

**Брянский государственный университет
имени академика И.Г. Петровского
Институт экономики, истории и права**

**Международная научно-практическая конференция
преподавателей, аспирантов
и студентов**

**УПРАВЛЕНИЕ СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКИМИ
СИСТЕМАМИ, ПРАВОВЫЕ И ИСТОРИЧЕСКИЕ
ИССЛЕДОВАНИЯ:
ТЕОРИЯ, МЕТОДОЛОГИЯ И ПРАКТИКА**

*Материалы международной научно-практической
конференции*

(Том –II)

Брянск 2018

ББК – 581 65

УДК – 33

Сборник научных работ Международной научно - практической конференции преподавателей, аспирантов и студентов «Управление социально-экономическими системами, исторические и правовые исследования: теория, методология и практика» - Брянск: РИО БГУ имени академика И.Г. Петровского, 2018 - 191с.

В сборнике опубликованы материалы Международной научно-практической конференции, организуемой ежегодно институтом экономики, истории и права БГУ имени академика И.Г. Петровского с целью изучения и распространения лучшей отечественной и зарубежной теории, методологии и практики управления социально-экономическими системами, а также современные правовые исследования.

Сборник состоит из двух томов: в первом томе публикуются статьи преподавателей, во втором томе - статьи аспирантов и студентов.

Председатель организационного комитета:

Горбов Н.М., директор Института экономики, истории и права БГУ им. акад. И.Г. Петровского,
доктор экономических наук, профессор

Заместители председателя организационного комитета:

Фомин Н.В., заместитель директора по научной работе Института экономики, истории и права БГУ им. акад. И.Г. Петровского, кандидат педагогических наук, профессор

Члены организационного комитета:

Артамошин С.В., декан факультета истории и международных отношений, доктор исторических наук, профессор.

Ковалева Н.Н., декан финансово-экономического факультета, кандидат экономических наук, доцент.

Кара С.В., декан юридического факультета.

© РИО БГУ имени академика И.Г. Петровского, 2018

© Институт экономики, истории и прав БГУ имени академика И.Г. Петровского, 2018

СОДЕРЖАНИЕ

УПРАВЛЕНИЕ СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКИМИ СИСТЕМАМИ

	стр.
1. Авилин В.В., Крундиков Н.Г. Перспективы социально-экономического развития сельских территорий республики Беларусь.....	6
2. Анищенко А.М., Горбов Н.М. Структурно – функциональная модель природоподобного управления.....	8
3. Булах А.С. Историческая трансформация изображения женщин в коммерческой рекламе.....	16
4. Буренок А.А. Новые технологии воздействия на зрителя-потребителя с помощью телевизионной рекламы.....	22
5. Витюгова И.И. Риски в предпринимательской деятельности и способы их снижения.....	28
6. Галицкая А.А. Роль предпринимательства в современном обществе.....	31
7. Гаргаева Е.Г. Роль государства в развитии предпринимательской деятельности и создание благоприятных условий для нее.....	35
8. Гецман Е.А., Дашенко К.А. Основные направления повышения экономической безопасности в странах ЕАЭС.....	38
9. И.К. Голомудько Анализ развития рынка тур услуг в Брянской области.....	44
10. Енькова А.В. Особенности нивелирования угроз экономической безопасности в современных геополитических условиях.....	50
11. Ерохина Л. М. Определение перспектив развития сельскохозяйственного производства в СПК «Восток».....	56
12. Зернина А.М. Влияние внешних факторов на степень открытости экономики РФ.....	58
13. Ивулина В. В. Развитие крестьянских (фермерских) хозяйств в республике Беларусь.....	61
14. Коженок А.А. Роль таможи в укреплении внешнеэкономической безопасности Российской Федерации.....	63
15. Королева К.Э. Основные риски взаимодействия Российской Федерации со странами Европейского союза и Евразийского Экономического союза.....	68
16. Костанян А.А. Голубые и бирюзовые стратегии маркетинга в условиях пространственно-временного динамизма рынка.....	72
17. Кружалин Н.А. Причины и последствия теневой экономики в РФ.....	76
18. Лобачёва Ю.И. Факторы безопасного взаимодействия в инновационной сфере.....	83
19. Максимова Н.С. Повышение степени экономической безопасности в странах ЕАЭС.....	88
20. Минченко В.М. Оценка уровня удовлетворенности клиентов.....	92
21. Михайловская Е.А.	

Проблемы развития малого предпринимательства в туристском бизнесе.....	95
22. Нефедов С.С.	
Выявление угроз и опасностей развития в условиях цифровой экономики.....	99
23.Привалова М.В.	
Роль государства в создании благоприятных условий для развития предпринимательской деятельности.....	104
24. Рыбницкая Е.В.	
Кадровая экономическая безопасность в системе управления компанией.....	107
25. Саманцов И.М.	
Международные экономические конфликты в условиях геополитической энтропии.....	110
26. Сапоненко Д. В.	
Организация севооборотов в СПК «Олешевичи» Горьковского района Могилевской области.....	115
27. Семашко А.А.	
Экономические проблемы развития агропромