем жизнеобеспечения в стране (транспортные узлы, информационные системы и т. д.).

На уровне предприятий формируемые условия включают в себя: внедрение инноваций, оптимизирующих работу персонала; обучение работников, повышение квалификации; развитие компетенций до необходимого предприятию уровня; регулирование трудовых отношений; модернизацию производственной деятельности; улучшение условий труда; развитие систем жизнеобеспечения на предприятии.

В блоках обратной связи по каждому уровню обоснованы возможные эффекты, по которым можно определить результаты достижения стратегических целей по формированию конкурентоспособности работников (на национальном уровне – повышение конкурентоспособности страны, укрепление национальной безопасности; на региональном уровне – повышение конкурентоспособности региона; на уровне предприятия – повышение конкурентоспособности предприятия, выживание).

К особенностям процесса формирования конкурентоспособности работников, отвечающим условиям экономики, относятся:

- интеграция усилий органов власти всех уровней, организаций и работников. Интеграция позволяет распределить усилия по уровням для обеспечения: адекватной реакции на внешние вызовы; соответствия требованиям рынков труда; поддержки и защиты национального и региональных рынков; возможности работнику реально конкурировать на рынках труда. Причем интеграция может быть вертикальной (между государством, регионом, предприятием) и горизонтальной (на уровне стран, регионов, предприятий);

- ориентация на стратегии развития страны, регионов, компаний, личные цели работников и показатели достижения целей формирования конкурентоспособности работников;
- конкретизация круга задач для каждого уровня;
- непрерывность процесса формирования и последующего развития конкурентоспособности работников, обеспечиваемая наличием обратной связи. Обратная связь базируется на оценке степени достижения целей формирования конкурентоспособности работников, результат которых повышает требования к конкурентоспособности работника в дальнейшем.

Список литературы и источников:

1. Терехова Т.Ю. (Исмаилова Т.Ю.) Формирование конкурентоспособности работников в условиях глобализации экономики: дис. канд. экон. наук: 08.00.05/Т.Ю. Терехова. Воронеж, 2013. С.46 - 50.
2. Ismailova T.Yu., Ismailov R.A. Assessment of competitiveness of workers in the internal and external labor markets International Journal of Advanced Studies. – 2016. – 1. Volume 6.p.18-26.

***Николаева Ольга Николаевна,**
кандидат наук по государственному
управлению, доцент, ГОУ ВПО «Донецкая
академия управления и государственной
службы при Главе Донецкой Народной
Республики», olga-nony@yandex.ru*

***Русначенко Эльвира Витальевна,**
студентка 4 курса ГОУ ВПО «Донецкая
академия управления и государственной
службы при Главе Донецкой Народной
Республики», г. Донецк, ДНР*

ПРОБЛЕМЫ ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ И РАЗВИТИЯ МАЛОГО БИЗНЕСА В ДОНЕЦКОЙ НАРОДНОЙ РЕСПУБЛИКЕ

АННОТАЦИЯ. В современных условиях особую актуальность приобретают вопросы, связанные с поиском путей и подходов к обеспечению эффективного развития малого бизнеса. В статье рассматриваются проблемы функционирования и развития малого бизнеса в Донецкой Народной Республике.

В работе используются общенаучные методы исследования экономических явлений и процессов.

Результаты, полученные в ходе исследования, имеют практическое значение и направлены на решение экономических и социальных проблем в государстве.

КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА. Малый бизнес, ведение бизнеса, SWOT-анализ, экономический рост.

В условиях социально-экономической и политической нестабильности каждое государство пытается использовать все имеющиеся резервы для стабилизации ситуации и обеспечения поступательного развития экономики.

Предпринимательство является одним из факторов производства, который приводит во взаимодействие остальные факторы производства (труд, земля, капитал) и позволяет с максимальной эффективностью использовать прочие экономические ресурсы, стимулировать экономический рост. Современная экономическая обстановка не способствует развитию предпринимательской активности, что обусловлено рядом причин организационно-экономического, политико-правового, институционального характера, которые требуют принятия соответствующих решений.

Теоретические аспекты развития и функционирования малого бизнеса исследуются в трудах современных ученых и классиков экономической мысли А. Бусыгина, Ю. Дмитриевой, М. Лапуста, А. Маршалла, К. Макконнелла, В. Старостиной, В. Романовой, А. Сорокина, Ж. Сэя, А. Смита, Й. Шумпетер и др. Отдельного внимания заслуживают труды отечественных ученых – Л. Волощенко, Л. Дмитриченко, Е. Долгалевой, В. Ляшенко, В. Орловой, А. Химченко. Несмотря на то, что сегодня малый бизнес активно изучается, существует острая потребность в установлении его места и роли как движущей силы развития экономики Донецкой Народной Республики, а также определении проблем функционирования и становления на современном этапе.

Опыт развитых стран свидетельствует о весомом вкладе сектора малого предпринимательства в национальную экономику. Так, доля предприятий малого бизнеса в наиболее развитых зарубежных странах составляет примерно 70-90% от общего числа предприятий. В США, например, на малых предприятиях работает около 53% всего работоспособного населения, в Японии – 71,7%, а в странах Европейского Союза на малых предприятиях осуществляет деятельность примерно половина работающего населения [2].

При этом, оценивая условия ведения бизнеса по методологии, предложенной Всемирным банком, можно отметить как положительные изменения, так и наличие некоторых ограничений, сдерживающих развитие бизнеса. В докладе «Ведение бизнеса» (*Doing Business*) за 2017 год отмечается, что страны-лидеры, в которых уже сложились доступные и эффективные правила ведения бизнеса, тем не менее, продолжают проводить реформы. Например, Гонконг снизил регистрационные взносы, сделав открытие бизнеса менее дорогостоящим. Швеция упростила процедуры передачи имущества. Норвегия ввела электронную систему, обеспечивающую поддержку

исполнения контрактов [3; 4]. Сравнительная характеристика рейтинга ведения бизнеса в отдельных странах мира представлена в табл. 1.

Таблица 1. Некоторые составляющие рейтинга ведения бизнеса в отдельных странах мира [3]

Показатели	Россия	Новая Зеландия	США	Швеция	Китай	Индия
<i>Создание бизнеса</i>						
Количество процедур	3,7	1	6	3	9	12,9
Время (дни)	9,8	0,5	5,6	7	28,9	26
Затраты (% дохода на душу населения)	1,0	0,3	1,1	0,5	0,	13,8
Минимальный капитал (% дохода на душу населения)	0,0	0,0	0,0	11,5	0,0	0,0
<i>Получение разрешений на строительство</i>						
Количество процедур	13,7	10	15,8	7	22	35,1
Время (дни)	239,3	93	80,6	116	244,3	190
Затраты (% стоимости строения)	1,4	2,2	1,0	2,1	7,0	25,9
<i>Подключение к системе электроснабжения</i>						
Количество процедур	3	5	4,8	3	5,5	5
Время (дни)	160,5	58	89,6	52	143,2	45,9
Затраты (% дохода на душу населения)	44,1	76,0	24,4	32,3	390,4	133,2
<i>Регистрация собственности (бизнеса)</i>						
Количество процедур	3	2	4,4	1	4	7
Время (дни)	15	1	15,2	7	19,5	46,8
Затраты (% стоимости собственности)	0,2	0,1	2,4	4,3	3,4	7,7
<i>Получение кредита</i>						
Ранг	44	1	2	75	62	44
<i>Защита прав миноритарных инвесторов</i>						
Ранг	53	1	41	19	123	13
<i>Уплата налогов</i>						
Платежи (количество в год)	7	7	10,6	6	9	25
Время (часы в год)	168	152	175	122	259	241
<i>Осуществление внешнеторговой деятельности</i>						
Ранг	140	55	35	18	96	143
<i>Обеспечение исполнения договоров (выполнение контрактных обязательств по решению суда)</i>						
Время (дни)	337	216	420	321	452,8	1420
Затраты (% стоимости иска)	16,5	27,2	30,5	30,4	16,2	39,6
<i>Разрешение неплатёжеспособности</i>						
Ранг	51	34	5	19	53	136

Рейтинг страны тем выше, чем эффективнее система регулирования бизнеса, что проявляется в простоте, скорости и стоимости создания и ведения бизнеса.

Вопрос развития и поддержки малого и среднего предпринимательства приобретает особое значение, так как именно этот бизнес способен сформировать инвестиционный климат, обеспечив дополнительную занятость и рост производства, создать финансовую основу для инновационного прорыва, повысить уровень конкурентоспособности выпускаемых товаров и услуг.

Как отмечает и.о. Министра экономического развития ДНР В.Романюк «... успешное развитие малого бизнеса в Донецкой Народной Республике создает предпосылки для экономического роста, способствует насыщению местных рынков, содержит большой потенциал для оптимизации путей развития экономики и общества в целом ...» [1].

Практика показывает, что позиции России в рейтинге ведения бизнеса Всемирного банка в последнее десятилетие изменились в лучшую сторону.

В Донецкой Народной Республике, которая равняется на Российскую Федерацию, малый бизнес, как важнейший элемент экономики, находится на начальном этапе развития. Данный факт указывает на то, что при разработке стратегии развития малого бизнеса в ДНР можно избежать ошибок довоенного времени и принять в расчет лучшие практики ведения бизнеса. С этой целью необходимо разработать программу, направленную на создание благоприятных экономических и правовых условий для динамичного развития малого бизнеса на территории ДНР с учетом сильных и слабых сторон, а также возможностей и угроз. Формирование такой программы возможно с помощью SWOT-анализа (табл. 2).

Таблица 2. SWOT-анализ основных проблем и направлений развития малого бизнесав Донецкой Народной Республике

<i>Сильные стороны</i>	<i>Слабые стороны</i>
<ul style="list-style-type: none"> – мобильность и гибкость малых предприятий, что дает возможности для развития различных видов экономической деятельности и формирования ассортимента продукции; – увеличение доли продукции, произведенной малыми предприятиями; – создание новых рабочих мест и поддержание занятости населения; – возможность использования небольшого капитала при создании малого предприятия 	<ul style="list-style-type: none"> – несовершенство законодательной базы, в том числе в сфере налогообложения; – неразвитость механизмов государственной поддержки малого предпринимательства; – отсутствие механизмов финансово-кредитной поддержки и страхования рисков малых предприятий; – административные барьеры; – проблемы взаимодействия малого бизнеса с государственными структурами; – ограниченные возможности при организации внешнеэкономической деятельности

<i>Возможности</i>	<i>Угрозы</i>
<p>– использование лучших практик ведения бизнеса;</p> <p>– развитие перспективных видов экономической деятельности, направленных на диверсификацию экономики, а также способствующих импортозамещению;</p> <p>– применение упрощенных (льготных) систем налогообложения;</p> <p>– расширение экономических связей;</p> <p>– установление и применение упрощенной системы регистрации субъектов малого бизнеса, лицензирования деятельности, ведения бухгалтерской отчетности;</p> <p>– вовлечение в предпринимательскую деятельность молодежи, женщин, социально незащищенных слоев населения</p>	<p>– активизация боевых действий на территории ДНР;</p> <p>– отток квалифицированного экономически активного населения за пределы Республики, что приведет к сокращению экономического потенциала;</p> <p>– обострение конкурентной борьбы, в том числе при появлении «новых игроков» в виде крупных торговых сетей, предлагающих товары и услуги по более низким ценам;</p> <p>– низкая покупательная активность населения;</p> <p>– увеличение налоговой нагрузки на бизнес;</p> <p>– отсутствие банковского кредитования, а также других форм финансовой поддержки малого бизнеса (краудфандинг и др.)</p>

На наш взгляд, приоритетными направлениями поддержки и развития малого бизнеса в Донецкой Народной Республике на сегодняшний день должны стать:

– финансовая поддержка малых предприятий (возобновление банковского кредитования, различные формы государственной поддержки и др.);

– нефинансовые меры поддержки (консультационные и образовательные услуги, стимулирование предпринимательской и инвестиционной деятельности за счет совершенствования законодательства, поддержка механизмов национальной предпринимательской инициативы);

– развитие центров поддержки предпринимательства.

Таким образом, в сложившихся в Донецкой Народной Республике условиях развитие малого бизнеса может способствовать снижению социальной напряженности в обществе и стимулированию экономического роста.

Список литературы и источников:

1. Министерства экономического развития Донецкой Народной Республики / Официальный сайт. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://mer.govdnr.ru>.
2. Финк, Т.А. Малый и средний бизнес: зарубежный опыт развития // Молодой ученый. — 2012. — № 4. — С. 177-181.
3. Сафиуллин, А.Р. Условия ведения бизнеса в России и других странах (оценки Всемирного Банка) / А.Р. Сафиуллин // Вестник Ульяновского государственного технического университета. – № 4. – 2016. – С. 53-56.
4. Doing Business 2017. Equal Opportunities for All. International Bank for Reconstruction and Development / The World Bank. – Washington. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.doingbusiness.org>.

*Сорокотягина Владимира Леонидовна,
аспирант ГОУ ВПО «Донецкая академия
управления и государственной службы
при Главе Донецкой Народной Республики»*

*Научный руководитель: Волощенко Л.М.,
д.э.н., доцент, профессор кафедры финансов
ГОУ ВПО «Донецкая академия управления
и государственной службы при Главе Донецкой
Народной Республики», г. Донецк, ДНР
vladimira756@mail.ru*

УПРАВЛЕНИЕ ФИНАНСОВЫМИ РИСКАМИ ФОРМИРОВАНИЯ КАПИТАЛА КАК ФАКТОР СТАБИЛЬНОГО РАЗВИТИЯ ЭКОНОМИКИ РЕГИОНА

АННОТАЦИЯ. Экономическое развитие регионов приобретает особую актуальность на современном этапе развития, т.к. сегодня наблюдается перенос центра тяжести экономических реформ на региональный уровень, а также усиление их роли при реализации государственной экономической политики. Одну из главных ролей в обеспечении стабильного развития здесь отыгрывают предприятия, которые на первоначальном этапе своего развития формируют капитал под воздействием внешней среды, особенно под угрозой разнообразных рисков.

Цель исследования состоит в определении теоретических основ управления финансовыми рисками формирования капитала для достижения стабильного развития экономики региона.

В качестве основных методов использованы методы обобщения, описания, анализа и синтеза, единства исторического и логического.

В работе рассмотрена сущность устойчивого экономического развития, охарактеризованы риски формирования капитала предприятия. Также отражены принципы управления рисками, связанными с формированием капитала, и этапы реализации политики управления рисками формирования капитала. Описан методический инструментарий оценки уровня рисков.

КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА. Устойчивое развитие, формирование капитала, риски формирования капитала, управления рисками, политику управления рисками.

Главной целью экономического развития регионов можно с уверенностью назвать улучшение качества жизни населения, что подразумевает увеличение доходов, улучшение образования и здравоохранения, снижение уровня нищеты, оздоровление окружающей среды, обогащение культурной жизни и т.п.

Большинство авторов, таких как М.Л.Белоножко, Л.М.Подъяблонская, В.П.Литовченко объясняют сущность развития региона любым прогрессивным изменением, в первую очередь в экономической сфере. Некоторые авторы, например, Н.Д. Кремлев, А.С. Дохолян и Т.В. Усковарассматривают устойчивое развитие с позиций прочности и надежности элементов системы, а также экономических и организационных связей между ними и способности выдерживать нагрузки как внутренние, так и внешние.

Устойчивое развитие – это процесс изменений, в котором эксплуатация природных ресурсов, направление инвестиций, ориентация научно-технического прогресса, развитие личности и институциональные изменения согласованы друг с другом, укрепляют нынешний и будущий потенциал для удовлетворения человеческих потребностей. Во многом речь идёт об обеспечении качества жизни людей [1].

Устойчивость экономического развития подразумевает состояние экономики, при котором поддерживается стабильность конечных параметров развития производственных, экономических и социальных показателей. В период экономического подъема наблюдается оживление всех составляющих производства, складывается устойчивый уровень спроса, вызванный растущим уровнем жизни.

Основные причины нестабильного развития большинства регионов заключаются в неспособности органов власти создать условия для обеспечения нормальной жизнедеятельности населения и предприятий. Исходя из вышесказанного, можно говорить о том, что процесс формирования капитала предприятий в качестве главного фактора стабильного развития региона представляет особый интерес.

Риски, связанные с формированием капитала, составляют довольно весомую часть совокупного портфеля финансовых рисков предприятия. Их уровень возрастает в случае расширения объема и диверсификации хозяйственной деятельности предприятия, которые подразумевают необходимость привлечения все большей суммы капитала из разнообразных источников. Повышение уровня этого риска также связано и с появлением новых технологий, инструментов и механизмов формирования капитала предприятия.

Риски формирования капитала оказывают серьезное воздействие на множество аспектов хозяйственной деятельности предприятий. Данные риски детерминируются такими характеристиками: экономическая природа, объективность проявления, вероятность реализации, неопределенность последствий, ожидаемые неблагоприятные последствия, вариабельность уровня, субъективность оценки.

Наиболее значимое влияние рисков формирования капитала предприятия проявляется в двух направлениях:

1. Уровень рисков формирования капитала изначально оказывает влияние на уровень будущей доходности использования капитала в дальнейшем - эти два показателя (риск и доходность) находятся в тесной взаимосвязи и представляют собой систему «Доходность-риск» в совокупной системе функционирования капитала предприятия.

2. Уровень рисков формирования капитала является также основным фактором генерирования прямой угрозы банкротства предприятия вследствие того, что возможные потери капитала, связанные с этими рисками, в финансовом отношении являются наиболее ощутимыми.

В целях обеспечения эффективного управления данными рисками целесообразно выделить такие риски, как: инфляционный, валютный, процентный, кредитный риски, риски ликвидности, снижения платежеспособности и потери финансовой устойчивости [2].

Для того, чтобы разработать специальную политику управления рисками формирования капитала предприятия, необходимо обозначить принципы управления рисками формирования капитала. К ним относятся:

- осознанность при принятии рисков;
- управляемость рисков, принятых ранее;
- независимое управление отдельными видами рисков;
- совместимость уровня принимаемых рисков с уровнем доходности финансовых операций;
- совместимость уровня принимаемых рисков с финансовыми возможностями предприятия;
- экономичность в управлении рисками;
- учет такого фактора как время при управлении рисками;
- учет стратегии формирования капитала предприятия в процессе управления рисками;
- учет такой возможности как передача рисков.

Разработка и реализация политики управления рисками формирования капитала на основе вышеприведенных принципов базируется на осуществлении таких важнейших мероприятий, как:

- выявление отдельных видов рисков формирования капитала предприятия;
- оценка полноты и достоверности необходимой для определения уровня отдельных рисков информации;
- выбор методов оценки вероятности наступления рисков события по определенным видам рисков и их дальнейшее использование;

обозначение размера возможных финансовых потерь в случае наступления рисков события по отдельным видам рисков;

анализ факторов, которые влияют на уровень рисков формирования капитала предприятия;

установление уровня рисков, который является предельно допустимым;

определение направлений нейтрализации негативных последствий отдельных рисков формирования капитала;

выбор и использование внутренних механизмов нейтрализации негативных последствий отдельных видов рисков;

выбор форм страхования отдельных рисков формирования капитала предприятия, а также видов страхования данных рисков;

оценивание эффективности нейтрализации рисков и организация мониторинга рисков формирования капитала предприятия.

Лишь системный подход и последовательное осуществление вышеприведенных мероприятий даст возможность реализовать эффективное управление программами по снижению рисков на более качественном уровне [3].

Методический инструментарий оценки уровня рисков формирования капитала является достаточно широким и включает в себя различные экономико-статистические, экспертные, аналоговые методы осуществления такой оценки.

Экономико-статистические методы составляют основу проведения оценки уровня риска формирования капитала. К числу основных расчетных показателей такой оценки относятся:

уровень риска. Его определяют как произведение размера возможных финансовых потерь при реализации данного риска на вероятность риска.

дисперсия. Она характеризует степень колебания исследуемого показателя по отношению к его средней величине.

среднеквадратическое (стандартное) отклонение. Один из наиболее распространенных показателей при оценке уровня индивидуального риска, который определяет степень колебания ожидаемого результата и построен на основе дисперсии.

коэффициент вариации. Он позволяет определить уровень риска, если показатели среднего ожидаемого результата от осуществления финансовых операций различаются между собой.

Экспертные методы базируются на опросе квалифицированных специалистов (страховых, финансовых, инвестиционных менеджеров) с последующей математической обработкой результатов этого опроса.

Аналоговые методы определяют уровень риска по отдельным наиболее массовым финансовым операциям предприятий в этой отрасли.

Принимая во внимание вышенаписанное, каждое предприятие должно разработать для себя приемлемую политику управления рисками формирования капитала, что позволит ему эффективно функционировать в дальнейшем, а это повлечет за собой стабильность и устойчивость экономического развития региона в целом.

Список литературы и источников:

1. Кремлев Н.Д. Устойчивое развитие региона в период нестабильности (на примере Курганской области): монография. – Курган: Изд-во Курганского гос. ун-та, 2015. – 232с.
2. Воронина Е.В. Финансовые риски формирования и использования капитала в нефтегазовой отрасли: факторы и оценка стоимости / Е.В. Воронина // Вестник томского государственного университета. Экономика. – 2013. – № 2 (22). – С. 119-128.
3. Боднер Г.Д. Управление рисками на предприятии / Г.Д. Боднер, Р.В. Куличихин // Научный вестник: Финансы, банки, инвестиции. – 2016. – № 2. – С. 72-75.

*Денисюк Валерия Валериевна,
студентка 1 курса магистратуры
ГОУ ВПО «Донецкая академия
управления и государственной службы
при Главе Донецкой Народной Республики»,
Научный руководитель: **Комлякова Ю.Ю.**
ст.преподаватель, к.и.н., ГОУ ВПО «Донецкая
академия управления государственной
службы при Главе Донецкой Народной
Республики»,
г. Донецк, ДНР
denisyuk95@inbox.ru*

ПРОЦЕСС СТЕРЕОТИПИЗАЦИИ ЕВРОПЕЙСКОГО ОБЩЕСТВЕННОГО МНЕНИЯ ПО ВОПРОСУ ВОСПРИЯТИЯ МИГРАНТОВ-МУСУЛЬМАН

АННОТАЦИЯ. В статье рассматривается процесс стереотипизации, анализируется его влияние на общественное мнение в среде коренного европейского населения. На конкретных примерах раскрываются процессы стереотипизации, причины которых лежат в заведомо неоднородных подходах правительства европейских государств к разным категориям населения, проживающим в западноевропейских государствах.

КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА. Стереотипизация общества, мигранты-мусульмане, беженцы, миграция, Европейский Союз.

В настоящее время этнический состав населения, проживающего в Европе, отличается своим разнообразием. Причинами этого стали волны миграции, как вследствие компенсации европейскими странами ущерба от колониальной политики и геноцида, так и в связи с боевыми действиями на Ближнем Востоке и, в частности, в Сирии.

Демографические и социальные изменения привели к тому, что проблема социальной политики стала одной из наиболее острых проблем, как для политического истеблишмента, так и для граждан Европейского Союза [1].

Разнообразие современного мира таково, что большинство социальных связей и взаимодействий, в которые включены практически все жители общества, не позволяет составить полное представление о них. Люди уже не могут обходиться без стереотипов. Они позволяют человеку упорядочить это разнообразие в его сознании. Понятие стереотип имеет ряд синонимов: установка, штамп, шаблон, правило, картина мира, репутация, предрассудок, социальная установка, имидж.

Сегодня мы можем наблюдать массовое переселение в Европу жителей Ближнего Востока. Но есть два вида беженцев: конвенционные, это те которые действительно беженцы, так как они бежали от преследования, и экономические беженцы, они бегут от тяжелых условий существования. Ангела Меркель в свое время, принимая беженцев в Германию, хотела «помочь всему миру». Изначально ее позицию приняли положительно. Все те, кто был «За» прием беженцев на территорию страны не могли подозревать, что кроется за этим приемом. Другой менталитет, другие обычаи и каноны, другая вера и поведение, все это вело за собой столкновения и недопонимания между жителями и приезжими.

Наплыв мигрантов настолько велик, что ни одно государство Европы не готово к приему такого большого количества людей. Ангела Меркель признала, что пустив мигрантов в Германию, потеряла контроль над ними.

Перемещения беженцев внутри Европейского Союза основаны на принципе свободы передвижения а также существенных различиях в доходах между государствами членами ЕС. Данные процессы не могут не сказываться на эффективности функционирования и благополучии самого Европейского Союза, ведь фактор миграции стал ключевым политическим фактором, который подпитывает популистские и антиевропейские партии во многих государствах членах, и причиной тому становятся массовые недовольства граждан миграционной политикой своих правительств и несостоятельностью последних в вопросах обеспечения безопасности своим гражданам. Так в Германии сообщалось о нападениях на женщин группами мужчин-мигрантов с целью изнасилования. И подобные случаи являются не единичными, а повсеместными в местах высокой концентрации мигрантов, что приводит к тому, что коренные жители тех или иных европейских государств больше не могут ощущать себя в безопасности у себя дома. Все это приводит к стереотипизации восприятия европейцами мигрантов-мусульман [2].

Вместе с наплывом людей в эти страны пришел поток проблем. И проблемы массового характера. Переполнен рынок труда, предоставление рабочих мест мигрантам, и как следствие, увольнение коренного населения.

Так же приезжее население общается исключительно только с такими же мигрантами, ограничивая себя в общении с коренными жителями тех стран, куда они приезжают. Это влечет за собой проявление ненависти и в дальнейшем к совершению преступлений. Такие преступления как нелегальная торговля, торговля запрещенными препаратами и т.д. Одно из таких проявлений – изнасилование женщин и детей. В Германии проявляются случаи неоднократного изнасилования граждан, при этом запугивание людей, чтобы они не обращались в полицию. Женщины сообщают, о том, что они и их дети подверглись насилию или были объектами сексуальных нападений. Нападения происходили повсюду, на пляжах и велосипедных дорожках, кладбищах и дискотеках, продуктовых магазинах и на музыкальных фестивалях, в гаражах и детских площадках, школах и торговых центрах. Приговор получили 8% виновных, остальных даже не нашли. Все это дошло до того, что детям в школе преподают уроки: как дети должны себя вести, если видят большое скопление беженцев. Школы присылают письма родителям как одевать своих детей. В гардеробе не должно быть коротких юбок и шорт, девочки должны носить брюки и кофты с длинным рукавом. Все эти меры для того, чтобы не привлекать внимание переселенцев [3].

Так же ещё одним нововведением в Германии является директива 12.1 кодекса немецкой прессы. Этот пункт обязывает журналистов следовать правилам самоцензуры и, в частности, не называть национальности лиц, подозреваемых в преступлениях «без очень серьезных оснований». А ещё одним не менее интересным фактом является то, что заявления, которые приносят в полицию по поводу грабежей или изнасилования совершенные беженцами складывают в отдельную папку. Все это как минимум по тому, что надо вызывать переводчика и представитель консульства иностранного гражданина. А все эти услуги должны оплачиваться из городского бюджета.

Так как определить с какой страны обвиняемый не возможно, из-за того, что у него нет паспорта. А оплатить штраф он не может, у него нет денег. Помимо всего этого беженцы не граждане Германии и конституция к ним не применима.

Еще одним фактором, усиливающим антагонистическое восприятие европейцами мигрантов, является проблема занятости. Очевидный закон рынка гласит: чем выше предложение, тем ниже цена. Данная формула удачно описывает сегодняшний рынок труда в государствах Европейского Союза. На сегодняшний день количество рабочих мест в разы меньше количеств людей нуждающихся в них. И многие компании, в том числе промышленные гиганты, такие как BMW, Bosh, чьи имена являются синонимами качества, и стабильности тоже пользуются таким положением дел на рынке труда, снижая заработные платы и проводя политику замещения работников.

Из этого всего мы видим, что люди воспринимают мигрантов сквозь призму определенных стереотипов сложившихся у них от того, что они видят вокруг. Это агрессивное и неподобающее отношение мигрантов к стране, в которую они приехали за убежищем. Но проблема заключается в том, что мигранты, которые приезжают в ту или иную страну за помощью попадают под

стереотип. Большинство из них приезжая находят работу и снимают жилье. Ведут себя подобающе и с чувством благодарности. Но клеймо мигранта несет за собой определенный стереотип, который пагубно влияет на тех людей, которые приезжают с чистыми намереньями. Люди, которые принимают мигрантов в свои страны на данный момент разочарованы в них. А это может привести к тому, что коренные жители начнут подниматься на митинги и демонстрации, это в свою очередь приведет к тому, что власти начнут принимать ужесточенные меры в отношении миграции и перестанут помогать беженцам, которые действительно нуждаются в помощи и приюте.

Список литературы и источников:

1. Dwyer P., Papadimitriou D. The social security rights of older international migrants in the European Union // [Электронный ресурс]. – University of Salford, Manchester. – URL: <http://usir.salford.ac.uk/12775/> (дата посещения 2018-03-27)
2. Vanhercke B. Social policy in the European Union: state of play 2016 // [Электронный ресурс]. European Trade Union Institute (ETUI) European Social Observatory (OSE). – URL: <file:///C:/Users/User/Downloads/16+Social+policy+in+the+European+Union+2016+EN+Web+version.pdf> (дата посещения 2018-03-28)
3. Добров Д. Немецкая полиция и СМИ замалчивают преступления мигрантов // [Электронный ресурс]. – Россия сегодня. – URL: <https://inosmi.ru/politic/20161219/238414409.html> (дата посещения 2018-03-28)

Дискуссия. Современная цифровая образовательная среда: возможности и перспективы подготовки кадров для работы в малом бизнесе

*Ревунов Александр Евгеньевич,
аспирант кафедры учета и аудита
ГОУ ВПО «Донецкая академия управления
и государственной службы при Главе Донецкой
Народной Республики»
Научный руководитель: **Петрушевский Ю.Л.**,
д.э.н., профессор, заведующий кафедрой учета и
аудита ГОУ ВПО «Донецкая академия управления
и государственной службы при Главе Донецкой
Народной Республики», г. Донецк, ДНР
etrushevskiy@mail.ru*

РАЗВИТИЕ МАЛОГО И СРЕДНЕГО БИЗНЕСА КАК УСЛОВИЕ УСТОЙЧИВОГО РОСТА РЕГИОНАЛЬНОЙ ЭКОНОМИКИ

АННОТАЦИЯ. В работе рассматривается система регулирования развития малого и среднего бизнеса на региональном уровне, которая включает в себя цели, задачи, методы и приоритеты поддержки предпринимательства. Рассмотрено состояние малого и среднего бизнеса в европейских странах, в частности, в Германии. Авторами предложена схема формирования региональной системы регулирования развития малого и среднего бизнеса.

КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА. Малый и средний бизнес, региональная экономика, предпринимательство, государственная поддержка, налоговая нагрузка, инвестиции.

В последнее время малый и средний бизнес функционирует в довольно жестких и неопределённых условиях. В России для поддержки малого и среднего бизнеса создана соответствующая инфраструктура, действуют различные целевые программы, применяются финансовые механизмы государственной поддержки. Несмотря на это, указанные меры не могут снизить фискальную нагрузку и ограничение административного давления, что не позволяет обеспечить рост доли малого и среднего бизнеса в экономике страны по сравнению с развитыми государствами. Поскольку малый и средний бизнес являются одним из ключевых факторов устойчивого развития рыночной экономики, то данное обстоятельство обуславливает актуальность и вызывает научно-практический интерес к данному исследованию.

В начале XIX и XX веков мелкомасштабные формы организации торговли считались неэффективной формой деятельности. Это мнение изменилось только с появлением социальной рыночной экономики. Эта экономическая модель рассматривает малый и средний бизнес как основу

функционирующей экономики. В частности, в период между 1928 и 1948 годами малые и средние предприятия выступали как средство решения проблемы массовой безработицы, накопления ресурсов для крупной промышленности и нивелирования недостатков в сфере управления диктаторской государственной власти. Да и сегодня предприятия малого и среднего бизнеса играют важную роль в преодолении экономических проблем современности. В частности, их потенциал в плане создания рабочих мест, обеспечения структурных изменений, создания инноваций и содействия дальнейшей интеграции экономики государства в мировую экономику делает малые и средние предприятия ключевыми игроками в экономике любой страны.

Как свидетельствуют данные, в европейских странах малый и средний бизнес занимает весомую долю в экономике. Так, в Германии в 2015 году насчитывалось 2,4 млн. предприятий, большинство из которых были малые и средние предприятия (99,3%). Из них 2 млн. – микропредприятия и около 17 тыс. - крупные предприятия. Что касается занятости, то 61% из 28,3 млн. человек были сотрудниками малых и средних предприятий, из них 19% работали на микропредприятиях, 22,5% - на предприятиях малого бизнеса и 19,3% - на предприятиях среднего бизнеса [1].

С точки зрения объёма продаж доминируют крупные компании. В 2015 году на долю малого и среднего бизнеса приходилось около одной трети оборота. Также по показателям валовой добавленной стоимости (47%) и валовых инвестиций в основные средства (42%) малые и средние предприятия имели меньший удельный вес, чем крупные компании.

Важность малого и среднего бизнеса варьируется в зависимости от отрасли: он играет особенно важную роль в строительстве и гостиничном бизнесе. В данных отраслях в 2015 году малые и средние предприятия осуществили около 85% от общего объёма продаж (рис. 1) и трудоустроили более 92% активного населения. Они также доминируют в сфере операций с недвижимостью и некоторых видах услугах. Наоборот, крупные предприятия, занятые в горнодобывающей и перерабатывающей промышленности, а также в отраслях информатизации и связи, получили более высокие доходы, чем малый и средний бизнес. Сектором с наименьшей долей малых и средних предприятий был сектор энергетики и водоснабжения, где на долю малого и среднего бизнеса приходилось около 3% продаж и только 14% сотрудников.

Для эффективной реализации потенциала малого и среднего бизнеса необходимо действенная региональная система регулирования развития и поддержки данного ключевого сегмента региональной экономики. Такая система управления должна состоять из целей, объектов, методов и приоритетов регионального управления.

Ключевыми целями реализации региональной системы регулирования развитием малого и среднего бизнеса являются следующие:

- изменение структуры экономики в направлении инновационности;
- увеличение уровня занятости, а также самозанятости населения;
- прирост бюджетных поступлений,

обеспечение устойчивого роста региональной экономики;
повышение уровня качества и продолжительности жизни населения.

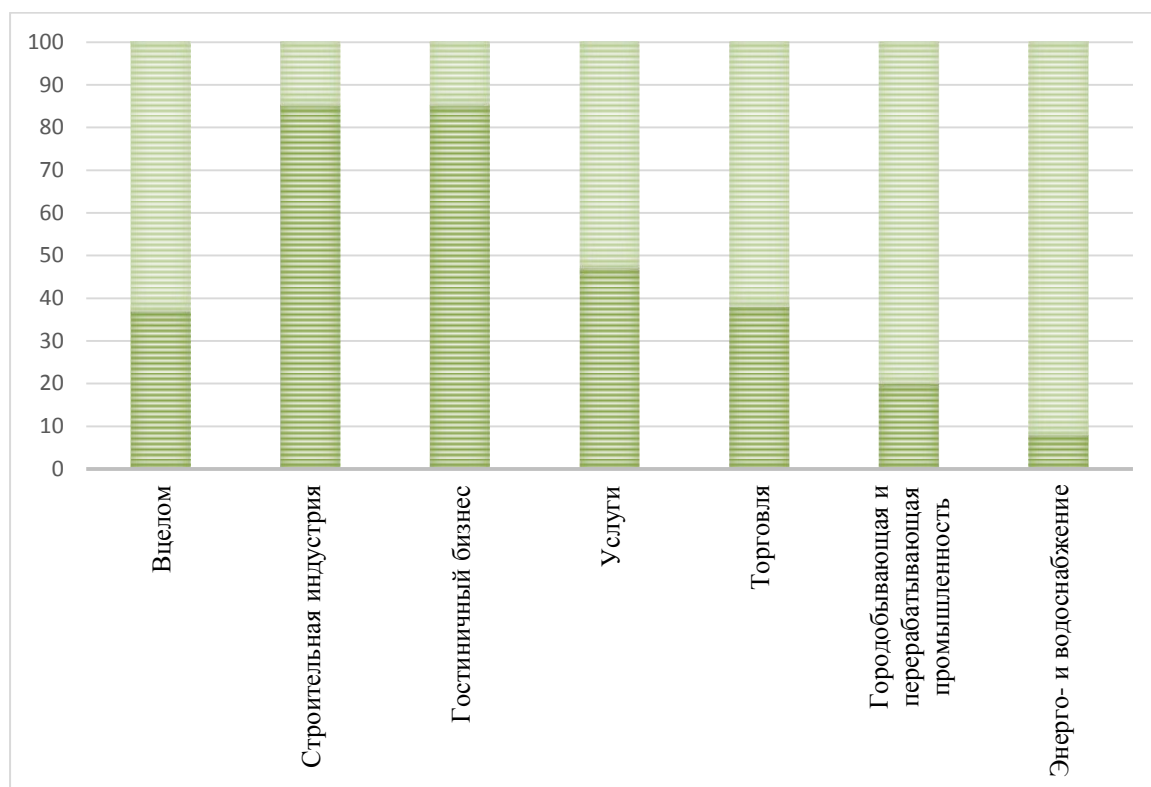


Рисунок 1. Доли продаж по экономическим сегментам и классам компаний в Германии (в %)

Объектами регулирования в указанной системе выступает, прежде всего, малый и средний бизнес, но при этом, необходима и взаимосвязь с крупными фирмами, а также иными субъектами хозяйственной деятельности государственного и негосударственного сегментов экономики.

Методами регулирования выступают инвестиционная, налоговая и структурная политики, а также нормативно-правовое регулирование развития малого и среднего бизнеса, которые будут создавать благоприятный организационно-экономический климат и правовые условия для устойчивого развития предпринимательства.

Схема формирования региональной системы регулирования малого и среднего бизнеса может иметь следующий вид (рис. 2).



Рисунок 2. Схема формирования региональной системы регулирования развитием малого и среднего бизнеса

Для развития малого и среднего бизнеса на перспективу необходимо принятие следующих мер:

- государственная поддержка;
- привлечение внутренних и иностранных инвестиций;
- инновационная составляющая;
- снижение налоговой нагрузки;
- упрощенная процедура регистрации;
- минимизация бюрократических барьеров;
- уменьшение численности органов контроля и количества проверок;
- сокращение видов деятельности и продукции, подлежащих лицензированию.

Приходится констатировать, что в настоящее время имеет место существенный дефицит желающих и готовых заниматься бизнесом. Данное обстоятельство красноречиво подтверждают данные июньского опроса Фонда общественного мнения. Это означает, что процесс развития предпринимательства не приобрёл устойчивого характера.

Современное развитие малого бизнеса обуславливается двумя обстоятельствами:

особенностями современного этапа развития НТП и информационных технологий, обеспечивающих соответствующую материальную базу для эффективного функционирования малого бизнеса;

дифференциацией потребительского спроса в условиях роста доходов населения и роста сферы обслуживания.

Несмотря на серьезность проблем, препятствующих развитию малого и среднего бизнеса, имеются неоспоримые перспективы дальнейшего развития. Прежде всего, необходимо решить следующие задачи: минимизировать влияние бюрократии на малый бизнес; сделать упрощенную процедуру регистрации; сократить число контролирующих органов и проверок; продолжить процесс сокращения числа лицензируемых видов деятельности и продукции.

Следует искоренить коррупцию, которая не только опасна с моральной точки зрения, но и препятствует экономическому росту, существенно удорожает бизнес, нарушает свободную конкуренцию. Необходимо существенно уменьшить налоговую нагрузку на малый и средний бизнес.

Основной проблемой является привлечение инвестиций. Совершенно очевидно, что без инвестиций, без применения современной техники и технологий невозможно эффективно решать задачи повышения качества продукции, снижения издержек производства, повышения конкурентоспособности продукции и предприятий, обеспечения стабильного развития и высокой эффективности производства.

Налоговая политика государства оказывает существенное давление на малый и средний бизнес. Особенно ощущают налоговую нагрузку начинающие предприятия, в частности те, чья деятельность связана с инновациями, производством, строительством и медициной.

В ближайшее время наиболее активно будут развиваться ИТ-технологии, торговля и разнообразные эконом-проекты. Что касается ИТ-рынка, то его расширение и усовершенствование - это неизбежная закономерность. Как говорят эксперты, рынок еще очень далек от насыщения, а пользователь постоянно требует большего. Это касается и доступа в интернет (тысячи населенных пунктов нуждаются в нем и их жители готовы платить немалые деньги, лишь бы получить возможность подключиться к Всемирной Сети), и современных гаджетов, которые раскупаются россиянами огромными темпами, и онлайн-сервисов для ведения бизнеса (бухгалтерия в электронном виде, хранение информации в «облаке» и многое другое). Все больше предприятий и частных пользователей в ближайшее время будут обращаться к этим современным технологиям, чтобы удешевить и расширить свой бизнес [2, с. 15].

Ещё одним видом деятельности для предпринимателей выступают стартапы, потенциал которых ещё полностью не раскрыт. Ими являются развивающиеся фирмы, основанные на инновационной основе или на недавно

появившихся технологиях. Их число непрерывно растет, а инвесторы активно вкладывают средства в развитие.

Таким образом, в современных условиях малый и средний бизнес в России имеет перечень проблем, которые препятствуют его развитию. Несмотря на комплекс мероприятий, проводимый государством, этого недостаточно, чтобы малый и средний бизнес занимал такую же долю в экономике, как в развитых странах мира. Поэтому, для закрепления положительной тенденции в развитии малого и среднего бизнеса необходимо увеличение объемов финансовых средств государственной поддержки, снижение ставок и базы налогообложения, привлечение отечественных и иностранных инвесторов.

Ключевая роль в процессе формирования условий и управлении факторами развития предпринимательской среды принадлежит государству, однако сами предприятия также не должны оставаться в стороне. Для достижения высоких результатов деятельности малого и среднего бизнеса необходим благоприятный климат, а также разработка стратегий развития в условиях нестабильности и неопределенности.

Список литературы и источников:

1. Destatis.StatistischenBundesamt.Режимдоступа: <https://www.destatis.de>
2. Бочарова О.Н. Перспективные направления развития малого и среднего бизнеса в новых условиях. / О.Н. Бочарова // Социально-экономические явления и процессы. – 2014. - № 9 (6). – С. 11-15.

*Ушакова Дарья Сергеевна,
ассистент кафедры хозяйственного права
ГОУ ВПО «Донецкая академия управления
и государственной службы
при Главе Донецкой Народной Республики»,
г. Донецк, ДНР*

ПРАВОВАЯ СПЕЦИФИКА И ОСОБЕННОСТИ ВНЕШНЕЭКОНОМИЧЕСКОЙ СДЕЛКИ В РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

АННОТАЦИЯ. Задачей данной статьи является раскрытие сущности и значимости внешнеэкономических сделок как для государства, так и для развития предпринимательства на территории Российской Федерации.

КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА. Внешнеэкономические сделки, экономика, юриспруденция, внешнеэкономическая деятельность, законодательство, торговля.

Понятие «внешнеэкономическая сделка» достаточно прочно вошло в юридическую терминологию и встречается в нормативно-правовых актах Российской Федерации, учебной литературе, научных статьях. Использование данного термина связано с широким развитием международных экономических отношений между государствами.

Невозможно представить современное развитие экономики без внешнеэкономической деятельности.

Внешнеэкономическая деятельность в соответствии со статьей 1 Федерального закона от 18 июля 1999 года №183-ФЗ «Об экспортном контроле» – это внешнеторговая, инвестиционная и иная деятельность, включая производственную кооперацию, в области международного обмена товарами, информацией, работами, услугами, результатами интеллектуальной деятельности, в том числе исключительными правами на них (интеллектуальная собственность).

Под внешнеэкономической деятельностью российской юридической наукой понимается деятельность по развитию сотрудничества с другими государствами в области торговли, экономики, техники, культуры, туризма, что не противоречит легальному определению [3].

С точки зрения юридической науки внешнеэкономическая деятельность реализуется при помощи внешнеэкономических сделок. Национальное законодательство большинства зарубежных стран закрепляет важнейшую причину возникновения и развития гражданско-правовых отношений – сделки. Верное толкование понятия внешнеэкономической сделки имеет колоссальное практическое значение, так как нормативные источники и методы регулирования порядка заключения и реализации сделок, совершаемых внутри

государства, существенно разнятся от нормативной базы и методов регулирования, возникающих с ней отношений. Помимо этого, внешнеэкономические сделки имеют ряд значительных отличий от внутригосударственных сделок, что непосредственно отражается на содержании международных торговых и других контрактов.

Законодательство Российской Федерации не содержит определения внешнеэкономической сделки. Легального определения внешнеэкономической сделки не содержалось как в советском гражданском законодательстве, так и в действующем Гражданском кодексе РФ.

С внесением изменений в Гражданский кодекс РФ, понятие внешнеэкономической сделки исчезло из данного нормативного акта. Из анализа иных нормативно-правовых актов, затрагивающих внешнеэкономическую деятельность, также нельзя проследить ни отграничение такого рода сделок от других, ни самое определение внешнеэкономической деятельности.

Специалисты в области права и экономики характеризуют внешнеэкономическую сделку как собирательное понятие, обозначающее деятельность субъектов МЧП в сфере международного обмена товарами, работами, различного рода услугами, результатами интеллектуальной деятельности, направленную на установление, изменение и прекращение гражданских прав и обязанностей. В международной практике наиболее распространены термины «международная коммерческая сделка» или «трансграничная сделка», под которыми, понимаются сделки, опосредующие предпринимательскую деятельность частных лиц в сфере международных экономических отношений, совершаемые между сторонами, коммерческие предприятия которых находятся на территории разных государств[5].

Основой международной торговли являются внешнеэкономические сделки. Это основной элемент международного товарооборота. Важно отличать внешнеэкономические сделки от простых гражданско-правовых контрактов, отягощенные иностранным элементом. Гражданско-правовые договоры, отягощенные иностранным элементом, заключаются на личном уровне, имеют разовый, нерегулярный характер и не оказывают воздействия на международный товарооборот.

Проблема квалификации сделки как внешнеэкономической является одной из основных при регулировании международной экономической деятельности. Стоит отметить, что внешнеэкономическая деятельность характеризуется наличием «иностранного элемента». Другой особенностью является местонахождение сторон в разных государствах. Кроме этого, для таможенного регулирования и экспортного контроля юридически важным фактором выступает передвижение товаров, услуг, финансовых средств через государственную границу РФ, а также выполнение работ на территории иностранного государства. Местонахождение коммерческих предприятий на территории разных государств означает, что они связаны с разными правовыми системами. Этот факт значительно затрудняет процедуру реализации сделок.

Результатом являются дополнительные условия, которые отсутствуют в гражданско-правовых «внутренних» сделках [1].

К ним в частности относятся:

1. Обстоятельства, связанные с оплатой. При этом используются сложившиеся в международной практике обычаи делового оборота.
2. Валютные условия (тесно связаны с оплатой). При расчетах используется та валюта, которая для одной из сторон будет являться иностранной. Следовательно, возникает проблема перевода иностранной валюты в национальную. Еще одной проблемой является страхование валютных рисков от изменения стоимости национальной валюты. Это приводит к появлению в сделке следующих положений: определение цены валюты, т.е. валюты, в которой выражена стоимость товара, услуг и пр.; валюты платежа; условия перевода одной валюты в другую, если валюта цены и валюта платежа не совпадают; меры по предотвращению валютных рисков. Стоит отметить, что при использовании иностранной валюты применяется валютное законодательство, большинство норм которого носит императивный характер.
3. Условия перевозки товара. Условия перевозки груза занимают важное место во внешнеэкономической сделке, потому как груз должен быть транспортирован через территорию двух или даже более государств.
4. Условия по страхованию. Груз подвергается повышенной опасности утраты или повреждения вследствие транспортировки на большие расстояния. В данном случае важно определить момент перехода риска случайной гибели или повреждения груза с одной стороны на другую.
5. Для решения этих, а также иных проблем нередко основной договор сопровождается заключением дополнительных контрактов с перевозчиком, банком и страховой компанией. В итоге одна коммерческая операция осуществляется с помощью целого комплекса взаимосвязанных контрактов. В каждом — свои стороны, свои требования, свое применимое право. Впрочем, обеспечение эффективности такой операции требует согласования.
6. Условия о непредвиденных событиях (войны, повышение таможенных ставок, запрещение вывоза валюты и пр.). В контракт необходимо включить положения о воздействии подобных событий на распределение ответственности сторон за полное или частичное неисполнение обязательств.
7. В контракт необходимо включить условия о применимом праве, поскольку внешнеэкономическая сделка лежит в сфере действия права разных государств.

Данные специфические требования в сделке не являются определяющими признаками, с помощью которых можно квалифицировать «международность» сделки.

Следствием международного характера сделки является возникновение таких требований. Поэтому достаточно наличия всего одного критерия —

местонахождение коммерческих предприятий сторон на территории разных государств — для отнесения сделки к международной (внешнеэкономической).

Внешняя торговля услугами может быть ограничена путем введения запретов и ограничений на способы предоставления услуг.

Как правило, иностранным исполнителям услуг предоставляется национальный режим. Услуги, предоставляемые для нужд государства, исключаются из области воздействия национального режима.

Государство также может устанавливать определенные меры в сфере внешней торговли с целью обеспечить стабильность и целостность финансовой системы, предотвратить недобросовестность конкуренции и т.д.

Например, федеральный закон РФ «Об основах государственного регулирования внешнеторговой деятельности» от 08.12.2003 №164-ФЗ устанавливает запреты и ограничения, которые применяются к торговле товарами, предоставлению услуг, интеллектуальной собственности по бартерным сделкам.

В законе говорится об особых режимах осуществления внешнеторговой деятельности. Такими режимами являются приграничная торговля и режим хозяйственной деятельности в свободных экономических зонах. Таким образом, подразумевается специальное правовое регулирование.

В пределах приграничной торговли с соседним государством на основе международного договора предоставляется особо благоприятный режим для торговли товарами и предоставлению услуг с целью удовлетворения государственных нужд. Порядок реализации приграничной торговли устанавливается Правительством РФ.

Список литературы и источников:

1. Асосков А.В. Реформа раздела VI "Международное частное право" Гражданского кодекса РФ // Хозяйство и право. 2014. N 2. С. 5 - 20.
2. Дмитриева Г.К., Ершова И.В., Карташов А.В. и др. Правовое регулирование внешнеэкономической деятельности в условиях вступления Российской Федерации во Всемирную торговую организацию: Монография / Под ред. Г.К. Дмитриевой. М.: Норма; Инфра-М, 2013. 196 с.
3. Лунц Л.А. Внешнеторговая купля-продажа (коллизийные вопросы).— М., 2002. 201 с.
4. Семенихин В. В. Сделка внешнеэкономическая // Гражданское право. 2007. N 5. С. 13–15.
5. Перетерский И.С, Крылов С. Б. Международное частное право. М.— С 147 – 156.

*Соцкая Олеся Олеговна,
магистрант 1 курса ГОУ ВПО «Донецкая
академия управления и государственной
службы при главе Донецкой Народной
Республики»*

*Научный руководитель: Баркалова О. Н.,
к.и.н., доцент, ГОУ ВПО «Донецкая академия
управления и государственной службы
при главе Донецкой Народной Республики»,
г. Донецк, ДНР*

ПРОДВИЖЕНИЕ ТОВАРА – ЭЛЕМЕНТ РАЗВИТИЯ СОВРЕМЕННОГО ПРЕДПРИЯТИЯ

АННОТАЦИЯ. На сегодняшний день для повышения конкурентоспособности товара или хозяйствующего субъекта необходимо применение инструментария маркетинга, в разрезе продвижения товара. Целью данной работы является обоснование актуальности применения различных методов продвижения товара.

КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА. Товар, предприятие, потребитель, маркетинг, продвижение товара, инструментарий, сбыт, имидж, конкурентоспособность.

В современных условиях для хозяйственной деятельности важным компонентом развития предприятия является продвижение товара с ориентацией на потребителя. Одним из направлений работы маркетинговой службы является продвижение товара. Маркетинг предлагает перенести ориентацию с производства на нужды потребителя. Ориентация на потребителя позволяет повысить конкурентоспособность хозяйствующего субъекта, что является немаловажным фактором на сегодняшний день. Важную роль играет информирование и убеждение потребителя в необходимости приобретения того или иного товара. Именно продвижение, посредством инструментов маркетинга, выполняет данную функцию. Инструментарий маркетинга, в области продвижения товара или услуги, включает большое количество различных мероприятий.

Продвижение товара входит в комплекс - маркетинга или 4P (product, price, place, promotion). Поэтому является одним из главных аспектов или направлений в маркетинговой деятельности. Продвижение товара или услуги в маркетинге обозначает в широком смысле информация, напоминание, убеждение о продвигаемой продукции или хозяйствующем субъекте. Следовательно, главной целью продвижения товара является стимулирование сбыта и повышение имиджа предприятия.

Стимулирование сбыта – это форма маркетинговой деятельности, которая предполагает повышение объема продаж. Также данная деятельность служит

для поддержки, информирования и мотивации всех участников процесса сбыта (внешней, оптовой и розничной торговли) в целях создания непрерывного потока реализации товара [1, с. 135].

Стимулирование сбыта может быть направлено на три области: поощрение потребителей к покупке, стимулирование партнеров организации и стимулирование собственного персонала. Для каждой из областей будут применяться разные технологии и методы.

Цели стимулирования продаж, направлены на поощрение постоянных покупателей (укрепление лояльности), привлечение новых (переключение спроса, создание новой лояльности) и поощрение случайных покупок [2, с. 248].

Чаще всего стимулирование сбыта ассоциируется именно с областью поощрения потребителей к покупке. Данная деятельность основана на предложении потребителю услуги, содействия или какой-либо уступки, которая представляла бы для него ценность. Инструментарием в данной области выступают: демонстрации, купоны, услуга возвращения денег, распространение образцов, конкурсы, акции и многое другое. Для предприятия, при стимулировании сбыта в области потребителей, выступают следующие цели:

- увеличение товарооборота;
- повышение лояльности постоянных клиентов и привлечение новых;
- увеличение объема покупаемого товара на одного потребителя;
- активирование интереса к продукции;
- создание или поддержание позитивного отношения к товару или марке.

Стимулирование сбыта в области дистрибьюции играет значительную роль в осуществление предпринимательской деятельности, особенно для хозяйствующих субъектов, занимающихся оптовой торговлей. Направления деятельности в данной области обусловлены отношениями с торговыми посредниками, то есть необходимо добиться повышения объема продаж с помощью заинтересованности посредников в продвижении и сбыте существующего или нового товара. Для достижения поставленной цели предприятия используют различные конкурсы, зачеты за включение товаров в номенклатуру, предоставление бесплатных товаров, выдача премий и другое.

Все больше популярности приобретает стимулирование персонала для эффективной деятельности предприятия. Мероприятия в этой области направлены на формирование заинтересованности у сотрудников в повышении объема продаж и создания или поддержания лояльности, «преданности» товару и хозяйствующему субъекту. Чаще всего инструментарием в данной области выступают конкурсы и премии.

Выше описанные мероприятия в стимулировании сбыта служат для содействия продвижения товара. Ориентация на потребителя, в данном случае, выражена в прямой взаимосвязи с потребительскими свойствами реализуемой продукции.

Одной из главных целей продвижения товара является повышение имиджа предприятия, как было сказано уже выше. Связь между имиджем

предприятия и потреблением товара в современных рыночных условиях признана сильно влияющей на потребительское поведение.

Положительный имидж признан одним из преимуществ конкурентоспособности.

Положительный имидж повышает конкурентоспособность коммерческого предприятия на рынке за счет привлечения потребителей и партнеров и облегчения доступа к ресурсам (финансовым, информационным, человеческим, материальным).

Имидж предприятия – это его образ, существующий в сознании людей; существующий стиль внутренних и внешних деловых и межличностных отношений персонала и официальная атрибутика: название, эмблема, товарный знак [3, с. 3].

При правильно сформированном имидже хозяйствующий субъект может достичь более эффективного осуществления своей деятельности. Реакция целевой аудитории на популярный и позитивный имидж более расположена к товару и характеризуется активными действиями со стороны потребителей. Лояльность потребителей намного легче сформировать и поддерживать, что является одним из главных конкурентных преимуществ на рынке.

В данной случаи работает психологические особенности восприятия товара потребителями. При имидже, который одобрило общество, потенциальные клиенты легче решаются на первичную покупку, а в дальнейшем на повторное приобретение товара.

В статье Романовой Л.Е. и Бабкина П.Ю. было рассмотрено мнение Скотта Н.Дэвиса, который считал, что преимуществами корпоративного имиджа являются:

- 72% покупателей утверждают, что готовы заплатить за продукцию наиболее знакомого предприятия, имеющего положительный имидж, цена, которого превышает на 20% цену ближайшего конкурента; 50% потребителей готовы к повышению цены на четверть, а 40% - на треть;

- более 70% потребителей при выборе товара хотели бы ориентироваться на положительный имидж, а свыше 50% так и делают;

- почти 30% покупок совершаются по рекомендации близких людей или знакомых, поэтому положительный опыт использования и приобретения одного покупателя инициирует несколько положительных решений о приобретении товара;

- более 50% потребителей считают, что положительный имидж облегчает дебют продукции предприятия; при этом они также склонны приобретать новинки известных предприятий, которые, по их мнению, гарантируют качество продукта [4, с. 189-190].

Из выше изложенного материала, можно сделать вывод о том, что продвижение товара, главными целями которого являются стимулирование сбыта и повышение имиджа предприятия, положительно влияют на эффективность и целесообразность деятельности хозяйствующего субъекта.

В современных рыночных условиях и при жесткой конкуренции, необходимо принимать во внимание инструментарий маркетинга при продвижении товара для повышения благосостояния и развития предприятия.

Список литературы и источников:

1. Кузнецова Т. Е. Стимулирование сбыта как элемент комплекса продвижения товара // Вестник Волжского университета им. В. Н. Татищева. – 2013. – № 1 (27). – С. 135-142.
2. Каленская Е. Е. Управление стимулированием сбыта в современных условиях // Экономика и управление: новые вызовы и перспективы. – 2012. – № 3. – С. 248-251.
3. Бабкин П. Ю., Суркова Т. В. К вопросу о формировании и управлении корпоративным имиджем предприятия // Вестник международной академии системных исследований. Информатика, экология, экономика. – 2011. – №2. – С. 3-8.
4. Романова Л. Е., Бабкин П. Ю. Корпоративный имидж в системе конкурентных преимуществ промышленного предприятия // Вестник международной академии системных исследований. Информатика, экология, экономика. – 2012. – №2. – С-187-192.

*Хечумян Эрик Вагеевич,
магистрант ЧОУ ВО «Курский институт
менеджмента, экономики и бизнеса»,
erik-he@mail.ru*

СИСТЕМА МОТИВАЦИИ ПЕРСОНАЛА КАК ФАКТОР ПОВЫШЕНИЯ ЭФФЕКТИВНОСТИ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ОРГАНИЗАЦИИ

АННОТАЦИЯ. В статье анализируется роль системы мотивации персонала в повышении эффективности деятельности организации. Даются рекомендации по построению и совершенствованию существующей системы оплаты труда. Подробно рассматривается каждый элемент системы мотивации труда.

КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА. Мотивация, модель мотивации, метод мотивации, система мотивации, структура мотивации, эффективность деятельности, мотивационные установки, система оплаты труда.

Мировой опыт показывает, что ни одна система управления не сможет эффективно работать, в том случае, если не будет создана эффективная модель мотивации. Это обуславливается тем, что мотивация побуждает конкретного индивида и весь коллектив к достижению личных и коллективных целей.

Современные руководители понимают, что организационное развитие компании во многом зависит от эффективной деятельности ее работников. Это база социальных отношений в организации, которые, как известно, основываются на системе мотивации. Иначе говоря, фундаментом эффективного управления трудовыми ресурсами является понимание механизмов их мотивации. И, как следствие, руководитель может создать систему эффективного управления лишь в том случае, если знает, что движет его подчиненными.

Для того чтобы система мотивации сотрудников была эффективной, то есть позволяла компании в жестких условиях конкуренции не просто оставаться такой в краткосрочном периоде, но и постоянно повышать свою продуктивность в долгосрочном периоде, нужно иметь четкое представление о закономерностях формирования и изменения мотивационных установок у сотрудников компании.

Зная механизм формирования мотивационной системы сотрудника, руководители могут эффективно управлять персоналом, повышая производительность работы предприятия. К тому же потребности людей постоянно меняются, следовательно, и мотивация должна отражать эти изменения, т.е. менеджеры должны постоянно отслеживать действенность системы мотивации и модернизировать ее.

Актуальность темы данной работы определяется тем, что эффективная мотивация персонала – это один из наиболее весомых факторов конкурентоспособности современных организаций. Однако теоретические аспекты построения механизмов мотивации, адекватных российской специфике, нуждаются в дальнейшей разработке. Нередко практические шаги организаций по поводу построения эффективных систем мотивации персонала далеки от совершенства.

На сегодняшний день создание эффективной системы мотивации персонала – это одна из сложнейших практических проблем менеджмента. К самым распространенным факторам, являющимися индикаторами неэффективной системы мотивации к труду можно отнести высокую текучесть кадров, низкий уровень исполнительской дисциплины, некачественный труд (брак), халатное отношение работников к трудовым обязанностям, отсутствие условий для самореализации потенциалов сотрудников, низкую эффективность воздействия руководителей на работников, низкий уровень межличностных коммуникаций, сбои в производственном процессе, слабую перспективу карьерного роста, неудовлетворенность работой сотрудников, низкий профессиональный уровень персонала, безынициативность работников, неудовлетворительный морально-психологический климат в коллективе, недостаточное внимание к обучению персонала, неразвитость соцкультбыта организации, низкий моральный дух в коллективе[1].

Чтобы создать эффективную систему мотивации труда, необходимо иметь грамотно построенную систему оплаты труда.

Начиная разрабатывать новую систему оплаты труда либо корректировку существующей системы, следует обладать подробной информацией о следующих аспектах:

- целях и задачах новой системы оплаты труда;
- позиционировании организации на рынке;
- результатах внутренних исследований мотивации персонала и существующей системы оплаты труда [2].

Цели и задачи новой системы оплаты труда вытекают из стратегии и целей организации, кроме этого, стратегии управления персоналом. При их разработке необходимо уделить особое внимание следующим факторам:

- целям и задачам компании;
- стратегическому позиционированию предприятия на рынке труда;
- организационной культуре;
- ценностям организации;
- специфике бизнеса;
- стадии развития бизнеса;
- структуре организации;
- финансовому положению;
- характеристикам рабочего коллектива.

Типичный вариант цели системы оплаты труда в организации, где разработана стратегия и внедрено стратегическое управление – это привлечение и удержание специалистов, которые обладают теми навыками,

квалификацией и знаниями, которые необходимы компании для достижения стратегических целей и задач.

Вариант цели системы оплаты труда для организации, придерживающейся стратегии лидерства, – это формирование, развитие и удержание команды лидеров, которые способны сориентировать персонал на достижение стратегической цели.

Вариантами целей системы оплаты труда для компании, ориентированной на стратегию повышения эффективности деятельности, могут являться:

- мотивация персонала на достижение стратегических целей, на эффективность организации;
- развитие лидеров, которые готовы принимать на себя ответственность за личный и командный результат работы;
- мотивация сотрудников к постоянному развитию и росту;
- ориентация персонала на разделение рисков вместе с организацией.

Вариант задачи (в отличие от целей, ориентированных на долгосрочное и среднесрочное планирование, задачи направлены на краткосрочное планирование) системы оплаты труда для организации, не имеющей четко выраженной стратегии, – создание системы оплаты труда, которая наиболее полно соответствовала бы задачам компании на ближайший период и являлась достаточной для привлечения и удержания необходимого персонала.

Позиционирование организации на рынке труда на этапе построения системы мотивации требует окончательной проработки. Необходимо четко разделить весь персонал на категории и выбрать для каждой из них позицию на рынке, в соответствии с данными внешних исследований, которые включают обзоры заработных плат.

Окончательные решения о позиционировании организации на рынке принимаются с учетом утвержденной стратегии оплаты труда и результатов внутреннего анализа.

По результатам внутренних исследований готовятся следующие отчеты для топ-менеджеров:

- состояние системы мотивации и оплаты труда, в т. ч. средние значения;
- доходы сотрудников различных категорий по всем контрольным должностям;
- связь всей системы управления персоналом с оплатой труда;
- удовлетворенность персонала системой мотивации и оплаты труда;
- мотивационная структура персонала;
- готовность персонала к изменениям.

В ходе анализа и обсуждения результатов внутренних исследований топ-менеджерам и специалистам службы управления персоналом необходимо составить реальную картину доходов работников по категориям, определить соответствие этих доходов рыночным значениям, изыскать все достоинства и недостатки существующей системы оплаты труда и ее связи со всей системой управления персоналом. В процессе таких обсуждений нужно окончательно утвердить цели и задачи системы, сформировать позицию и перспективную

политику организации по отношению к оплате труда сотрудников, определить принципы соотношения частей оплаты труда и структуры компенсационных пакетов.

Чтобы построить эффективную систему мотивации, компании следует определиться с выбором метода оценки должностей. Большинство мелких и средних российских компаний наиболее часто применяется интегральный метод, сочетающий в себе простые методы (простого ранжирования и парного сравнения) и некоторые принципы более сложных и затратных методов (классификации, балльно-факторный).

После этого службе управления персоналом вместе с линейными менеджерами и ключевыми сотрудниками необходимо организовать проведение оценки всех должностей организации. Первоначально оцениваются контрольные должности, затем полученные данные нужно дополнить и конкретизировать для остальных имеющихся позиций.

Следуя данным рекомендациям, менеджеры смогут понять, как следует воздействовать на людей, чтобы побуждать их к результативной работе, а, следовательно, смогут построить действенные системы мотивации и повысить эффективность деятельности организации.

Структура мотивации труда включает в себя следующие факторы: потребность, которую хочет удовлетворить сотрудник; благо, способное удовлетворить эту потребность; трудовое действие, необходимое для получения блага; цена — издержки материального и морального характера, которые связаны с осуществлением трудового действия [3].

Система мотивации труда является сложным комплексом, многочисленные элементы которого тесно связаны между собой.

Остановимся подробнее на каждом из элементов системы мотивации труда.

1. Культура предприятия – это система общих для всего персонала организации ценностных ориентиров и норм. Основные принципы руководства и организации компании изложены в уставе, посредством которого руководители формируют понимание и признание целей компании у персонала.

2. Система участия – это участие сотрудников в распределении общего хозяйственного результата, в капитале организации и развитие сотрудничества.

3. Принципы руководства – это предписания и нормативные положения, призванные регулировать отношения между руководством и подчиненными в рамках концепции управления, действующей внутри компании.

4. Обслуживание персонала – социальные льготы, услуги, преимущества, предоставляемые сотрудникам организации независимо от их положения на производстве и результатов их работы.

5. Привлечение к принятию решений – это согласование с работником определенных решений, принимаемых на рабочем месте, в рабочей группе или на производственном участке.

6. Кружки качества – организация рабочих групп из сотрудников, которые имеют одинаковые или аналогичные рабочие задания, для совместного решения производственных проблем.

7. Автономные рабочие группы – структурные единицы, которые самостоятельно (полностью или частично) организуют свою работу.

8. Организация рабочего места – оборудование рабочих мест техническими, эргономическими и организационными вспомогательными средствами с учетом потребностей сотрудников.

9. Кадровая политика – это планирование и выбор мероприятий по повышению квалификации и внутрипроизводственной мобильности с учетом потребностей, желаний и профессиональных способностей сотрудников.

10. Регулирование рабочего времени – гибкое приспособление рабочего времени к потребностям работника и компании.

11. Информация для работников – доведение до работников необходимых сведений о делах организации.

12. Оценка персонала – это система планомерной и формализованной оценки сотрудников, которая определяется по заранее установленным критериям.

Стоит сказать, что разработка эффективной системы мотивации труда предполагает учёт большого количества всех её элементов, а так же их взаимосвязанность.

Таким образом, можно отметить, что ни одна система управления не станет эффективно функционировать, если не будет разработана и применена грамотная модель мотивации персонала. Готовность и желание человека выполнять свою работу – это ключевые факторы успеха функционирования компании. Необходимо постоянно совершенствовать систему мотивации труда, что определяет актуальность данной проблемы. Для построения эффективной системы мотивации персонала менеджерам требуется понять, как следует воздействовать на людей, чтобы побуждать их к результативной работе. В этом и помогают все перечисленные рекомендации.

Допустимо применение вышеперечисленных рекомендаций и в российских условиях. Однако, при этом необходим анализ особенностей как конкретных людей, так и их групп, к которым будет применяться мотивация. Исходя из результатов анализа, следует подбирать оптимальный метод мотивации. Нельзя забывать и об особенностях структуры потребностей, а также об основных факторах деятельности в российском обществе, связанных с его кризисным и переходным состоянием. К таким особенностям можно отнести неудовлетворение у большей части первичных потребностей, однако в то же время способность людей работать без оплаты труда, основываясь либо на вторичных потребностях, либо на привычке и пр. Именно по этой причине, прежде чем применять какие-либо методы мотивации, необходимо подстроить их под конкретную ситуацию и конкретные характеристики трудового коллектива.

Практический семинар 1.

Использование символов малой родины как инновационный подход к формированию молодых предпринимателей

Презентация социальных и бизнес-проектов старших школьников и студентов Курской области

*Авторы: Ереметова Станислава,
Винокурова Диана, Рыльская СОШ №1
им. Г.И. Шелехова, 11 класс
Руководитель: Баранова Нина Ивановна*

ДРЕВНИЙ ГОРОД РЫЛЬСК – ГОРДИМСЯ ТОБОЙ!

Слайд 1.



Слайд 2.

КРАТКАЯ ИСТОРИЯ ГОРОДА



Рыльск—древнейший город Руси. Впервые упоминается в Ипатьевской летописи в 1152 году:

«...А Гюрги иде на Новгород на Северский и оттуда же иде к Рыльску...» Православие в Рыльске утвердилось еще в конце X века. Г. Колмогоров писал: «В древнерусском граде Рыльске...первую церковь построили в конце X или начале XI века.....в честь ...преподобного Иоанна Рыльского...»

Церкви возводили именитые люди города в ознаменование явлений или памятных событий. Большой вклад внесли рыльский князь В. И. Шемьяка и купцы Шелеховы.

Слайд 3.

УСПЕНСКИЙ СОБОР



Успенская церковь первоначально возникла как рядовая приходская церковь, и статус городского собора обрела не сразу.

Инициатива строительства принадлежала рыльскому купцу И. Ф. Фильмионову. Дата закладки храма остается неизвестной.

В 1822 году была сожжена, и в дальнейшем, на протяжении почти двух десятилетий ее пытались заменить новым каменным зданием. Успенский собор наряду с другими храмами Рыльска оставался открытым до 1936 года, затем был закрыт, разорен и использовался в хозяйственных целях военными учреждениями, примудя постепенно в запустение и подвергаясь медленному разрушению.

На данный момент по восстановлению Успенского собора ведутся работы.

Слайд 4.

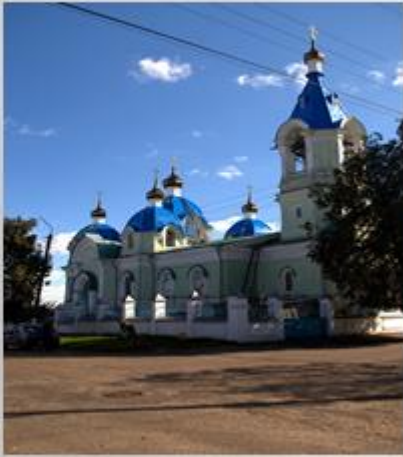


ПОКРОВСКИЙ СОБОР

Трёхпрестольный каменный храм Покрова Божией Матери был возведен в 1822 году на средства купцов Шелеховых, тех самых, из которых был родом знаменитый мореплаватель.

Основной объем собора представляет восьмиугольник. Центральный объем увенчан одним мощным куполом. Памятник относится к стилю позднего классицизма.

Слайд 5.



ВОЗНЕСЕНСКАЯ ЦЕРКОВЬ

Вознесенская церковь по своей выразительности не уступает Успенскому и Покровскому соборам. Но при этом имеет свои достоинства в градостроительном отношении.

В результате предварительных исторических изысканий выяснилось, что Вознесенский собор был построен и освящен в 1866 году. Автором постройки является Н. Г. Каменев – почетный гражданин города Рыльского.

Храм построен на пожертвования почетных граждан города, а также на проценты акций, пожертвованных Г. И. Шелеховым.

Слайд 6.

**ГОРА ИОАННА
РЫЛЬСКОГО**



Значение Вознесенской церкви как градостроительного элемента подтверждается при осмотре города с горы Иоанна Рыльского. Три основные доминанты города - Успенский и Покровский соборы и церковь Вознесения, равно отстоящие друг от друга, собирают своими силуэтами всю городскую застройку, живописно расположенную по склонам рельефа.

Слайд 7.

**ГОРА ИОАННА
РЫЛЬСКОГО**



До сих пор гора Иоанна Рыльского, названная в честь болгарского монаха, является наиболее высокой частью города. Это была хорошо укрепленная и надежная цитадель. Много повидала на своем веку гора Иоанна Рыльского: набеги половцев, татаро-монголов, поляков, разделение исконно русских земель между государством Литовским и Русью, княжение последнего независимого князя Шемяки.

Слайд 8.

СВЯТО-НИКОЛАЕВСКИЙ МУЖСКОЙ МОНАСТЫРЬ



Немаловажной частью культурно-исторического образа города Рыльска является Свято-Николаевский мужской монастырь, расположенный за речкой Рыло. В прежние времена монастырь назывался Вольским по названию ныне пересошедшей речки Вольнки.

Время возникновения монастыря точно не установлено. В годы народных волнений монастырь подвергся разрушениям и возродился только в XVIII веке.

В 1753 году было дано разрешение построить в монастыре каменную Николаевскую церковь взамен обветшавшей. Постройка была закончена только через 20 лет. Каменная града вокруг монастыря с ее декоративными башнями на углах была построена после 1776 года.

Длина ограды 1205 метров. Любопытно, что стены ограды выложены без фундаментов, всего лишь на 3-4 ряда кирпичей.

Слайд 9.

КУПЕЧЕСКОЕ ДОСТОЯНИЕ



Григорий Иванович Шелехов-русский исследователь, мореплаватель, промышленник и купец из рода Шелеховых, в 1783-1786 годах возглавлявший экспедицию в Русскую Америку, в ходе которой были основаны первые русские поселения в северной Америке.

Во второй приезд Г. И. Шелехова в Рыльск в 1788 году он приобрел место для строительства. Предположительно, дом был заложен не ранее 1798 года и был выполнен по образцу московских особняков.

В 1825 году в этом доме останавливался император Александр I, со своей супругой Елизаветой Алексеевной.

Слайд 10.

**КУПЕЧЕСКОЕ
ДОСТОЯНИЕ**



Купец первой гильдии
Ф. П. Филимонов вел оптовую
торговлю косами с заграницей.
Был пожалован императрицей
Екатериной II золотой медалью.
Дом фон Филимонова построен по
типу столичных дворянских
особняков, строительство вел
К. Ф. Шольц. Здание было построено в
короткий срок и стало украшением
города. Рядом за арочными воротами
располагались одноэтажные флигели с
глубокими подвалами, из которых вел
подземный ход к Успенскому собору.

Слайд 11.

**КУПЕЧЕСКОЕ
ДОСТОЯНИЕ**



Большое здание с
классическим портиком
было построено фон
Филимоновым в духе
архитектуры более раннего
времени и служил для
размещения в нем
городских учреждений.
На данный момент это
здание является домом
детского творчества.

**КУПЕЧЕСКОЕ
ДОСТОЯНИЕ**



Одним из ранних строений
Филимоновых является
трехэтажный дом с колоннами
на высоких пилонах.
Позже этот дом станет
духовным училищем к которому
будет пристроен новый, резко
отличающийся корпус здания.
На сегодняшний день в этом
строении располагается
Рыльский аграрный колледж.

Спасибо за внимание!

*Авторы: Гулакова Лидия, Суворкова Мария,
Дмитриевская СОШ № 2, 10 класс
Руководитель: Крюкова Валентина Ивановна*

ПАМЯТЬ О ВОЙНЕ В ОБЕЛИСКАХ И МОНУМЕНТАХ НА ТЕРРИТОРИИ Г. ДМИТРИЕВА КУРСКОЙ ОБЛАСТИ


Слайд 1.



Значимость и актуальность проекта

- В 2018 году исполняется 73 года со дня Победы советского народа в Великой Отечественной войне.
- Наша задача: изучать, хранить память о героях войны, ценой жизни спасших нашу Родину от коричневой чумы.
- Исследовательская работа будет Словом Памяти героям, погибшим за освобождение города Дмитриева.

Слайд 2.



Цель проекта:

Воспитание патриотизма, гражданственности, духовной связи между поколениями через культурно-историческое наследие: памятники истории


Слайд 3.



Задачи проекта :

- воссоздание истории памятников, посвященных героям Великой Отечественной войны;
- приобщение школьников к изучению культурно-исторического наследия через памятники истории малой родины;
- создание путеводителя по памятникам воинам, погибшим при освобождении г. Дмитриева;
- изучение общественного мнения о роли памятников в военно-патриотическом воспитании молодежи.

Слайд 4.



Целевая аудитория проекта:

проект ориентирован на

- школьников
- учителей
- родителей
- жителей города

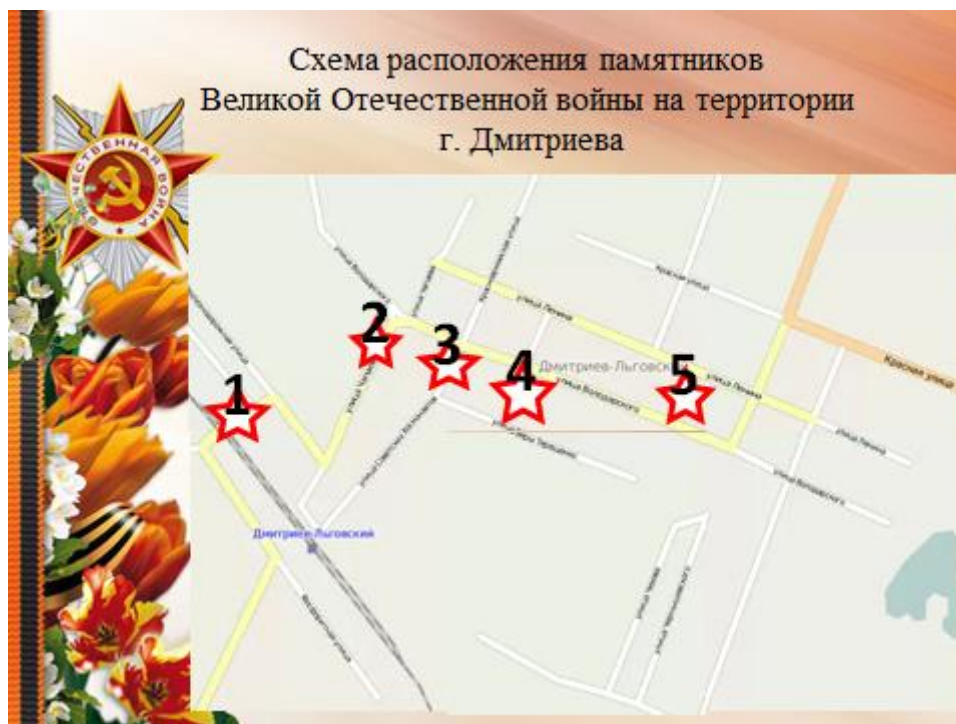
Слайд 5.



Слайд 6.



Слайд 7.




Слайд 8.



Слайд 9.

Обелиск партизанам первой Курской партизанской бригады,
погибшим в борьбе с немецко-фашистскими захватчиками в
1941-1943 годах



Открыт 2 ноября 1947 года. Авторы памятника:
архитектор Филасов П.В. и скульптор Робинс Л.Е.

Слайд 10.

Монумент в честь танкистов 2-й танковой армии



Монумент установлен в 1982 году в честь советских
танкистов 2-й танковой армии, освобождавших
г. Дмитриев

Слайд 11.



Слайд 12.



Слайд 13.



Слайд 14.

Результаты реализации проекта:

- расширяется познавательный интерес через изучение жизни героического поколения, воннов - освободителей;
- устанавливаются партнерские отношения со всеми институтами социума: администраций города и района, Советом ветеранов, районной газетой, музеем, архивом, учреждениями культуры, семьей;
- создаются условия для исследовательской деятельности;
- формируется умение осмысливать социальную информацию из различных источников;
- издание путеводителя: «Память о войне в обелисках и монументах в г. Дмитриеве Курской области»

Слайд 15.



Спасибо за внимание!

*Балашевич Анастасия Александровна,
Карпович Алина Витальевна,
студентки I курса УО
«Институт предпринимательской
деятельности»
Научный руководитель: Кульбицкая Л. Е.,
к.ф.н., доцент УО «Институт
предпринимательской деятельности»,
г. Минск, Белоруссия
Kulbitskaya@gmail.com*

СОЦИОКУЛЬТУРНЫЕ УСЛОВИЯ ЖЕНСКОГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ

АННОТАЦИЯ. В статье речь идет о развитии женского предпринимательства в Республике Беларусь и о факторах и условиях, которые могут препятствовать этим процессам. Подчеркивается необходимость преодоления традиционных гендерных стереотипов, в контексте которых женщина рассматривается как несостоятельное и неполноценное существо, обращается внимание на мероприятия, способствующие продвижению женщин в бизнесе.

КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА. Женское предпринимательство, гендерные стереотипы, женская успешность, самооценочность жизни женщины, женская занятость, гендерная дискриминация.

Развитие малого и среднего предпринимательства является необходимым условием продуктивного функционирования рыночной экономики.

В современных условиях к данной сфере профессиональной деятельности все больше интереса проявляют женщины, происходит процесс увеличения их доли в бизнесе в связи с чем, актуальным становится исследование женского предпринимательства, социокультурных факторов и условий его развития.

Женский бизнес в 80-е годы стал мощной экономической силой в странах Западной Европы и США. Научно-технический прогресс и переход к постиндустриальному обществу вызвали структурную перестройку экономики и быстрое развитие сферы услуг. Массовые мелкие предприятия на рынке услуг создавались женщинами. Женщина-бизнесмен в американской экономике сегодня играет значительную роль.

В странах с развитой традицией женского предпринимательства многочисленные исследования фиксируют наличие «традиционных женских отраслей», где женщины более активны в силу большего опыта: общественное питание, бытовое обслуживание, розничная торговля, гостиничное хозяйство, культура, здравоохранение, наука.

В Республике Беларусь феминизация также затронула такую важную сферу как бизнес, которым женщины овладевают все увереннее.

Женское предпринимательство преимущественно сконцентрировано в отраслях, технологии которых не претендуют на многочисленность работников. К тому же женщины больше ориентированы на контроль за временем, нежели на рост прибыли, их волнует не столько размер дохода, сколько его стабильность. Женщин больше пугает неопределенность условий и отсутствие гарантий долговременности выбранного экономического курса, характерного для начального периода предпринимательства.

Женщины, как утверждают исследователи, выделяются большей ориентацией на соблюдение легитимных правил, они меньше склонны нарушать «неудобные законы» даже в ситуации отсутствия реального контроля за ними. Они больше верят в неизбежность обнаружения нарушения, убеждены в неизбежности расплаты. Приблизительно такие качественные изменения следует ожидать от женского предпринимательства в белорусском бизнесе.

Однако в обществе существует еще много факторов, которые сдерживают данные процессы. Среди них можно отметить следующие.

В течение многих веков женская успешность понималась совершенно однозначно: удачный брак. Согласно традициям брак для женщины рассматривался как главная социальная цель, достижение которой и составляло смысл «женской карьеры» и «женских амбиций».

На протяжении всей истории человечества с удивительным постоянством, невзирая на многочисленные факты, свидетельствующие о стоическом поведении женщин в экстремальных ситуациях, воспроизводились стереотипы, рассматривающие женщину как несостоятельное и неполноценное существо.

Крайним выражением данной позиции является непризнание самоценности жизни женщины вне контекста жизни или судьбы мужчины. Женская судьба или жизнь – это только дополнение к судьбе или жизни мужчины. Мужская субъективность имеет смысл в самой себе, безотносительно женщины. Мужчина мыслит себя без женщины. Женщина же себя без мужчины нет. Симона де Бовуар пишет в этой связи о женщине: «Она самоопределяется и выделяется относительно мужчины, но не мужчина относительно нее; она – несущественное рядом с существенным. Он – субъект, он – Абсолют, она – Другой» [3, С.44].

Такова патриархальная установка, определившая жизнь и судьбу многих поколений женщин безотносительно их расовой, национальной и культурной принадлежности. Из этого существеннейшего свойства женского бытия – полагать себя не в качестве автономного существа, а только как соотносящегося с мужской субъективностью – вытекает ряд обстоятельств, определяющих в конечном итоге положение женщины в обществе и гендерные стереотипы. Мужчины и женщины являются культурными продуктами своих обществ.

Из этих различий часто делались выводы о невозможности для женщин быть занятыми на ведущих позициях в таких сферах жизни общества как

экономика и политика. Предпринимательство, политика, независимая деловая активность всегда соотносятся с мужской сферой деятельности.

Широко бытует убеждение, что «бизнес – это грязная вещь», для ведения успешного бизнеса необходима выработка таких качеств как агрессивность, авантюризм, конкурентный стиль поведения и подавления интересов других людей ради достижения собственных целей. Эти качества несовместимы с ролью жены и матери, поэтому девушки не должны стремиться в данную сферу деятельности.

Действительно, политика и экономика представляют собой особые, социально значимые виды деятельности, которые реализуются в условиях повышенной конкуренции и в значительной степени через ситуацию риска. Этим видам деятельности присущи неопределенность, скоротечность, невоспроизводимость условий. Сложность этих факторов неизмеримо возрастает в условиях переходных периодов, когда резко меняется контекст развития событий, когда особенно неопределенны правила политической игры. Некоторые исследователи настаивают на том положении, что условия трансформирующегося общества требуют особого специфического человеческого материала и на этом основании оспаривают эффективность женского присутствия в политике и бизнесе в силу того, что женщинам свойственна ориентация на гуманные ценности. В то же время утверждается мужская монополия на данные виды деятельности.

В нашем медленно трансформирующемся белорусском обществе все же присутствуют тенденции приобщения женщин к предпринимательской деятельности.

Что же сегодня препятствует участию женщин в сферах жизни, сопряженных с риском и гиперактивностью?

Многие исследователи в первую очередь указывают на патриархальный контекст культуры нашего общества и господствующие в нем стереотипы традиционного распределения ролей между мужчиной и женщиной. И сегодня стандарты массовой культуры, средства массовой информации и реклама настойчиво внушают идеи о том, что важнейшее качество женщины – это ее привлекательность, что женщина должна доставлять удовольствие другим, а успех ее жизни – это постоянное внимание мужчин. Именно поэтому часто многие девушки считают, что занятие бизнесом несовместимо с их гендерной ролью, полагая, что это лишает их женской привлекательности [2, с.358-359].

Анализируя социокультурные факторы, затрудняющие развитие женского предпринимательства, следует остановиться на экономических условиях, в которых сегодня живут и работают белорусские женщины. Составляя большинство трудоспособного населения республики, женщины оказываются наиболее уязвимыми в условиях экономического кризиса.

Во-первых, следует отметить двойную занятость женщин – на производстве и в семье. Важной функцией женщин является ведение домашнего хозяйства, в котором они выполняют львиную долю домашней работы, которая фактически является важнейшим трудовым ресурсом государства. «В современном образе жизни произошли кардинальные

изменения, и женщины наравне с мужчинами получают высшее образование, а затем успешно осваивают профессиональную сферу. Однако, совмещение женщиной профессиональных и семейных ролей нередко приводит ее к ролевому конфликту, затрудняющему реализацию ею своих потенциальных способностей» [1, с.358].

Белорусские женщины вынуждены вести домашнее хозяйство в условиях низкого уровня качества жизни, проявляющегося и в технической неоснащенности домашнего хозяйства. Женщины выстраивают свою карьеру при жесткой конкуренции с мужчинами и в этой конкуренции женщины оказываются по-прежнему в проигрыше, особенно в условиях постоянного сокращения рабочих мест.

В общественном сознании присутствует много традиций и правил, которые являются манипуляциями женщинами и девушками. Например, в Украине, да и в Беларуси тоже, есть традиция, рассматривающая женщину как хранительницу духовного и душевного здоровья нации. Женщине отводится духовная сфера, но она устраняется как конкурент из сферы бизнеса и политики. При таком подходе в рыночной экономике она может выступать только как наемный работник, потому что заниматься бизнесом и политикой для нее вредно. Следовательно, она всегда остается зависимой и бедной. Она – не субъект, она – статистическая единица – потребитель – товар.

В начале 90-х годов бытовало мнение, что панацеей от всех невзгод является богатый муж. Однако согласно ряду социологических исследований только 2-3 % граждан мужского пола в Беларуси способны содержать семью на высоком уровне. Вряд ли средняя белоруска может рассчитывать на мужа «миллионера». Еще один идеологический стереотип, сложившийся в нашем обществе задолго до перестройки – отрицательный образ деловой женщины. Женщина, добивающаяся успеха в обществе на поприще политики, производства является в глазах многих асексуальной, то есть сексуально не востребованной. Возможно, в бизнесе у женщин действительно портится характер: они становятся жестче, прагматичнее. Однако и мужчины меняются не в лучшую сторону. Многие превращаются в беспринципных циников, и, кстати, гораздо чаще, чем женщины, не сдерживают себя в эмоциях. Но это никого не возмущает – скорее, вызывает сочувствие.

В процессе ведения бизнеса необходимо активно налаживать коммуникации. Гендерные исследования коммуникационных процессов приводят к выводу о наличии особенностей женского и мужского стилей поведения. Для женского стиля характерны установка на кооперативность, женщины менее агрессивны и самоуверенны, что в значительной степени связано с низкой самооценкой. В речевом поведении мужчин присутствует больше агрессивности, скабрзности. Некоторые исследователи характеризуют язык женщин как язык оправданий, а язык мужчин как язык объяснений.

Патриархальная культура – это культура, в которой мужчины господствуют над женщинами. Она сохранилась во всем мире. Ее сторонники утверждают, что женщины более ущербные существа: в частности, они более чувствительны, тщеславны, они не могут быть хорошими организаторами.

Другой крайностью являются утверждения, что не существует различий между мужчинами и женщинами, или, что эти различия несущественны. Данная точка зрения также является неправильной, так как замечает Э. Фромм «равноправие предполагает не отрицание различий, а возможность для их более полной реализации» [4, с. 133]. Далее он справедливо пишет: «Если мы понимаем под равенством отсутствие различий между людьми, то мы способствуем тенденциям, которые приводят к обнищанию нашей культуры, т.е. к «автоматизации» индивидуума и утрате того, что является самым ценным компонентом человеческого существования, расцвета и развития особенностей каждого человек – его индивидуальности»[4, с. 133].

В современном белорусском обществе женщины уже приступили к реализации своих возможностей, преодолевая стереотипы и установки патриархального общества. В контексте сказанного интерес представляет отношение к «женской успешности» со стороны молодых девушек, каков уровень их собственных притязаний, включают ли они женское лидерство в сферу своих личных интересов, например, в сфере экономики? Чтобы ответить на этот вопрос мы опросили 60 девушек студенток ИПД в возрасте от 18 до 29 лет. Оказалось, что женское лидерство вызывает положительное отношение у девушек: из 60 опрошенных 59 ответили именно так. Более того, подавляющая часть студенток не только положительно оценивает экономическую составляющую для деятельности женщин, но и не отрицают возможность для себя заниматься бизнесом (43 из 60). Данное единодушие в положительной оценке женской успешности через экономические составляющие связано, во-первых, с тем, что сегодня сознание девушек все больше освобождается от патриархальных установок, но можно также предположить, что данная оценка дана еще без жизненного опыта.

Среди причин, мешающих женщинам заниматься бизнесом, большинство девушек отметили стереотипы, согласно которым женщина должна выполнять свои традиционные роли, а также не желание женщин брать на себя ответственность и страх перед неизвестностью. Среди предложенных жизненных программ подавляющее большинство (54) ответили, что замужество и карьера должны быть совмещены. И только 6 студенток предпочли удачное замужество без карьеры.

Рассматривая вопросы женского присутствия в бизнесе, необходимо обратить внимание на общий контекст, определяющий данные процессы. Для их понимания немаловажно осмысление специфики социально-исторических условий производственной деятельности в нашей стране. Эти общие тенденции не могут не влиять на развитие женского предпринимательства. 70 лет экономика Беларуси развивалась на основе коллективной собственности и резко отрицательном отношении к рыночной экономике.

Целенаправленно внедрялась неприязнь к индивидуальному предпринимательству, которое рассматривалось как аморальное явление, а люди, занимающиеся бизнесом как стремящиеся любой ценой к выгоде индивиды. Поэтому в сознании субъектов хозяйственной деятельности как в

прочем и в сознании всей советской общественности укоренились стереотипы поведения, для которых свойственны боязнь проявления инициативности и ответственности за принятые решения.

Это свидетельствует о недостаточном развитии социально-культурных механизмов для развития предпринимательства и их слабом влиянии на выбор хозяйствующими субъектами моделей экономического поведения.

Существенную помощь в развитии женского предпринимательства в Республике Беларусь может оказать государство. Общеизвестно, что наиболее эффективным мероприятием при создании инфраструктуры поддержки малого и среднего бизнеса является создание центров поддержки предпринимательства, бизнес-инкубаторов, инновационных центров и торгово-промышленных палат.

Эти структуры ориентированы на малые предприятия и начинающих предпринимателей, которые нуждаются в помощи по реализации коммерчески прибыльных продуктов на основе своих бизнес-идей.

Исследователи утверждают, что данная мера поддержки малого и среднего бизнеса доказала свою наибольшую эффективность и продуктивность, поэтому «опыт создания и развития бизнес-инкубаторов является наиболее важным для Республики Беларусь» [5, с. 38]. Основной задачей бизнес-инкубаторов становится развитие у резидентов таких предпринимательских качеств как самостоятельность, инициативность, креативность. Все это необходимо женщинам, которые ступили на тернистый путь предпринимательства.

Список литературы и источников:

1. Вахрушина, М.О. Самоактуализация личности современной женщины в семейной сфере / М.О. Вахрушина / Социально-гуманитарные знания. – 2011. – № 6. – С. 357-362.
2. Простотина, Ю.В. Классификация стереотипных гендерных персонажей в рекламе / Ю.В. Простотина / Социально-гуманитарные знания. – 2017. – № 1. – С. 325-329.
3. Симона де Бовуар. Второй пол / Симона де Бовуар. – СПб.: Алетейя. – т 2007.
4. Фромм, Э. Мужчина и женщина // Э.Фромм. – Философский поиск. 1995, № 1. – С.129-140.
5. Шашило, Т.А. Зарубежный опыт развития бизнес-инкубаторов / Т.А. Шашило // Вести БГПУ. – 2012. – № 3. – с. 38-42.

*Сапрыгина Дарья Андреевна,
соискатель, старший преподаватель
кафедры менеджмента
внешнеэкономической деятельности
ГОУ ВПО «Донецкая академия управления
и государственной службы при Главе
Донецкой Народной Республики»*

*Научный руководитель: **Науменко С.Н.**,
к.н.гос.упр., доцент ГОУ ВПО «Донецкая
академия управления и государственной
службы при Главе Донецкой Народной
Республики», г. Донецк, ДНР
darya_korneva@inbox.ru*

ФРАНЧАЙЗИНГ КАК ЭФФЕКТИВНЫЙ МЕТОД ПОВЫШЕНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ МАЛОГО БИЗНЕСА (НА ПРИМЕРЕ ТУРИСТИЧЕСКОЙ ОТРАСЛИ): ВИДЫ И СТАДИИ ВНЕДРЕНИЯ

АННОТАЦИЯ. Одним из инструментов развития малого бизнеса на современном этапе принято считать франчайзинг. Реализованный через договор концессии, франчайзинг позволяет адаптировать успешные бизнес-проект любого малого предприятия к различным локальным рынкам. Франчайзинг способствует снижению рисков деятельности предприятий и позволяет изыскивать возможности инвестирования.

Цель исследования – выявление возможностей и перспектив применения франчайзинга, как эффективного метода повышения конкурентоспособности туристического предприятия и новой модели организации в международном туризме, в виде взаимовыгодных партнерских отношений малого и крупного бизнеса.

КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА. Франчайзинг, франчайзи, франчайзер, франшиза, туризм, туристическое предприятие, малый бизнес, конкурентоспособность, договор концессии.

В современных условиях глобальной интеграции перед многими туристическими предприятиями стала проблема развития и сохранения стабильного уровня дохода. В связи с этим многие предприятия стали выходить на международный уровень, создавая различные объединения или участвуя в инвестиционных проектах. Одним из наиболее эффективных и менее затратных способов выхода на внешние рынки является франчайзинг.

Вопрос конкурентоспособности туристической отрасли, как на международном уровне (например, отдельные туристические дестинации), так

и на национальном уровне (например, различные предпринимательские структуры определенной страны) становится весьма актуальным и проблематичным, так как влияет на уровень жизни населения и экономическую стабильность региона в целом.

Франчайзинг, как система распространения товаров и услуг носит достаточно специфический характер. Во-первых, данный способ выхода на внешний рынок имеет несложный и практический способ организации предприятия, как в своей стране, так и на международном уровне. Во-вторых, товары и услуги, произведенные в одной стране создают благоприятные предпосылки их потребления в других странах, и все это благодаря процессам глобализации. В-третьих, франчайзинг, как процесс может охватывать не только локальные и национальные рынки, он побуждает искать новые международные каналы сбыта товаров и услуг.

Термин «франчайзинг» (от французского «franchise» - льгота, привилегия - и производного английского «franchising» - право, привилегия) означает определенную систему отношений по построению и ведению бизнеса. В данной системе присутствуют как минимум две компании, обозначаемые специальными терминами: франчайзер и франчайзи. Первая обладает «раскрученной» торговой маркой, вторая - желанием работать под этой торговой маркой и соответствующими возможностями, отвечающими требованиям франчайзера. По заключаемому между этими компаниями договору (договор концессии) франчайзер передает франчайзи в пользование свою торговую марку вместе с технологиями производства товаров или оказания услуг, а франчайзи обязуется периодически уплачивать за это определенную денежную сумму (роялти) [1].

По сути франчайзинг можно отнести к системе взаимоотношений (контрактных, перманентных) между франчайзером и франчайзи, которые регулируют организацию общего дела с целью удовлетворения интересов обеих сторон.

К основным интересам главной компании, как правило относят, расширение собственного бизнеса, повышение популярности бренда (торговой марки) и, соответственно, увеличение чистой прибыли при минимальных затратах; к интересам второй компании причисляют возможность начать свой бизнес в уже сформированном деле - в рамках крупной компании, используя ее бренд (торговую марку), методы и технологии производства, инструменты маркетинга и другие преимущества. При этом франчайзи должен следовать правилам ведения «купленного бизнеса» - принимать участие в рекламных и маркетинговых компаниях главного предприятия, предоставлять ежегодную финансовую отчетность и так далее.

В американской доктрине франчайзинга, франшиза определяется как «право на использование торгового знака и других эмблем (символов), включая дизайн, логотип и другие материалы идентификации, методов рекламы и завоевания популярности, патентов и идей ноу-хау, методов ведения бизнеса (что является коммерческой тайной), стилем и способом оформления интерьера, а также использования стандартных хозяйственных процедур»[2].

На рис. 1 представлена система отношений между предприятиями при использовании договора концессии.

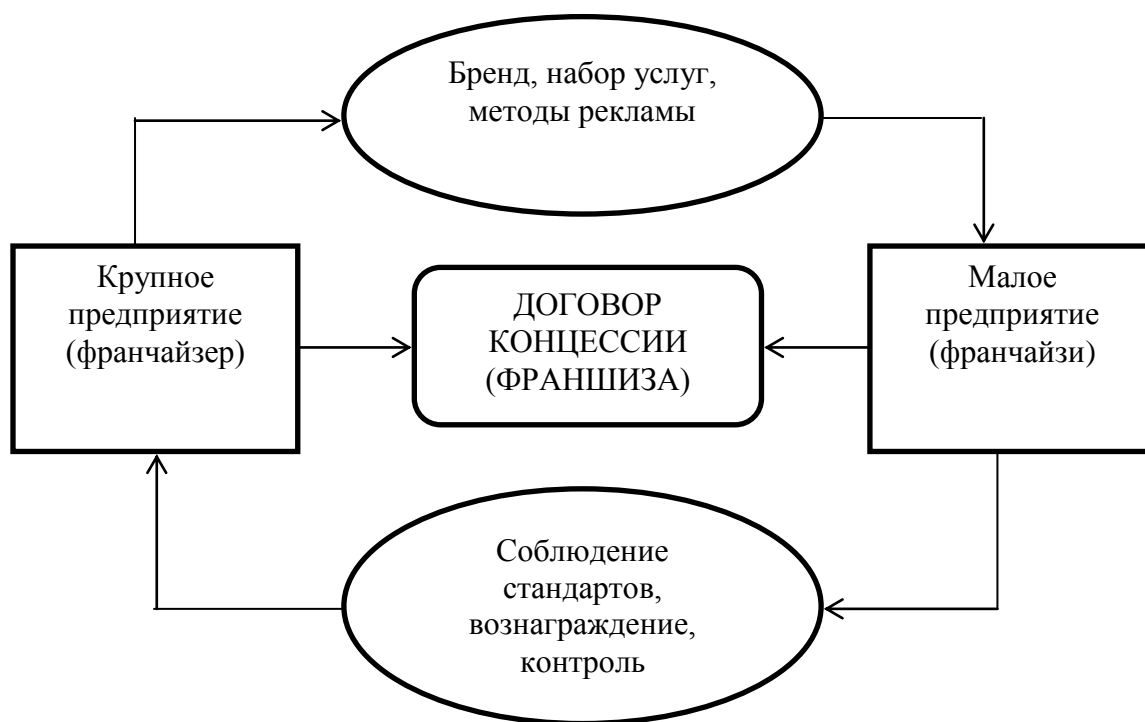


Рисунок 1. Система отношений при франчайзинге

Что же касается отрасли туризма, франчайзинг, как метод «борьбы» с конкуренцией появился относительно недавно. Его привлекательность в этой сфере заключается в следующем – малые туристические агентства получают в свое распоряжение стабильный доходный бизнес, в то время как известная туристическая компания – расширяет и укрепляет свои позиции на международном туристическом рынке. Именно поэтому сейчас туризм в Европе и Америке ассоциируется с франчайзинговыми операциями.

Экспертами отмечается, что развитие российского предпринимательства (туристической направленности в том числе), в первую очередь малого, происходит медленно из-за повышенных коммерческих рисков и условий жесткой конкуренции. От предпринимателя для реализации успешных бизнес-проектов рынок требует широких знаний в области менеджмента, маркетинга и в сфере управления проектами. Отработка эффективных схем и методов производства и управления в каждом конкретном случае требует больших материальных и временных затрат.

Поэтому организация нового туристического предприятия на условиях франшизы значительно снижает предпринимательские риски, так как используется уже отработанный и доказавший свою эффективность бизнес. Таким образом, развитие системы франчайзинга в отрасли туризма может оказаться наиболее эффективной формой поддержки малого предпринимательства, что является одной из важных государственных задач. Существует три основных вида франчайзинга.

1. «Франчайзинг продукта/услуги» или по-другому «товарный франчайзинг». Особенность данного вида заключается в том, что франчайзером здесь обычно выступает производитель, который продает готовый продукт или полуфабрикат франчайзи, который является дилером и распространяет этот товар от своего имени потенциальным потребителям. При этом дилер-франчайзи распространяет только один товар/услугу и отказывается от продажи товаров конкурентов. Для данного вида франчайзинга характерна узкая профильность франчайзи, которая направлена на реализацию всего лишь одного вида продукта.

2. «Производственный франчайзинг». Его особенность заключается в том, что малое предприятие не просто реализует товар/услугу под брендом (торговой маркой) франчайзера, оно еще включается в его полный цикл хозяйственной деятельности, соблюдая единые требования к качеству производимого товара, технологическому процессу, обучению персонала, маркетинговой стратегии. Такой вид франчайзинга обеспечивает тесный контакт между двумя организациями, предусматривая детальную регламентацию деятельности и высокий уровень ответственности малого предприятия.

3. «Деловой франчайзинг» или «франчайзинг бизнес-формата». Особенность этого вида заключается в том, что франчайзер продает лицензию частным лицам или малым предприятиям на право открытия целых магазинов, киосков или даже групп магазинов для продажи товаров (предоставлению услуг) под именем франчайзера [3]. Сейчас этот способ является самым популярным видом франчайзинга и широко используется в сфере международного туризма.

Примером могут послужить гостиничные цепи и сети (Hilton Hotels, Inter Continental Hotel Group, Marriott International, Accor Group), туристические агентства, которые выступают от имени туристического оператора (TUI, Coral Travel и так далее). В «деловом франчайзинге» необходимо, чтобы франчайзи оплачивал постоянный процент от прибыли главному предприятию (роялти). Также франчайзер может сдавать в аренду франчайзи основные фонды, предложить ему финансирование.

Рассмотрим стадии внедрения системы франчайзинга. Старт бизнеса в системе франчайзинга предполагает выполнение 7 основных стадий (рис.2): самооценка, документирование, анализ франчайзинга, разработка бизнес-плана, оценка франчайзера, обсуждение условий контракта, внедрение.

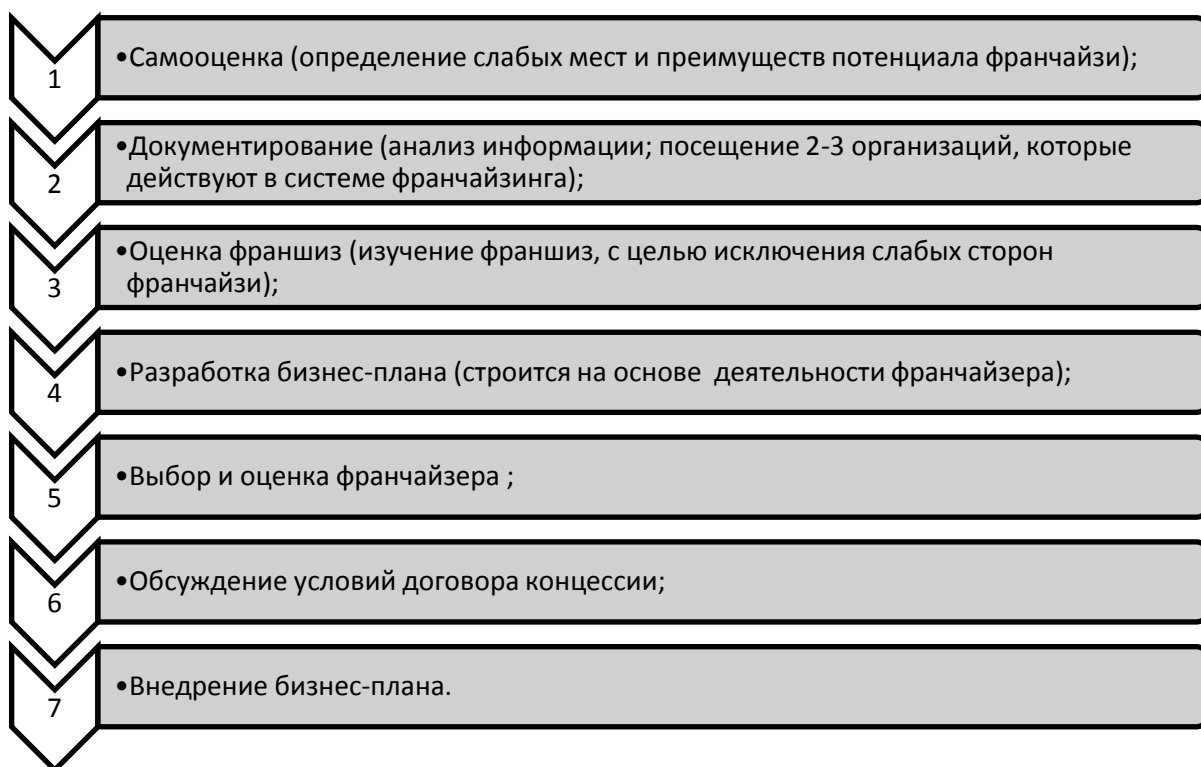


Рисунок 2. Стадии внедрения франчайзинговой системы

Как видно из рисунка, все стадии взаимосвязаны и должны учитываться при выборе деятельности предприятия.

В туристической отрасли Европы и Америки франчайзинг получил широкое развитие. Так, американская сеть турагентств Carlson Vagonlit объединяет около 3,5 тыс. фирм. Американские сети Uniglobe Travel, Woodside Travel слияние объединяли тысячи и шесть тысяч агентств соответственно. Свои франчайзинговые сети имеют большинство крупных европейских операторов – Thomas Cook, TUI, Nekkerman. В мировом турбизнесе используются различные варианты франчайзинга: в Америке - достаточно твердый, в Европе - более мягкий [4].

Согласно данным Ассоциации франчайзинга, в текущем году количество франчайзинговых сетей в России увеличилось на 20%. Теперь 341 франчайзер в 79 отраслях экономики предлагает купить лицензию на право пользования своим товарным знаком, ноу-хау и системой производства[5].

Подводя итог вышесказанному, можно отметить, что франчайзинг является достаточно перспективным направлением развития малого бизнеса различных сфер деятельности. Сейчас любое предприятие может создать и зарегистрировать свой собственный бренд, но насколько он будет узнаваемым и конкурентоспособным неизвестно. Необходимы вложения денежных ресурсов в формирование собственной рекламной стратегии, конкурентной политики, пропаганду собственного бренда и совершенствование качества продукта. Также не стоит забывать об участии в международных выставках и семинарах, активную работу коммивояжеров.

Поэтому в условиях интенсификации развития международного туризма использование франчайзинговых систем в организации малого туристического бизнеса является наиболее выгодным предложением – за достаточно низкую плату, приобретаются права на использование известного товарного знака.

Список литературы и источников:

1. Балабанов, И.Т. Внешнеэкономические связи: Учеб.пособие / И.Т. Балабанов, А.И. Балабанов - М.: Финансы и статистика, 2000 г.- 512с.
2. Скотт, А. Шейн. От мороженого к Интернету. Франчайзинг как инструмент развития и повышения прибыльности вашей компании / А. Шейн Скотт. - Издательство: Баланс Бизнес Букс, 2006 г. – 302 с.
3. Меркулов, А. Франчайзинг от А до Я / А. Меркулов, В. Фокин, С. Ватулин. - М.: ИД «Феникс», 2013. - 160 с.
4. Ягудин, С. Ю. Венчурное предпринимательство. Франчайзинг / С.Ю. Ягудин. - М.: Питер, 2011. - 256 с.
5. Смирнов, А.В. Франчайзинг. 128 успешных франшиз от известных фирм/ А.В. Смирнов. – М.: Радар, 2011. - 160 с.

*Яковенко Анна Руслановна,
магистрант 1 курса ГОУ ВПО «Донецкая
академия управления и государственной
службы при Главе Донецкой Народной
Республики»*

*Научный руководитель: **Малик М.А.**,
к.э.н., доцент, ГОУ ВПО «Донецкая
академия управления и государственной
службы при Главе Донецкой Народной
Республики», г. Донецк, ДНР*

ФОРМИРОВАНИЕ МАРКЕТИНГОВОЙ СТРАТЕГИИ ПРЕДПРИЯТИЯ ПРИ ОСУЩЕСТВЛЕНИИ ВНЕШНЕЭКОНОМИЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

АННОТАЦИЯ. Внешнеэкономическая деятельность – это совокупность организационно-экономических, производственно-хозяйственных и оперативно-коммерческих функций предприятий, ориентированных на мировой рынок, с учётом избранной внешнеэкономической стратегии, форм и методов работы на зарубежных рынках. Ее значение в развитии многих стран постоянно растет. Исторический опыт подтверждает выгодность расширения участия стран в международном разделении труда и различных формах международного бизнеса. И наоборот, свертывание внешнеэкономической деятельности неизбежно приводит к замедлению социально-экономического развития страны, возникновению сложных проблем не только в экономике, но и в других сферах общественной жизни. Поэтому процесс глобализации и интернационализации хозяйственной жизни можно считать закономерным, учитывая усиление взаимозависимости между странами и растущей зависимостью их экономик.

Цель – выявить особенности формирования маркетинговой стратегии предприятия-субъекта внешнеэкономической деятельности.

Методы – анализ, синтез.

Результаты – выявлены особенности стратегий предприятия при выходе на внешние рынки и определены главные этапы их разработки. Это стратегия контрольной точки, стратегия «снятия сливок», стратегия внедрения товара на рынок, стратегия, основанная на воспринимаемой ценности товара, стратегия реализаций группы товаров.

Выводы – проанализированы различные виды стратегий выхода предприятия на внешний рынок и рассмотрены основные принципы их реализации на международном рынке. Главными этапами разработки маркетинговой стратегии являются выбор потребителей, которые будет обслуживать компания, выбор предложения ценности. На основе этих вопросов предприятие разрабатывает маркетинговую стратегию.

В результате проведенного анализа, можно сказать, что внедрение той или иной стратегии зависит от ряда факторов. В первую очередь, с какими мотивами предприятие выходит на рынок, во-вторых, это комплексное маркетинговое исследование рынка, в-третьих, это возможности предприятия и состояние экономической, политической, культурной, технической среды. Также не менее важным является то, что каждая из этих стратегий несет конкретный набор действий по ее реализации.

КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА. Маркетинговая стратегия, внешний рынок, конкурентоспособность, сегментация, международный маркетинг

Большинство стратегических решений, которые принимает любая компания, лежат в сфере маркетинга. Создание нового бизнеса, слияние и поглощение, освоение новой рыночной ниши, дилерская политика, сужение или расширение продуктовой линейки, выбор поставщиков и партнеров – все эти и многие другие решения принимаются в рамках маркетинговой стратегии. От адекватности маркетинговой стратегии компании зависит успех целого предприятия и его конкурентоспособность.

Основное назначение маркетинговой стратегии состоит в том, чтобы взаимно согласовать маркетинговые цели предприятия с его возможностями, требованиями потребителей, использовать слабые позиции конкурентов и свои конкурентные преимущества.

Предприятия, которые эффективно применяют стратегический маркетинг, обладают отличными преимуществами успешной адаптации к рынку. В связи с этим актуальным является исследование теоретических и методических подходов к формированию эффективных маркетинговых стратегий как важнейших составляющих стратегии развития предприятия в целом.

Для каждого предприятия, которое развивается, рано или поздно наступает момент, когда его начинают не удовлетворять характеристики отечественного рынка, политический климат или экономические условия в государстве, поэтому возникает вопрос выхода предприятия на внешние рынки. Однако компании, которая решила выйти на иностранный рынок, необходимо принять во внимание существование множества ограничений и препятствий в международной торговле – как в стране, на рынок которой оно собирается выйти, так и в своей собственной. К таким ограничениям относятся: таможенные тарифы (фискальные и протекционистские), валютный контроль со стороны государства, ряд нетарифных барьеров [1, с. 45].

Маркетинг на международной арене является очень сложным, так как охватывает не только сбыт, но и другие сферы деятельности предприятия, в том числе производство, НИОКР, снабжение, финансы и т. Кроме того, здесь необходимо глубокое понимание социально-экономических и национально-культурных условий, сложившихся в стране, где предприятие намерено осуществлять свою деятельность. Имеет место разница в каналах распространения, методах транспортировки и хранения, законодательном и

юридическом обеспечения, таможенных правилах. Все эти особенности значительно повышают общий коммерческий риск предпринимательской деятельности на международном рынке. Поэтому предприятию необходимо очень тщательно обдумать стратегию выхода на внешние рынки [2, с. 54].

Главной задачей маркетинговых исследований является разработка основных направлений и методологии рыночных исследований, определение характера и источников необходимой информации, осуществление контроля конкретных исследовательских программ, обобщение полученных результатов и подготовка необходимых рекомендаций. К проведению маркетинговых исследований на внешнем рынке фирмы побуждают различные причины, в частности: ослабление возможностей сбыта или изменение конъюнктуры на внутреннем рынке; правительственная антипредпринимательская политика, введение непомерных налогов; государственное стимулирование экспорта для увеличения поступлений иностранной валюты и сокращения внешнеторгового дефицита; рост возможностей, которые открываются для товаров фирм в других странах. Схема направлений и методов маркетинговых исследований в ВЭД предприятия представлена на рис.1.

Исходя из схемы направлений и методов маркетинговых исследований в ВЭД, компания должна обязательно предусматривать соответствующую маркетинговую сегментацию целевого внешнего рынка (стратегическую, оперативно-стратегическую и оперативно-тактическую) и соответствующее эффективное рыночное и товарное позиционирование (стратегическое, оперативно-стратегическое и оперативно-тактическое), с целью создания устойчивых конкурентных преимуществ, а конечным результатом формирования этой стратегии является создание комплекса международного маркетинга компании, основным элементом которого соответствуют отдельные функциональные маркетинговые стратегии выхода компании на внешний рынок.

Маркетинговая стратегия представляет собой не что иное, как долгосрочный план достижения целей компании, основанный на ее производственных и финансовых возможностях, конкурентных позициях, кадровом обеспечении.

Процесс формирования маркетинговой стратегии выхода компании на внешний рынок предполагает, по меньшей мере, следующие этапы, на которых принимаются соответствующие решения:

- анализ текущей деятельности компании на внутреннем рынке;
- анализ и тенденции внешнего рынка;
- анализ конкуренции на внешнем рынке;
- анализ маркетинговых возможностей и рисков компании;
- выбор перспективных для компании внешних рынков;
- разработка маркетинговых стратегий по целевым внешним рынкам;
- выбор способа выхода компании на целевой внешний рынок;
- оценка результатов деятельности и корректировка маркетинговой стратегии [3, с. 181-189].

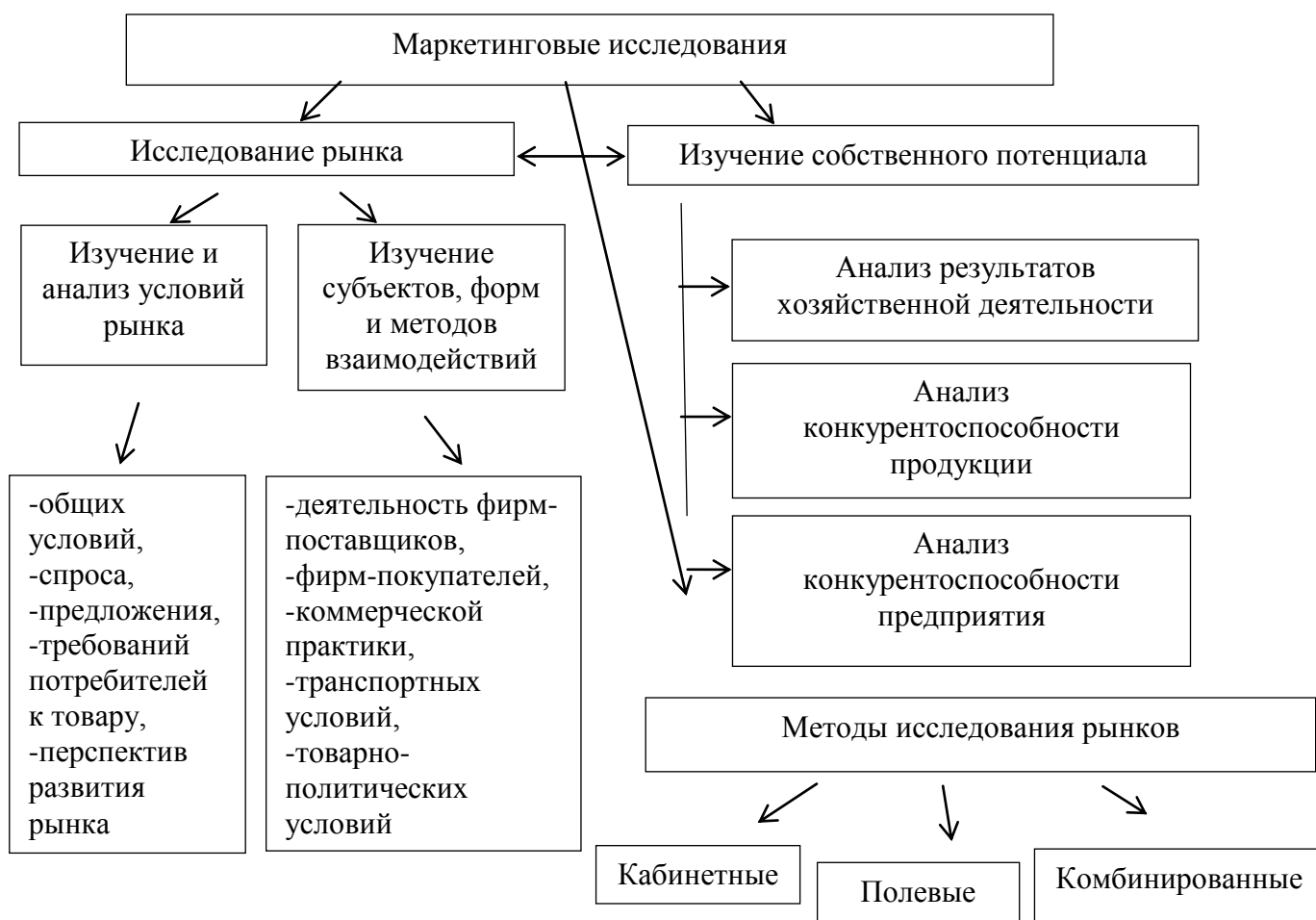


Рисунок 1. Схема направлений и методов маркетинговых исследований в ВЭД предприятия

Разработка маркетинговой стратегии является циклическим процессом с постоянной корректировкой первоначальных целей и путей их достижения. Согласно принципу SMART рыночные цели должны быть:

Specific (конкретными);

Measurable (достижимыми);

Agreeable, Accordant (согласованными между собой);

Realistic (измеримыми);

Timebounded (увязанными во времени)

Отметим, что процесс формирования стратегии, вопреки распространенному мнению, не завершается какой-то немедленной действием - он предусматривает установление направлений развития компании и мероприятий, реализующих каждый из них.

В международном маркетинге на всех этапах разработки стратегии и ее реализации особую важность приобретает информация о мировых рынках и рыночной конъюнктуре, методах и формах международного сотрудничества, собственном потенциале предприятия, унифицированных обычаях, правилах и нормах международного сотрудничества.

Главной функцией маркетинга является обоснование целевых позиций управления активностью предприятия на мировом рынке.

Методы, используемые международной компанией в реализации указанной функции, предполагают пошаговые действия, представленные на рис.2.

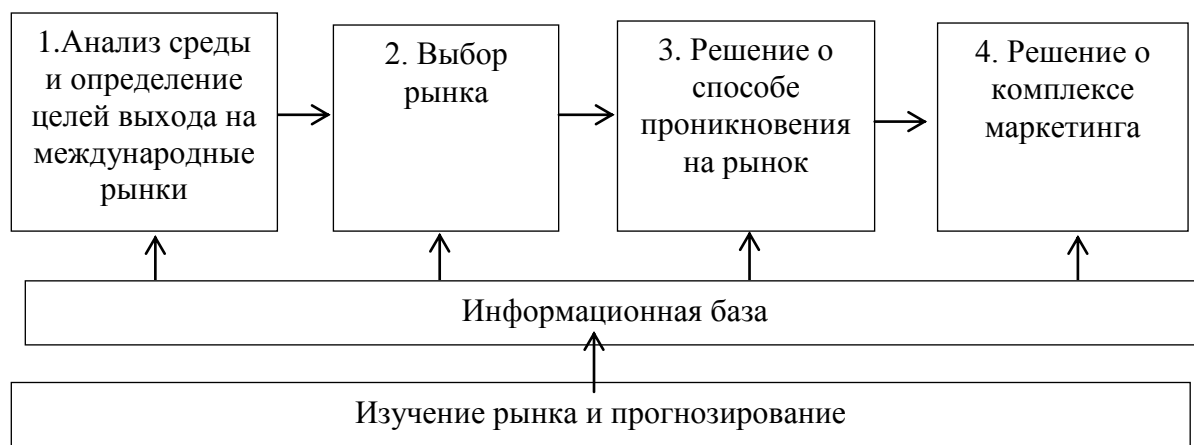


Рисунок 2. Схема основных решений в международном маркетинге

Существует несколько стратегий выхода на внешний рынок. Особенно широкое их применение характерно для рынков товаров массового спроса, однако основные положения этих стратегий можно применить к любому товару.

Первая стратегия – это стратегия контрольной точки. Данная стратегия характеризуется достижением целевой прибыли при заданных объемах сбыта и установленной цене, которая называется контрольной точкой. Этот метод основан на анализе безубыточности производства. Предприятие строит зависимость расходов от объема производства, а также кривую дохода от реализации товара при заданных ценах. Точка пересечения кривой суммарных затрат предприятия и дохода от реализации будет точкой безубыточности [4; 140].

Целевым показателем при использовании данной стратегии может быть, как прибыль, так и объем продаж. Эта стратегия, как правило, используется предприятиями с крупносерийным производством. Главными ее преимуществами является то, что она позволяет учесть все рыночные факторы, найти оптимальное соотношение между ценой, объемом сбыта и его расходами. Используя метод конкурентного ценообразования, фирма получает достаточный уровень прибыли при минимальных затратах на определение цены и маркетинговой программы. Однако существенным недостатком является то, что фирма не имеет возможности влиять на цену.

Следующей стратегией является стратегия «снятия сливок». Она характеризуется последовательным привлечением различных сегментов рынка. Первоначально фирма устанавливает максимально высокую цену на товар. Товар позиционируется как уникальный, для особых случаев, проводится соответствующая рекламная кампания. Первым покупает этот товар тот сегмент рынка, к которому относятся покупатели с большими доходами,

которые готовы платить большую цену за эксклюзивность. Когда начальная волна спроса угасает, фирма снижает цены и меняет рекламу. Суть стратегии - максимизировать краткосрочную прибыль в условиях низкой конкуренции, когда другие фирмы не могут предложить этот товар. Главный недостаток стратегии «снятия сливок» - через некоторое время появятся конкуренты, потому что высокая цена является привлекательной [4; 141].

Следующая - стратегия прорыва или ценообразование вытеснения, которая характеризуется тем, что фирма устанавливает предельно низкую цену на товар, иногда ниже себестоимости, при выходе на рынок с целью захватить значительную долю и снизить себестоимость товара за счет реализации эффекта масштаба производства. Она является достаточно рискованной, так как рассчитана на долгий срок [4; 142]. Внедряя данную стратегию, предприятие может столкнуться с рядом негативных сторон. Она может привести к ценовой войне, когда конкуренты не согласны уйти с рынка и отстаивают свое право на его долю. В этом случае цена будет снижаться до уровня, когда одной фирме будет невыгодно работать. В целом эта стратегия может быть эффективной, но для ее внедрения необходим очень глубокий анализ рынка в целом и отдельных его фирм-конкурентов.

Следующая стратегия – это стратегия, основанная на воспринимаемой ценности товара. Она опирается на знания и понимание конечного использования товара и восприятия его потребителем. Главная идея стратегии заключается в том, что покупатель соотносит затраты на товар не с экономической, а с субъективной ценностью данного товара, и цена при этом должна обеспечивать наилучшее соотношение преимуществ товара и затрат данного потребителя на него. Эта стратегия ориентируется на спрос как на главный фактор ценообразования и на ценовые методы конкуренции [4; 143].

Стратегия реализаций группы товаров занимает особое место в стратегиях выхода предприятия на внешний рынок. Можно выделить два вида таких стратегий: продажа взаимодополняющих товаров и продажа взаимозаменяемых товаров. Наиболее распространенная стратегия продаж взаимозаменяемых товаров. Она характеризуется определением товарных групп и ценовых линий. Производится несколько модификаций товара, которые делятся на три группы. Устанавливается диапазон цен для каждой группы. Они называются ценовыми линиями и позволяют предприятию охватить максимальное количество рыночных сегментов [4; 143-144]. При реализации этой стратегии следует избегать ситуаций, когда один товар этой фирмы конкурирует на рынке с другим товаром этой же фирмы. Когда мы используем продажу взаимодополняющих товаров, возможно использование тактики «связывания цен». Когда несколько таких товаров идут в наборе и стоят значительно дешевле, чем каждый в отдельности. При этом необходимо выдвигать обязательное требование: покупать товар только в наборе. Также возможно занижать цену главного продукта, а цену обязательных компонентов повышать, получая тем самым прибыль не в главном товаре, а на взаимодополняющих.

Маркетинговая служба предприятия в выборе одной из них должна руководствоваться многими факторами. Прежде всего, это мотивы, по которым предприятие выходит на внешний рынок, проведение маркетинговых исследований и анализ возможностей производства и финансовых ресурсов. Во-вторых, это факторы внешней среды, которые также существенно влияют на этот выбор.

Список литературы и источников:

1. Щербак В. Г. Проблемы проникновения отечественных предприятий на внешние рынки/ Щербак В. Г., Лозенко А. П. // Финансы Украины - 2013 - № 4. - С. 41- 43.
2. Маркетинг [Учебник для вузов] / Н.Д. Эрнашвили, К. Ховард, Ю. Цыпкин и др.; Под ред. Н.Д. Эрнашвили. - [второй изд., Перераб.И доп.]. - М. ЮНИТИ-ДАНА, 2012. - 623 с.
3. Азарян Е.М. Международный маркетинг / Под ред. д-ра экон. наук, проф. Азарян Е.М. / Е.М. Азарян, А.А. Шубин, Н.Л. Жукова. - М.:Немцев МОН Украины, Студцентр, 2015 - 344с.
4. Румянцев А.А., Климко Г.Н. и др. / Международная экономика. - М: Знание-Пресс, 2013. - 406 с.

*Долекорей Александр Викторович,
студент 2 курса магистратуры
ЧОУ ВО «Курский институт менеджмента,
экономики и бизнеса»
Научный руководитель: Зюкин Д.В.,
к.э.н., доцент, ЧОУ ВО «Курский институт
менеджмента, экономики и бизнеса»
г. Курск*

СУЩНОСТНЫЕ ХАРАКТЕРИСТИКИ ЛИДЕРСКИХ КАЧЕСТВ БУДУЩИХ МЕНЕДЖЕРОВ

АННОТАЦИЯ. В статье раскрыты различные подходы к трактовке понятий «лидер», «лидерские качества» с точки зрения различных научных подходов. Определена сущность и особенности лидерских качеств будущих менеджеров. Выделены общие концепции лидерства и основные признаки, по которым можно охарактеризовать лидера. Раскрывается компенсаторная и персонификационные функции лидерства.

Обобщаются различные подходы к определению понятия «лидер» и выделены специфические черты и качества лидера. Сделан упор на общепрофессиональных качествах лидера, качествах творческой деятельности, социально-психологических качествах.

КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА. Лидер, лидерство, лидерские качества будущих менеджеров, будущие менеджеры.

Современные евроинтеграционные процессы являются неотъемлемыми реалиями сегодняшнего дня. При таких условиях возникает необходимость в воспитании профессионально компетентного, мобильного, конкурентоспособного специалиста. Нужны новые гуманистически ориентированные молодые лидеры, способные к продуктивному сотрудничеству, выработки неординарных идей, готовы к принятию решений и несения ответственности за себя и свою деятельность. Итак, важность развития лидерских качеств студенческой молодежи в наше время является бесспорным. Необходимость воспитания лидерских качеств будущих специалистов подчеркивается в таких нормативно-правовых документах как Федеральный закон от 29.12.2012 N 273-ФЗ (ред. от 07.03.2018) "Об образовании в Российской Федерации".

Анализ научной литературы по проблеме исследования позволяет утверждать, что сущность феномена лидерские качества личности в своих работах исследовали ряд отечественных (В. Веснин, Д. Виханский, М. Гаврилюк, А. Евтихов, Н. Жеребова, Л. Карамушка, Р. Кричевский В. Лозница, А. Лутошкин, Н. Мараховская, В. Москаленко, Б. Парыгин, А. Петровский, Л. Уманский, А. Уманский, А. Чернышев, Ф. Хмель и др.) и зарубежных ученых

(К. Бланшард, Е. Богардус, М. Вебер, И. Вешлер, В. Врум, Р. Дилтс, П. Друкер, Ф. Йеттон, Д. Крюгер, Ф. Массарик, М. Масконы, С. Смит, А. Сослан, Р. Танненбаум, Ф. Фидлер, П. Херси и др.).

Теоретический анализ взглядов ученых о сущности лидерских качеств будущих менеджеров, а также свое видение качеств лидера, которые должны быть сформированы в успешного менеджера-лидера во время обучения в высшем учебном заведении.

В число наиболее важных способностей лидера входят: умение реализовать, делегировать полномочия и ответственность. Способности к организации и мотивации групповой работы, установлению приоритетов, самопознанию и самооценки, убеждению, аналитическому мышлению, распознаванию наиболее существенных факторов, системности, обработки и формирование информации, разработке программ, выявление тенденций, распределение усилий и времени. Он должен ясно осознавать, что такие черты поведения как вежливость, тактичность, деликатность, абсолютно необходимы для «умения вести себя в обществе».

Нельзя забывать о культуре общения, чувстве меры, доброжелательности, нужно полностью управлять своими эмоциями, стрессами. Необходимо иметь свой, но непременно цивилизованный стиль поведения, свой, но непременно благородный образ, тот самый имидж лидера, который гарантирует не только половину успеха, но и постоянное удовлетворение от деятельности.

Таким образом, формирование лидерских качеств является важным аспектом в становлении современных специалистов. Эффективная организация образовательного процесса в этом аспекте предусматривает создание социально-педагогических условий, благодаря которым формирование лидерских качеств специалистов, в частности будущих менеджеров, будет успешным.

По мнению И. Краснощек существует пять основных признаков, по которым можно охарактеризовать лидера: лидер как член группы, он «внутри», а не «над» группой; статус в группе: лидер пользуется в группе авторитетом, у него высокий статус; совпадение ценностных ориентаций: нормы и ценностные ориентации лидера и группы совпадают, он наиболее полно выражает интересы группы; влияние лидера на группу: влияние на поведение и сознание других членов группы со стороны лидера, организация и управление группой в процессе достижения групповых целей; источник выдвижения лидера в группе [6].

Характеризуя лидера, А. Менегетти определяет три основных качества: наличие неординарного врожденного потенциала, проявляется как талант координатора; глубокое познание и профессионализм в области, наиболее востребованных социальной группой или обществом в целом; преимущества результатов, полученных в определенном виде деятельности.

Лидер, в первую очередь, отличается умением координировать деятельность коллектива ради достижения общей цели. Функциональность лидера определяется умением находить и координировать для достижения цели те средства, совокупность которых способна удовлетворить интересы

ближайшей социальной группы. Субъект, действующий в интересах общества, становится лидером в той или иной степени [4, с. 56].

Следовательно, лидеры - это не только известные личности, которые действуют исключительно в экономической и политической сфере, но и любой человек, самореализуясь, способствует саморазвитию тех, с кем или у кого она работает.

В научно-педагогической литературе есть разные определения лидерских качеств личности. В частности, В. Сбитнев, разделяя взгляды других, считает, что лидерские качества – это совокупность определенных свойств, черт, позволяет члену определенного социального объединения статусно выделиться в конкретном деле и принимать ответственные решения в важных для группы ситуациях [5].

А. Зорина под лидерскими понимает качества, необходимые личности для успешной организаторской деятельности и создание позитивной атмосферы в коллективе, способствует достижению общих целей [3].

В. Ягодникова считает лидерскими качествами такие качества личности, которые обеспечивают эффективное лидерство, а именно: индивидуально-личностные и социально-психологические особенности личности, влияющие на группу и приводят к достижению цели [2].

Согласно взглядов Н. Семченко, лидерство определяется как процесс, посредством которого одно лицо оказывает влияние на членов группы. Исследователь подчеркивает, что одной из важнейших функций лидеров является компенсаторская, которая оказывается в ликвидации недостатков в деятельности официальных руководителей. Существенным функцией является также персонификация функционально-ролевых отношений, когда лидер выступает своеобразным эмоциональным центром для других [7].

В самом широком смысле лидерство можно определить, как способность влиять на других в направлении достижения определённой цели. Таким образом, лидер ведет сотрудника или группу сотрудников к определенной цели.

В деловой сфере и в организациях лидерство часто противопоставляется менеджменту. Менеджмент обычно определяют, как «умение выполнить задачу посредством других людей». Лидерство же определяют, как «умение сделать так, чтобы другие люди захотели выполнить задачу». Таким образом, лидерство тесно связано с созданием мотивации и влиянием на других людей.

Выделяются три основных направления концепции лидерства: в них обосновывается преимущество фактора черт личности, где решающим фактором считается ситуация, в которых сочетаются личностные и ситуационные факторы.

Субъектом лидерства является лидер как личность, имеет ценный для группы потенциал, инициирует взаимодействие членов группы, влияет на сплочение коллектива. Лидером является член группы, за которым она признает преимущество в статусе и дает право принимать решения в значимых для нее ситуациях; человек, способный выполнять центральную роль в организации совместной деятельности и регулировании взаимоотношений в

группе, благодаря своим личностным качествам имеет преобладающее влияние на членов группы.

Обобщив различные подходы к определению понятия «лидер», будем его понимать как члена группы, выполняющего основную роль в организации совместной деятельности и регулировании взаимоотношений, по которому группа признает право принимать решения в значимых ситуациях, которым добровольно подчиняются все члены группы.

Разделяем мнение А. Тихомировой, которая также определяет общие и специфические качества личности лидера. Общие качества (ими владеют не только лидеры, но и те, кто стремятся ими стать): компетентность, организованность, работоспособность, активность, инициативность, общительность, настойчивость, самостоятельность, самообладание, наблюдательность, сообразительность. Специфические качества лидера (своеобразные индикаторы лидерских способностей): способность к активному психологического воздействия, способность к организаторской работе, лидерской позиции, потребность брать ответственность на себя [1, 20].

Однако самая большая проблема, с которой столкнулись исследователи, изучающие лидерство, – это выбор подходов и язык описания лидерского феномена. В своей жизни и в истории мы можем встретить лидеров, которые очень сильно отличаются друг от друга, но в то же время в них определённость есть общие черты. Но именно это общее кажется чем-то неуловимым и постоянно ускользает. И даже в случае нахождения определённых закономерностей трудно найти инструменты, позволяющие эти закономерности измерить, описать, а затем сформулировать в виде простых, чётких рекомендаций и инструкций, которые могли бы помочь развить в себе лидерский потенциал[4].

Таким образом, на рисунке 1 выделены факторы способствующие развитию лидерских качеств:



Рисунок 1. Факторы, способствующие развитию лидерских качеств

Таким образом, развитию лидерства способствуют множества факторов, потенциальным из которых выделяют саморазвитие лидерства.

В современное время важным аспектом является адаптация к быстроменяющимся условиям, сотрудники должны иметь возможность взять на себя ответственность за собственное развитие, саморазвитие является важным фактором успеха, так как он является непрерывным обучением.

По мнению зарубежных экспертов, поведение лидера должно отличаться: некоторой агрессивностью, настойчивостью, готовностью к восприятию и передаче информации, рациональностью, стремлением к установлению контакта, самоконтролем, уверенностью в манере поведения, положительным отношением к состязательности, но и ориентированностью на достижение поставленных целей.

По нашему мнению, целесообразно выделять комплекс наиболее значимых лидерских качеств будущих менеджеров. Общепрофессиональные качества: высокая теоретическая и практическая подготовка, системное видение профессиональных проблем, способность к профессиональной адаптации, способность к прогностической деятельности, способность выполнять функциональные обязанности; владение методами управления коллективом, умение видеть ключевую задачу, умение распределять работу в коллективе. Качества творческой деятельности: широкое общее мировоззрение, творческое отношение к работе, владение методами творчества, педагогическое мастерство, высокая методическая подготовка.

Социально-психологические качества: умение организовать производительные личностные контакты, внутриколлективное общение, умение учитывать индивидуальные особенности подчиненных, требовательность к ним, умение разбираться в людях, способность привлекать к себе людей, внушать доверие, способность влиять на подчиненных личным примером, задавать бодрый, деловой тон в работе, умение убеждать других, уравновешенность, склонность к изучению людей, интерес к их потребностям.

Социально-коммуникативные качества: умение отстаивать интересы своего коллектива, организовывать контроль и стимулировать других членов группы, общительность, легкость вступления в контакты с людьми, психологический такт, ответственность, обязательность, честность и порядочность.

Список литературы и источников:

1. Беляева Н. Подготовка будущего менеджера к управленческой деятельности / Н. Беляева // Вестн. ЛНУ имени Тараса Шевченко / Под ред. проф. В. Курило. - Луганск, 2010. - № 16, ч. II в. - С. 92 - 97.
2. Евтихов О.В. Сравнительный анализ лидерских качеств руководителей разных управленческих уровней промышленного предприятия/ О.В.Евтихов // Психология. Журнал высшей школы экономики. - 2010. - № 1- С.119-121.
3. Зорина А. Педагогические условия формирования лидерских качеств в студентов вуза: автореф. дис. На соиск. научн. звания канд. пед. наук: спец. 13.00.01 «Общая педагогика, история педагогики и образования» / А. Зорина. - Нижний Новгород, 2009. - 20 с.

4. Менегетти А. Психология лидера: пер. с итал. / А. Менегетти; ННБФ «Онтопсихология». - Изд. Четвёртой, доп. - М., 2004. - 256 с.

5. Сбитнева В. Педагогические условия развития лидерских качеств подростков в детском общественном объединении: дис. канд. пед. наук / В. Сбитнева. - Ижевск, 2010. - 205с.

6. Социально-профессиональное становление личности: монография / В. радула, А. Михайлов, И. Краснощек, В. Кушнир; под ред. В. Радула. - Кировоград: Полигр.-изд. центр ООО «Имекс ЛТД», 2002. - 263 с.

7. Тихомирова А. Воспитание лидера / А. Тихомирова // Школьный мир. - 2009. - № 8. - С. 19-23.

***Зеленский Павел,**
студент 4 курса ГОУ ВПО «Донецкая академия
управления и государственной службы
при Главе Донецкой Народной Республики»*

*Научный руководитель: **Бурик Н.А.,**
преподаватель ГОУ ВПО «Донецкая академия
управления государственной службы
при Главе Донецкой Народной Республики»,
г. Донецк, ДНР
na.ta.lya@mail.ru*

РОЛЬ ТЕХНОЛОГИЙ ЭЛЕКТРОННОЙ КОММЕРЦИИ В СОВРЕМЕННОЙ ЭКОНОМИКЕ

АННОТАЦИЯ. Актуальность темы обусловлена тем, что в последнее время все более весомую роль в области мировой экономики играет смещение денежного потока в сферу электронного бизнеса, а сами интернет-технологии с каждым годом оказывают все большее влияние на глобальные мировые экономические процессы. Целью исследования было определение роли технологий электронной коммерции в современной экономике. В качестве вывода было отмечено, что дальнейшее развитие интернет-коммерции является чрезвычайно важным, т.к. позволит выйти на мировой рынок многим компаниям, предоставляющим коммерческие услуги. В конечном итоге, электронная коммерция даст толчок к дальнейшему развитию как интернет-технологий, так и всей финансовой инфраструктуре.

КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА. Электронная коммерция, информационная экономика, интернет-технологии, интернет-коммерция, информационные материалы, электронные товары.

Основой всех процессов, которые приводят к формированию информационной экономики, считается бурное развитие технологий передачи

информации и коммуникации, а также превращение интернета в основной инструмент обмена данными.

Но интернет – всего лишь инструмент организации единого информационного пространства, однако именно он позволил выйти на новый виток развития бизнеса. С одной стороны, интернет предоставил производителям доступ к максимально большой аудитории потребителей с их разнообразными предпочтениями, а с другой — дал клиентам возможность с помощью электронных интерфейсов самим вводить свои заказы в отлаженную систему управления производством [1].

Так, для современного ведения бизнеса характерно постоянное расширение возможностей организаций-поставщиков, которое одновременно влияет и на рост глобальной конкуренции, и тем самым повышает качество выпускаемых товаров и предоставляемых услуг. Компании со всего мира постоянно изменяют способы управления своим бизнесом. Между отделами организации исчезают физические барьеры, происходит отказ от традиционной иерархии, облегчается взаимодействие между организацией, её поставщиками и потребителями. Сам процесс бизнеса целиком перестраивается и выходит за устоявшиеся рамки, создаются виртуальные организации, развивается технология аутсорсинга.

Электронная коммерция даёт компании возможность гибко и эффективно осуществлять внутренние процессы, лучше взаимодействовать с организациями-поставщиками и более быстро и полно удовлетворять ожидания и запросы потребителей. Благодаря глобальной связи, компания получает огромный выбор поставщиков, независимо от географического положения, а также выход со своей продукцией на глобальный рынок.

В рамках системы электронной коммерции объединяются самые разные коммуникационные технологии, в том числе электронная почта, факс, электронные платежи и обмен данными и корпоративный интернет. Но не стоит забывать, что понятие электронной коммерции значительно шире, чем понятие «интернет-коммерция».

Электронная коммерция ведётся на разном уровне, начиная от представительства в сети интернет одной организации, до нескольких компаний, к примеру, виртуальное предприятие или аутсорсинг.

Интернациональный уровень такой деятельности, в отличие от внутринационального, усложнён такими факторами, как разница в правилах банковской деятельности, налогообложении и таможенных сборах.

В зависимости от участников электронного взаимодействия, на данном этапе развития различают пять основных видов коммерческого взаимодействия:

- 1) B2B – юридические лица и организации;
- 2) B2C – юридические и физические лица;
- 3) B2G – юридические лица и государственные организации;
- 4) C2C – между физическими лицами;
- 5) G2C – государственные организации и физические лица [2].

Ещё с момента возникновения предпринимательства онлайн, мнения аналитиков сходились на том, что это не сможет внести заметных изменений в отношениях между производителем и потребителем. Однако развитие технологий электронной коммерции породило множество новых моделей бизнеса и корпоративных стратегий, что свою очередь кардинально изменило состояние экономики и роль данной деятельности в целом.

Происходит интеграция системы управления ресурсами с системами коммерции в интернете. Так, например, такие изменения в организациях снабжения и сбыта образуют новые принципы ведения предпринимательской деятельности и новые управленческие структуры, теряют свою актуальность традиционные снабженческие службы, а их функции передаются глобальной системе управления ресурсами организации.

Главной задачей повышения эффективности взаимодействий между производителями и потребителями продукции является создание специальной автоматизированной системы, которая будет работать с сетями дистрибьюторов, предоставляющими закрытый доступ к постоянно обновляющейся информации о конкурентной спецификации продукции, запасах на складе, движении заказов и так далее. Подобные системы должны обеспечивать автоматическое оформление и резервирование заказов продукции. Решив эту задачу, удастся значительно снизить издержки на дистрибуцию, а инструментом решения выступают как раз технологии электронной коммерции.

Для предприятий, которые активно применяют технологии электронной коммерции в своей деятельности, характерны следующие преимущества:

1) Низкие расходы на получение маркетинговой информации, т.к. с использованием информации из сети интернет, снижается необходимость в маркетинговых исследованиях;

2) Уменьшение затрат на рекламную деятельность. Себестоимость создания интернет-рекламы и её обслуживания значительно ниже, а аудитория которая попадает под воздействие такой рекламы больше относится к целевой, в отличии от традиционных средств рекламы;

3) Уменьшение затрат на коммуникации внутри компании, что экономит рабочее время и снижает расходы на оплату труда;

4) Уменьшение затрат на внешние коммуникации, путём автоматизированного сбора и обработки заказа, доступа к состоянию заказа через веб-сайт, что уменьшает нагрузку на офисных работников. Размещение ответов на часто задаваемые вопросы и возможность задавать вопросы по электронной почте значительно сокращают потребности в соответствующем персонале обслуживания;

5) Снижение затрат на аренду помещений, так как большинство сотрудников компании могут работать удалённо, например, находясь у себя дома;

6) Использование труда работников, которые проживают в регионах с низким уровнем заработной платы, что также снижает затраты на использование рабочей силы;

7) Уменьшение расходов на закупку товаров и услуг, т.к. появляется возможность производить закупки в полуавтоматическом и автоматическом режимах.

Развитие технологий электронной коммерции оказывает стабильное влияние на развитие экономики мира по следующим направлениям:

1) ускорение темпа разработки единого информационного пространства, с целью осуществления взаимодействия всех субъектов мировых рынков;

2) независимое развитие всех субъектов мирового рынка;

3) увеличение оборота денежных средств за счёт использования электронных платежей;

4) возникновение новых видов обслуживания и услуг;

5) возникновение открытой конкуренции на мировом рынке;

6) ускорение продвижения продукции и их доведение к потребителю в удобной форме.

Современные технологии электронной коммерции позволяют организациям использовать новые возможности:

1) Так как сеть интернет глобальная, благодаря электронной коммерции даже самые мелкие поставщики могут иметь глобальное присутствие и заниматься деятельностью в мировых масштабах. Также потребители получают все возможности глобального выбора всех поставщиков мира и их продукции независимо от географического положения;

2) За счёт электронной коммерции поставщики становятся ближе к потребителям, что повышает их конкурентоспособность;

3) Предоставляя поставщику свои индивидуальные требования и запросы по приобретаемому товару или услуге, потребители получают высокое качество сервиса;

4) Электронная коммерция способствует существенному снижению финансовых и временных затрат в области продвижения товара от поставщика к потребителю, т.к. из данной системы выпадают промежуточные пункты (предприятия оптовой и розничной торговли);

5) Снижение затрат на сделку, в результате чего снижается цена на продукцию;

6) Технологии электронной коммерции позволяют образовывать новые модели бизнеса, такие как виртуальные организации, виртуальные агенты, аутсорсинг и телеработа, что в свою очередь существенно повышают эффективность хозяйственной деятельности;

7) Помимо рынка существующих товаров и услуг, возможно появление новой продукции, например удалённые страховые услуги, банковские, брокерские, услуги поставки и поддержки.

И хотя все приведённые возможности различны, они в то же время тесно взаимосвязаны. К примеру, повышение конкурентоспособности и качества какой-либо предоставляемой услуги может обуславливаться массовой персонализацией обслуживания, а уменьшение пути доставки до конечного потребителя значительно уменьшает затраты, что влияет на снижение стоимости продукции.

Очень важно обращать внимание на то, что существует разница между интернет-торговлей реальной продукцией и интернет-торговлей информационными материалами. Торговля информационными материалами, такими как программное обеспечение, коммерческая информация, графика, игры и тому подобное, представляет собой новый способ торговли, коммерческая сделка для которого может быть проведена через одну и ту же сеть.

Именно в этой ситуации будет сложнее найти различие между товаром и услугой. Например, если продаётся компакт-диск с музыкальной композицией, который передаётся заказчику почтой, то данную операцию можно позиционировать как продажу товара. Однако если передать данную музыкальную композицию в цифровом виде, сложно сказать, что это будет услугой или товаром.

Электронные товары образуют совершенно иной, новый рынок, производя революцию в разных индустриях. Такая инновационная форма ведения электронной коммерции оказывает колоссальное влияние на конкурентоспособность организаций и позволяет создавать новые рабочие места.

Исходя из всего вышеперечисленного, можно сказать, что с момента зарождения технологий электронной коммерции, данный вид коммерческой деятельности претерпел немалый путь развития. В настоящее время, электронная деятельность успела заполнить практически каждый уголок Земли, с каждым днём захватывая всё больше и больше организаций со всего мира. Теперь для каждой компании открывается огромный потенциал в развитии и продвижении своей деятельности, а также выведении своих товаров и услуг на мировой рынок.

Список литературы и источников:

1. Интернет-маркетинг и электронная коммерция: учеб.- метод. пособие / К. В. Новикова, А. С. Старатович, Э. А. Медведева; Перм. гос. нац. исслед. ун-т. – Пермь, 2013. – 78 с.
2. Гаврилов Л.П. Электронная коммерция / Л.П. Гаврилов. – М.: Юрайт, 2016. – 363 с.

*Костычев Богдан Андреевич,
студент 2 курса магистратуры
ЧОУ ВО «Курский институт менеджмента,
экономики и бизнеса»
Научный руководитель: Кликунов Н.Д.,
к.э.н., профессор ЧОУ ВО «Курский
институт менеджмента, экономики
и бизнеса», г. Курск*

АНАЛИЗ ОЛИГОПОЛЬНОГО РЫНКА РОЗНИЧНОЙ ФАРМАЦИИ ДНР

АННОТАЦИЯ. Анализ отраслевых рынков является важным направлением в экономической науке, позволяющим иметь представление о развивающихся тенденциях. Целью работы является анализ рынка розничной фармации ДНР с помощью S-C-P парадигмы, а также внесение предложений для субъектов хозяйствования с целью повышения их прибыли. Для получения релевантной информации о структуре рынка были использованы эмпирические данные об объемах продаж, ценах и издержках. Было установлено, что продавцы используют неправильные стратегии, которые не позволяют им максимизировать свою прибыль.

КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА. Олигопольный рынок, розничная фармация, S-C-P анализ, цены, объем, издержки, эластичность, прибыль.

Рынок розничной фармации ДНР представлен 4 основными розничными сетями, которые имеют в своем распоряжении аптеки и аптечные пункты. Они действуют в таких городах: Донецк, Макеевка, Горловка, Енакиево, Шахтерск. Их основными клиентами являются розничные покупатели и муниципальные учреждения сферы здравоохранения.

Эти розничные сети получили условные названия РС №1, РС №2, РС №3 и РС №4. Обобщенные данные относительно розничных сетей представлены в таблице 1 (единицы измерения – доллары США).

Цена анализируемого вида продукции – это средняя покупка в данных розничных сетях.

Таблица 1. Характеристики продавцов на рынке

Характеристики	РС №1	РС №2	РС №3	РС №4
Цена анализируемого вида продукции	0.75	0.77	0.69	0.75
Объем реализации в год	6 062 609	4 663 722	4 012 639	2 905 752
Примерные постоянные издержки в год	556 136	-	-	-
Примерные предельные издержки в год	0.63	0.54	0.49	0.65
Примерная фактическая прибыль фирмы без учета постоянных затрат	688 980	1 059 937	789 760	302 462
Примерная фактическая прибыль фирмы с учетом постоянных затрат	132 844	-	-	-

Анализ приведенных в таблице данных позволяет сделать вывод, что рынок розничной фармации в Донецкой области является олигопольным.

Для него характерны такие черты: малое количество продавцов, большой размер фирм, много покупателей, товар однородный или дифференцированный, значительный контроль цен, высокий барьер входа на рынок, ограничен доступ к рыночной информации, ограниченная ценовая и наличие неценовой конкуренции [1].

Для S-C-P анализа рынка необходимо иметь такие данные: цену, объем продаж и предельные издержки фирм. На основании этой информации посредством S-C-P парадигмы рассчитаем оптимальные объемы продаж для всех продавцов на олигопольном рынке розничной фармации Донецкой области, который позволит им максимизировать свою прибыль.

Итоги расчетов представим в виде таблицы (табл.2):

Таблица 2. S-C-P анализ рынка

	PC №1	PC №2	PC №3	PC №4	Сумма
p	0.75	0.77	0.69	0.75	
q	6 062 609.33	4 663 722	4 012 639	2 905 752	
MC	0,63	0,54	0,49	0,65	
TR	4 516 644	3 593 186	2 772 369	2 181 956	13 064 152
s(i)	0.346	0.275	0.212	0.17	1
HI					0.27
LI					0.22
e(фирмы)	3.57	4.48	5.81	7.38	1.23
A	1.29904E+11	1.50718E+12	2.94518E+13	2.84231E+15	
p опт	0,88	0,7	0,6	0,75	
q опт	3 383 009.67	7 206 558.04	9 391 593.87	2 984 879.93	
П опт	832 438	1 124 125	964 860	302 555	
П была	688 980	1 059 937	789 760	302 462	

Общий объем рынка составил 13 064 152 долларов США. Для анализа степени монополизации рынка рассчитаем коэффициент Херфиндаля по формуле [2]:

$$HI = \sum s_i^2 \quad (1)$$

где, s – доля рынка i-ой фирмы

Коэффициент Херфиндаля на данном рынке составляет 0,27, что означает что рынок конкурентен и не монополизирован.

Рассчитаем индекс Лернера, который позволит установить среднюю наценку на данном рынке по формуле[2]:

$$LI = \sum s_i * \frac{p_i - MC_i}{P_i} \quad (2)$$

где, s – доля рынка фирмы, p - цена i-ой фирмы, MC – предельные издержки i-ой фирмы.

Коэффициент Лернера на данном рынке составил 0,22, значит, в среднем фирмы наценивают 22% на своей продукции.

С помощью этих двух индексов рассчитаем показатель эластичности данного рынка розничной фармации.

Для этого необходимо разделить коэффициент Херфиндаля на коэффициент Лернера. Эластично (E) равна 1,23.

Далее рассчитаем эластичность для каждого конкретного предприятия по формуле [3]:

$$e_{\text{фирмы}} = \frac{E}{s_i} \quad (3)$$

где E – эластичность рынка, s – доля рынка i-той фирмы

Следующий шаг – расчет потенциальной вместительности рынка (А) по формуле:

$$A_i = p_i^e * q_i \quad (4)$$

где, р – цена i-ой фирмы, q – объем реализации i-ой фирмы

Оптимальную цену рассчитаем по формуле[3]:

$$p_{\text{опт}} = \frac{MC}{1-\frac{1}{e}} \quad (5)$$

где MC – предельные издержки i-ой, e – эластичность i-ой фирмы

Расчет оптимального объема реализации произведен по формуле [1]:

$$q_{\text{опт}} = \frac{A}{p_{\text{опт}}^e} \quad (6)$$

где, А – потенциальная вместительность рынка для i-ой фирмы, р – цена оптимальная для i-ой фирмы

Новый (оптимальный) объем производства для РС №1 составляет 3 383 100. Оптимальная цена –0,88. В результате РС №1 получит 832 439 долларов США прибыли.

Таким образом, РС №1 должен увеличить цену на 18%, что приведет к снижению продаж на 44%, но увеличит прибыль на 21%. Результаты S-C-P анализа с оптимальными ценами, объемами реализации и прибылью представим в виде таблицы 3.

Таблица 3. Оптимальные показатели фирм на рынке

	РС №1	РС№2	РС №3	РС №4
Цена	0,88	0,7	0,6	0,75
Объем реализации	3 383 009,67	7 206 558,04	9 391 593,87	2 984 879,93
Прибыль	832 438	1 124 125	964 860	302 555

Изменения этих показателей по сравнению с первоначальными представим в виде диаграммы.

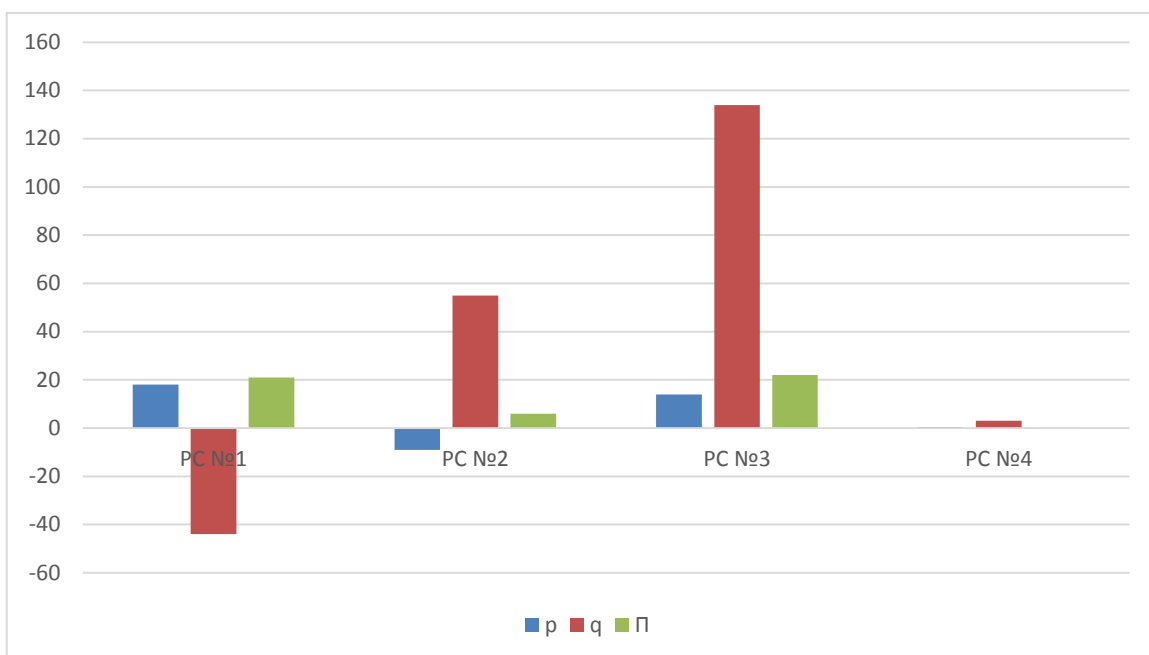


Рисунок 1. Изменения показателей, %

S-C-P анализ показал, что фирмы на олигопольном рынке розничной фармации Донецкой области выбрали неэффективные производственные стратегии, которые не позволяли им максимизировать прибыль.

Розничная сеть №2 должна снизить цену на 9%, увеличить объем продаж на 55%, что приведет к увеличению прибыли на 6%. Самой неэффективной торговой сетью на рынке стала PC №3, её оптимальная стратегия подразумевает: снижение цены на 14%, увеличения объемов продаж на 134%, что приведет к увеличению прибыли на 22%.

Исключением является PC №4, которой необходимо всего лишь на 0,4% увеличить цену и на 3% увеличить объем продаж, что приведет к увеличению прибыли на 0,03%. Общий объем рынка вырос с 13 064 154 до 15 845 309 долларов США или на 21%.

В заключении стоит отметить, что S-C-P анализ является инструментом, который может быть использован не только в целях максимизации прибыли фирмы, но и для анализа данного рынка в целом, чем может заниматься как государство, так и частные консалтинговые компании.

Список литературы и источников:

1. Кабраль Луис М.Б. Организация отраслевых рынков. Вводный курс. Пер. с англ. А.Д. Шведа. – Мн.: Новое знание. 2003. - 356 с.
2. Вериан Хэлл Р. Микроэкономика. Промежуточный уровень. Современный подход.: Учебник для ВУЗов/ пер. с англ. под ред. Н.Л. Фроловой. - М.: ЮНИТИ, 1997. – с.322
3. Пиндайк Р., Рубинфельд Д. Микроэкономика: Пер. с англ. – 2-е изд. – М.: Дело, 2001. – 808с

Практический семинар 2.

Технологические и гуманитарные стартапы: опыт создания старшими школьниками и студентами социальных и бизнес-проектов на основе изучения любимых уголков малой родины

Презентация бизнес-проектов старших школьников Курской области

*Авторы: Ванина Алена, 10 класс,
Медведева Софья, 11 класс,
Фатежская СОШ №1 Фатежского района Курской
области
Руководитель: Беседина Елена Витальевна*

ИНТЕРАКТИВНЫЙ GPS НАВИГАТОР «ПАТРИОТ»

Слайд 1.



Наш бизнес-проект- это полезное приложение для тех, кто любит путешествовать.

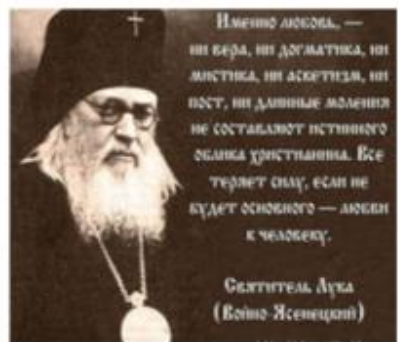
Мы готовы вам предоставить:

- **Офлайн-карту самых интересных достопримечательностей Фатежского района**
- **Аудиогид, который позволит пользователям нашего приложения самостоятельно ознакомиться с памятными местами**
- **А также с помощью приложения можно найти ближайшие стоянки, заправки и другие сервисы, которые могут пригодиться в дороге**



*Преимущества
нашего приложения:*

- **Приложение будет простое в использовании, специально для людей разных возрастов**





Преимущества нашего приложения:

- **Офлайн-карты достопримечательностей будут предоставляться бесплатно**



Преимущества нашего приложения:

- **Аудиогид будет описывать самые интересные факты о достопримечательностях нашего региона, что позволит пользователям нашего приложения сэкономить средства на экскурсоводе**



ГРАФИК ОКУПАЕМОСТИ БИЗНЕС-ПРОЕКТА:



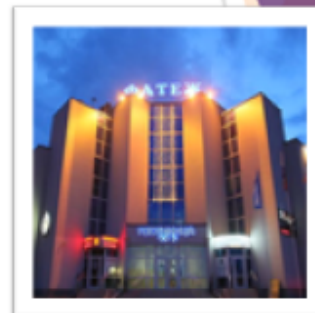
План продвижения продукта:



Экономическое обоснование:

Для выбора способа трансфертного обоснования услуги мы использовали наиболее распространенный способ – метод сопоставимых рыночных цен (сравнений)

- Первоначальные затраты - разработка приложения (полный бизнес пакет) – 50 000 руб.
- Текущие расходы (абонентская плата) – 11 000 руб.
- Чистая прибыль (валовой доход - налоги) в среднем в год – 174 тыс. руб.



Спасибо за внимание!


*Авторы: Баранцева Диана, Мухаммадиев Дмитрий,
11 класс, гимназия №1 города Железногорска
Курской области
Руководитель: Копенко Ольга Николаевна*

ПРОЕКТ «ТУРИСТИЧЕСКИЙ ЦЕНТР «ЭТНОМИР»

Слайд 1

Цель проекта:

- Сохранение культурного наследия нашей страны



Слайд 2

Задачи проекта:

- защита культурного наследия;
- развитие туристической индустрии и удовлетворение туристических запросов населения;
- воспитание экологической сознательности населения.



Направления деятельности Туристического центра «Этномир»:

- создание эко-гостиниц;
- организация туристических туров;
- организация фольклорных праздников;
- организация этноквестов;
- работа мастерской «Народные промыслы».

Эко-гостиницы

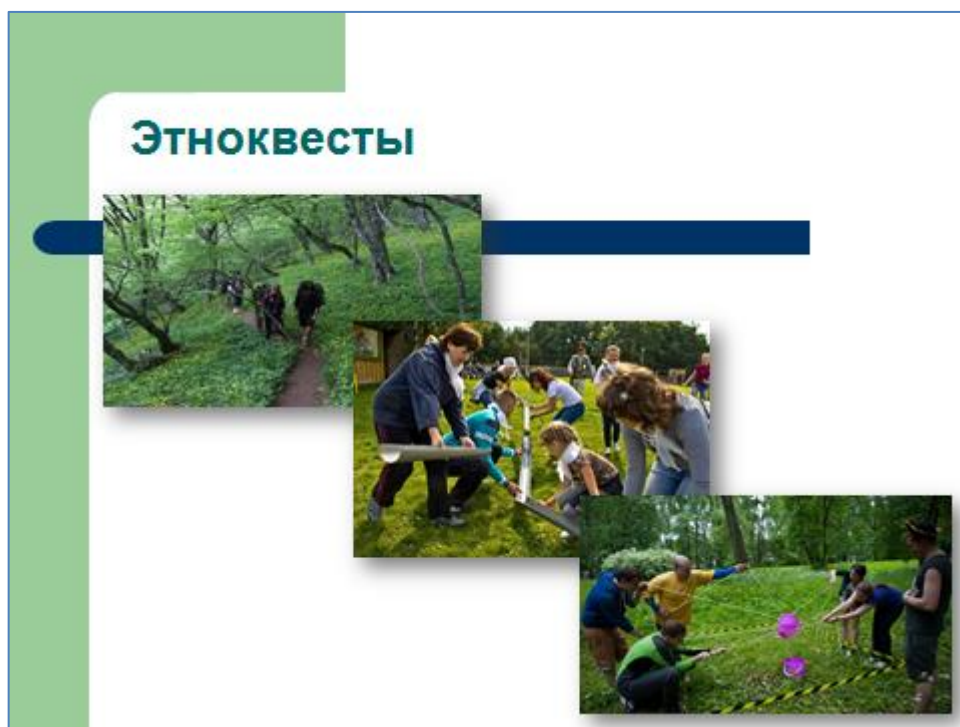


Туристические туры:

1. Пешеходная экскурсия «Голубая лагуна»
2. Велопутешествие «Родники»
3. Экскурсионный маршрут «Храмы и монастыри Железногорского района»
4. Экскурсия на конюшню и конные прогулки
5. Полеты на парплане







Этномузей



Спасибо за внимание!

*Струченков А.В., к.и.н., доцент,
ГОУ ВПО «Донецкая академия управления
и государственной службы
при Главе Донецкой Народной Республики»;*

*Лысова Т.Ю., аспирантка 1 курса
ГОУ ВПО «Донецкая академия управления
и государственной службы
при Главе Донецкой Народной Республики»,
г. Донецк, ДНР
unatamar13@gmail.com*

ПРЕДСТАВЛЕНИЯ СТУДЕНЧЕСКОЙ МОЛОДЕЖИ О ФАКТОРАХ УСПЕХА В БИЗНЕСЕ

АННОТАЦИЯ. В данной статье на основе эмпирического исследования рассматриваются особенности социокультурной легитимности предпринимательства среди студентов. Особое внимание уделено отношению молодежи к частному бизнесу, а также мотивам заниматься предпринимательской деятельностью. Кроме того, выявлены факторы, которые ограничивают предпринимательский потенциал молодежи.

КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА. Бизнес, молодежь, предпринимательство, социокультурная легитимность.

Предпринимательство является довольно сложным и многогранным явлением, важность которого трудно переоценить. Возникнув в глубокой древности, оно до сих пор оказывает существенное влияние на развитие социума. История европейской цивилизации убедительно показывает, что на протяжении последних столетий это влияние становится всё более интенсивным и всеохватывающим.

Определение предпринимательской деятельности исключительно в рамках логики экономической или юридической наук всегда будет неполным, поскольку в таком случае игнорируется социокультурная сущность данного явления.

Представители классической немецкой социологии М. Вебер и В. Зомбарт, а в последствии и основатель «новой экономической социологии» М. Грановеттер указывают на глубокую социальную детерминированность и структурную укоренённость хозяйственных институтов и практик в культуре общества. В связи с этим вполне закономерным будет утверждение, что общественные явления и практики, выполняющие позитивные функции, одобряются и поддерживаются социумом. В случае с предпринимательством

ситуацию его позитивной оценки, а в более широком смысле – наличие в обществе системы норм и ценностей, способствующих его возникновению и развитию, П. Уилкен определил как социокультурную легитимность.

Вместе с тем на примере истории европейского капитализма мы сталкиваемся с парадоксальной ситуацией: генезис и бурный рост предпринимательской активности на рубеже Нового времени осуществлялся не благодаря ее высокой социокультурной легитимности, а вопреки сопротивлению со стороны различных социальных институтов: государства, церкви, общественного мнения и т.п. Такая реакция на предпринимательство вполне объяснима, поскольку сущностной особенностью последнего, по утверждению Й. Шумпетера, является организационно-хозяйственная инновация. Инновация как таковая всегда противопоставляется традиции и не может быть одобрена и принята всем обществом одновременно.

Следовательно, предпринимательская деятельность может найти отклик и поддержку, в первую очередь, среди тех социальных групп и общностей, которые наиболее склонны к инновации. Одной из таких групп является, на наш взгляд, молодежь. Действительно, в ситуации модерна, когда всё более очевидным становится нивелирование преимущественности между поколениями и постоянное обновление социальной реальности, молодые люди в большей степени одобряют и используют различные социальные новации.

Следует отметить, что, несмотря на повышенный интерес научного сообщества на постсоветском пространстве к изучению предпринимательской деятельности, многие аспекты данного феномена, в частности уровень ее социокультурной легитимности, освещены недостаточно глубоко. С 1992 года Институт социологии НАН Украины проводит мониторинг, некоторые вопросы которого (отношение к частному предпринимательству, уровень доверия к бизнесменам, готовность у них работать) позволили В.С. Резнику определить текущий уровень легитимности базовых элементов рыночной экономики – частной собственности и связанной с ней предпринимательства – в Украине [1]. Детальный анализ динамики социокультурной легитимности предпринимательства также осуществлен в публикациях Г.А. Коржова [2] и А.А. Рахманова [3]. О месте социального статуса бизнесмена в иерархии престижности профессий и занятий позволяют судить результаты общенациональных опросов, представленные в статьях С.Н. Оксамитной [4; 5].

В России одно из первых исследований представлений граждан о предпринимательстве и бизнесменах провела группа ученых во главе с В.В. Червяковым в 1991-1992 годах [6]. Спустя десять лет коллектив сотрудников Российского независимого института социальных и национальных проблем осуществил проект по изучению предпринимательского потенциала российского общества. В частности, было выявлено отношение населения к предпринимательской деятельности, желание и готовность заниматься бизнесом, а также наличие для этого необходимых навыков и ресурсов [7]. Уровень легитимности предпринимательства по итогам рыночных реформ 1990-х годов также представлен в статьях А.Ю. Зудина [8]. Однако ни в одной из указанных выше публикаций украинских и российских ученых не

представлен сравнительный анализ социокультурной легитимности предпринимательства среди различных социально-демографических групп. Едва ли не единственное исключение составляет работа Т.О. Петрушиной [9]. Таким образом, приведенная выше аргументация относительно актуальности выбранной темы исследования, а также невысокий уровень её научной разработанности побудили нас обратиться к вопросу об особенностях социокультурной легитимности частного предпринимательства в среде студенческой молодежи. Изучение данной научной проблемы является целью предложенной статьи.

Задачи исследования состоят в том, чтобы:

- 1) выявить отношение студентов к частному бизнесу;
- 2) определить мотивы, побуждающие молодежь заниматься / не заниматься предпринимательской деятельностью;
- 3) исследовать самооценку студентов своих возможностей заниматься бизнесом;
- 4) определить особенности легитимности предпринимательства среди отдельных категорий студентов.

При разработке программы исследования были сформулированы следующие гипотезы:

Гипотеза 1. Большинство студентов ГОУ ВПО ДонГУУ позитивно относятся к предпринимательству и хотят заниматься предпринимательской деятельностью:

1.1. Среди студентов одобрительную оценку предпринимательству и готовность им заниматься выражают больше юноши, чем девушки;

1.2. Позитивное отношение к предпринимательской деятельности напрямую коррелируется с возрастом (курсом обучения) студентов;

Гипотеза 2. Большинство студентов ощущает дефицит, в первую очередь, экономических и человеческих капиталов, необходимых для занятия предпринимательской деятельностью.

В ходе сплошного опроса, проведенного с 5 по 15 апреля 2016 года, выборочную совокупность составили студенты ГОУ ВПО «Донецкий государственный университет управления» – всего 319 человек, в т.ч. 126 юношей (39,5%) и 193 девушки (60,5%). Выборочная совокупность по курсам составила: третий курс – 132 человека (41,4%), четвертый курс – 129 человек (40,4%), пятый курс – 58 человек (18,2%). Данный проект выборки позволяет определить достоверность полученных результатов с вероятностью 96%.

Для определения уровня социокультурной легитимности предпринимательства респондентам было предложено ответить на следующие вопросы: «Как Вы относитесь к частному предпринимательству?», «Согласились бы Вы работать у частного предпринимателя?», «Хотели бы Вы заниматься предпринимательской деятельностью?». Полученные результаты представлены в виде индексов. Значение индекса исчисляется как разница между долями позитивных и негативных ответов. При отрицательных значениях индекса преобладают негативные суждения, при положительных значениях – позитивные суждения. Ответы на указанные выше вопросы

свидетельствуют о высокой степени легитимности предпринимательства среди студенческой молодежи. В частности, индекс отношения к предпринимательству составил 75, готовность работать у частного работодателя – 46, желание открыть своё дело – 60.

При этом выявлены особенности уровня социокультурной легитимности предпринимательства в зависимости от пола. Так, девушки более позитивно относятся к частному бизнесу и готовы работать у предпринимателей (76%), тогда как юноши чаще выражают желание заниматься бизнес деятельностью (67%). Студенты четвертого курса продемонстрировали наиболее высокий уровень поддержки предпринимательства по всем трем указанным выше индикаторам – значение индексов составили соответственно 79, 58 и 72. В то же время значения индексов социокультурной легитимности предпринимательства у студентов третьего и пятого курсов почти одинаковые.

Для большинства студентов основным мотивом заниматься предпринимательской деятельностью является стремление к свободе и самореализации. Так, 19% респондентов при объяснении своего желания заниматься бизнесом выбрали вариант «хочу быть свободным, не зависеть от воли начальника / работодателя», 15% – «хочу заниматься интересным делом», 13% – «хочу заниматься престижной деятельностью», 10% – «хочу реализовать свои личные качества, таланты, знания», 6% – «хочу работать с интересными людьми, расширить круг знакомств». Более трети респондентов (37%) связывает с предпринимательством удовлетворение своих материальных потребностей, в частности получение высокого денежного дохода (20%), а также обеспечение себя работой и средствами к существованию (17%).

Лишь треть респондентов (33%) полагает, что для открытия собственного дела, в первую очередь, необходимо наличие денежных средств, т.е. экономического капитала. Остальные указывают на важность нематериальных ресурсов, таких как нужные знакомства и связи (социальный капитал) – 25%, особые личные качества – 16%, специальное образование, навыки и знания (человеческий капитал) – 12%, оригинальная бизнес-идея – 14%.

В деле открытия своего бизнеса юноши по сравнению с девушками меньше придают значение наличию денежных средств (31% против 34%) и нужных знакомств (23% против 25%), но чаще считают залогом успеха обладание оригинальной бизнес-идеей (17% против 13%). Студенты четвертого курса в большей степени, чем все остальные, рассматривают экономический капитал как ключевое условие занятия предпринимательством (35%) и меньше всех считают таковым наличие социального капитала (22%). Студенты пятого курса полагают, что немаловажную роль в занятии бизнесом играют личные качества потенциального предпринимателя (20%), тогда как лишь 9% уверены, что наличие у него специального образования и знаний является залогом успешной деятельности. Изучение социокультурной составляющей различных феноменов хозяйственной деятельности является одним из приоритетных направлений экономической социологии. Эмпирическое исследование легитимности частного предпринимательства в среде молодежи позволило проверить ряд гипотез.

Так, частично подтвердилась гипотеза 1. С одной стороны, молодые люди продемонстрировали высокий уровень одобрения предпринимательской деятельности, готовность работать у предпринимателя (особенно девушки), а также желание заниматься бизнесом (особенно юноши). Лишь треть респондентов стремится с помощью предпринимательской деятельности удовлетворить свои материальные потребности (получение высокого дохода, обеспечение себя средствами существования). Остальные видят в нем средство быть свободными от чужой воли, возможность заниматься интересным делом, престижной деятельностью, реализовать свои знания и таланты и т.п.

В ходе опроса респонденты указали комплекс факторов, которые не позволяют им на данный момент заниматься предпринимательской деятельностью. Среди таковых основными являются отсутствие необходимых денежных средств (26%), нужных связей и знакомств (14%), нестабильная экономическая ситуация (16%). Кроме того, к факторам, сдерживающим открытие собственного дела, относятся отсутствие специального образования и навыков (9%), несовершенство законов и притеснение бизнеса чиновниками (9%), высокая конкуренция среди предпринимателей (7%), отсутствие необходимых личных качеств и оригинальной бизнес-идеи (по 5%). Лишь 7% респондентов заявили, что им в принципе неинтересно заниматься предпринимательством.

Примечательно, что студенты пятого курса в большей мере, чем все остальные ощущают дефицит экономического (28%) и социального (17%) капиталов для организации собственного дела. Нестабильная экономическая ситуация (19%) наряду с отсутствием оригинальной бизнес-идеи (11%) также не позволяет многим из них заниматься бизнесом. Вместе с тем пятикурсники в меньшей степени обеспокоены нехваткой у себя специальных знаний (7%), личных качеств (4%), высокой конкуренцией в среде коммерсантов (5%), а также несовершенством законов и притеснением бизнеса чиновниками (3%).

Изучение социокультурной составляющей различных феноменов хозяйственной деятельности является одним из приоритетных направлений экономической социологии. Эмпирическое исследование легитимности частного предпринимательства в среде молодежи позволило проверить ряд гипотез. Так, частично подтвердилась гипотеза 1. С одной стороны, молодые люди продемонстрировали высокий уровень одобрения предпринимательской деятельности, готовность работать у предпринимателя (особенно девушки), а также желание заниматься бизнесом (особенно юноши). С другой стороны, самые высокие индексы указанных индикаторов оказались у студентов не пятого, а четвертого курса.

Лишь треть респондентов стремится с помощью предпринимательской деятельности удовлетворить свои материальные потребности (получение высокого дохода, обеспечение себя средствами существования). Остальные видят в нем средство быть свободными от чужой воли, возможность заниматься интересным делом, престижной деятельностью, реализовать свои знания и таланты и т.п.

Каждый третий полагает, что без обладания экономическим капиталом невозможно открыть своё дело. Однако каждый четвертый уверен, что важную роль в организации бизнеса играет социальный капитал, каждый шестой – личные качества, каждый седьмой – наличие оригинальной бизнес-идеи, каждый восьмой – человеческий капитал. Таким образом, обладание значительным объемом нематериальных ресурсов является не менее важным условием начала бизнес-карьеры, чем обладание собственностью и деньгами.

Результаты опроса подтвердили гипотезу 2. Действительно, многие студенты указали, что факторами, не позволяющими заниматься предпринимательской деятельностью, являются дефицит экономического и человеческого капиталов. В то же время предпринимательский порыв молодежи сдерживается нестабильной экономической ситуацией, отсутствием нужных связей, знакомств и поддержки третьих лиц (социальный капитал), несовершенством законов и притеснением бизнеса чиновниками.

Список литературы и источников:

1. Резнік В.С. Легітимація приватної власності як концепт соціологічної теорії. К.: Інститут соціології НАН України, 2010. 512 с.
2. Коржов Г.А. Социокультурная легитимность предпринимательства в украинском обществе первого десятилетия трансформаций // Социология: теория, методы маркетинг. 2005. №3. С.165-177.
3. Рахманов О. Стан та динаміка соціальної легітимації підприємництва // Віче. 2006. №2. URL: <http://www.viche.info/journal/388/> (дата обращения 20.06.2016).
4. Оксамитна С.М. Престиж професій і занять в українському суспільстві // Наукові записки НаУКМА. 2002. Т.20: Соціологічні науки. С.39-47.
5. Оксамитна С., Стукало С. Престиж професій та занять у соціальному просторі міста // Українське суспільство 1992-2012. Стан та динаміка змін. Соціологічний моніторинг / За ред. В. Ворони, М. Шульги. К.: Інститут соціології НАН України, 2012. С.429-435.
6. Червяков В.В., Чередниченко В.А., Шапиро В.Д. Россияне о предпринимательстве и предпринимателях // Социс. 1992. №10. С.44-52.
7. Чепуренко А.Ю. Предпринимательский потенциал российского общества: анализ и рекомендации по содействию вовлечению населения в малый бизнес // Экономическая социология 2003. №2. С.26-51. 2003. №3. С.12-38.
8. Зудин А.Ю. Общественная легитимация частного предпринимательства в России // Мировая экономика и международные отношения. 2000. № 10. С.90-96. 2000. №11. С.70-74.
9. Петрушина Т.О. Социально-экономическое поведение населения Украины в условиях институциональных перемен. К.: Ин-т социологии НАН Украины, 2008. 544 с.

РЕКОМЕНДАЦИИ

участников XVIII международной научно-практической конференции
**«Формирование креативного предпринимателя: воспитание лидерских
качеств и поиск новых направлений бизнеса»,
19-20 апреля 2018 года, г.Курск**

Участники конференции по итогам работы тематических площадок – сессий, круглых столов, дискуссий, практических семинаров приняли следующие рекомендации:

1. Считать одним из приоритетных направлений в деятельности учредителей конференции комплексный подход к решению задач формирования современного, креативно мыслящего предпринимателя, воспитания у молодежи и студентов лидерских качеств, необходимых для управления и развития новых направлений бизнеса.
2. Просить Правительство РФ в рамках перехода к реализации Программы «Цифровая экономика» сформировать систему грантовой поддержки негосударственного сектора образования для более активного участия в инновационных преобразованиях сферы бизнеса, усиления профориентационной работы среди школьников по перспективным направлениям современного предпринимательства, приобретения вычислительной техники и программного обеспечения.
3. Просить Министерство образования и науки России разработать методики по обеспечению грамотности населения по основным направлениям программы «Цифровая экономика», прежде всего, для детей и юношества, старшего поколения.

4. Предложить Министерству труда Российской Федерации обязать работодателей учитывать при приеме на работу степень владения потенциальными работниками компетенциями цифровой экономики.
5. Обратиться в Администрацию Курской области с предложением о развитии государственно - частного партнерства с Межрегиональной общественной организацией «Знание» (г.Курск) по созданию и размещению в реконструированной части Дома знаний музея «Символы и гордость Курского края», который будет способствовать социальному, инновационному подходу к формированию молодых предпринимателей и воспитанию патриотизма.
6. Просить главу города Курска ускорить выдачу разрешительных документов Межрегиональной общественной организации «Знание» (г.Курск), необходимых для начала работ по реконструкции здания Дома знаний.
7. Рекомендовать Курской областной Думе инициировать внесение поправок в ФЗ «О развитии малого и среднего предпринимательства в РФ» в части, касающейся численности сотрудников малых предприятий, в сторону ее увеличения со 100 до 250 человек.
8. Просить Общественную Палату Курской области завершить подготовку проекта Закона Курской области «О меценатстве».
9. Комитету потребительского рынка, развития малого предпринимательства и лицензирования Курской области усилить взаимодействие с образовательными учреждениями, профильными вузами, институтами гражданского общества по формированию образа креативного предпринимателя и лидера в разработке и принятии бизнес-решений.

10. Комитету потребительского рынка, развития малого предпринимательства и лицензирования Курской области совместно с просветительскими НКО организовать информирование старшеклассников о мерах, принимаемых на региональном и федеральном уровне, по созданию благоприятных условий для деятельности и развития субъектов малого и среднего предпринимательства, привлечению молодежи в сферу предпринимательства и поддержке субъектов инновационного предпринимательства на ранней стадии их деятельности.
11. Комитету образования и науки Курской области совместно с Курским институтом менеджмента, экономики и бизнеса, общественными организациями Курской области проводить системные профориентационные мероприятия и проекты со старшеклассниками региона в целях распространения знаний по основам предпринимательства, экономической и финансовой грамотности среди школьников.
12. Предложить органам местного самоуправления, депутатам областного и местного уровня, органам управления образованием, в целях формирования кадрового резерва для экономики региона, организовать работу по выявлению у школьников и студентов лидерских качеств, формировать систему профориентации с дальнейшей целевой подготовкой в вузе соответствующего направления.
13. Муниципальным органам власти предусмотреть возможность финансовой поддержки просветительских организаций, реализующих программы экономического, финансового, налогового просвещения населения, целевыми грантами.
14. Банкам и финансовым организациям, представленным на территории Курской области и других регионов Российской Федерации, в целях

активизации информационно-просветительской деятельности по обучению граждан финансовой грамотности, разработать:

- инструменты взаимодействия с Российским обществом «Знание», эффективные подходы к обучению различных групп слушателей, разработать информационные материалы для слушателей с различным уровнем знаний об экономике и финансах;
- банковский продукт, предусматривающий сниженные процентные ставки по кредиту для студентов государственных и негосударственных вузов, приобретающих вычислительную технику и программное обеспечение.

15. Высшим учебным заведениям, готовящим кадры для бизнеса и управления, совместно с органами управления образованием и общественными организациями:

- разработать программы развития лидерских качеств школьников и студентов, включающие проведение тренингов, деловых игр, баттл-рингов, встреч с успешными выпускниками, бизнес-тренерами, бизнесменами;
- обратиться к бизнес-сообществу с предложением разработать направления, требования, стандарты, условия по целевой подготовке профильных специалистов в высших и средних учебных заведениях соответствующего направления.

16. Поручить Курскому институту менеджмента, экономики и бизнеса разработать предложения по распространению опыта работы со старшими школьниками по формированию у них устойчивой мотивации в области предпринимательства и управления, стимулирования желания у молодежи открыть собственное дело.

17. Обратиться к партнерским вузам: Институту предпринимательской деятельности (г. Минск, Республика Беларусь), Варнскому университету менеджмента (Болгария), Донецкой академии управления и

государственной службы при Главе Донецкой Народной республики с предложениями разработки совместного проекта «Международный молодежный кластер: учимся, дружим, создаем бизнес-проекты», организации международной школы предпринимательства на базе Курского института менеджмента, экономики и бизнеса.

18. Предложить вузам-партнерам разработать механизм наиболее эффективного сотрудничества, направленный на мотивацию и привлечение студентов к созданию собственного дела, разработку бизнес-проектов, знание культуры и особенностей предпринимательства в России, Республике Беларусь, Болгарии, Донецкой Народной Республике. Реализация данного механизма будет способствовать увеличению доли малого и среднего бизнеса, повышению его удельного веса в составе ВВП, решению проблем занятости молодежи.
19. Рекомендовать учебным заведениям, образовательным организациям, участникам конференции, разработать информационный ресурс (портал), доступный обучающимся, обеспечивающий для каждого пользователя доступ по принципу «одного окна» к онлайн-курсам для всех уровней образования и онлайн-ресурсам с целью освоения образовательных программ среднего профессионального, высшего и дополнительного образования, внедрять в учебный процесс онлайн-курсы, результаты освоения которых могут быть зачтены в основных программах подготовки кадров для работы в малом бизнесе.
20. Рекомендовать образовательным организациям высшего образования, участникам конференции, развивать структурно-содержательную модель организации учебной и самостоятельной (внеаудиторной) деятельности обучающихся с применением дистанционных цифровых образовательных технологий как фактора формирования компетентно-ориентированной

модели выпускника.

21. Рекомендовать Российскому союзу промышленников и предпринимателей, бизнес-сообществу:

- участвовать в финансировании профильных классов по информатике и ИКТ общеобразовательных школ с целью подготовки учащихся к целевому обучению в вузе;
- инвестировать в развитие детского и юношеского творчества с целью повышения компьютерной грамотности молодежи, развития познавательного интереса в области информатики и ИКТ, привлечения детей и подростков в сферу компьютерных технологий, медиатворчества и программирования;
- инвестировать в отечественные предприятия по производству вычислительной техники, информационно-коммуникационных технологий и программного обеспечения;
- активно участвовать в мероприятиях, направленных на развитие социальной и предпринимательской активности старших школьников.

22. Организациям Союза женщин России, просветительской организации «Российское общество «Знание» активнее привлекать к работе по возрождению любимых уголков малой Родины социальные и бизнес-проекты старших школьников «Использование символов малой родины как инновационный подход к формированию молодых предпринимателей».

23. Общественным просветительским организациям общества «Знание» совместно с учебными заведениями высшего образования:

- распространить опыт профориентационной и просветительской работы среди старших школьников Курской области по

- формированию устойчивой мотивации к выбору профессии в области предпринимательства и управления для вузов-партнеров, региональных отделений Российского общества «Знание»;
- использовать проекты, представленные на практическом семинаре «Технологические и гуманитарные стартапы: опыт создания старшими школьниками и студентами социальных и бизнес-проектов на основе изучения любимых уголков малой родины» в просветительской работе с населением;
 - активизировать работу по формированию духовно-нравственных ценностей у школьников и учащейся молодежи, на этой основе способствовать выработке концепции социально-экономического развития муниципалитета, региона, страны;
 - способствовать развитию движения наставников (менторов) с целью передачи опыта от успешных предпринимателей их ученикам, начинающим свое дело;
 - организовать пилотное обучение трудоспособного населения по формированию ключевых компетенций цифровой экономики;
 - организовать пилотное обучение предпринимателей информационному менеджменту;
 - в рамках концепции непрерывного образования, разработать программы, формирующие ключевые компетенции цифровой экономики, организовать обучение детей и взрослых;
 - принять участие в программе Правительства Российской Федерации «Цифровая экономика» по направлению «Кадры и образование» обучения детей и взрослых по персональным цифровым сертификатам;
 - участвовать в апробации программ по обеспечению цифровой грамотности разных поколений в регионах Российской Федерации и странах ближнего зарубежья.

Материалы XVIII международной
научно-практической конференции

«Формирование креативного предпринимателя:
воспитание лидерских качеств и поиск новых направлений бизнеса»,
19-20 апреля 2018 года, г.Курск

Сборник материалов конференции

Подписано в печать 24.09.2018

Ответственная за выпуск:

Коровина Е.А.

Формат 60x84/16

Усл.печ.л. – 14,3; уч.-изд. л. – 11,1

Издательство Курского института менеджмента,
экономики и бизнеса

305000, г.Курск, Радищева, 35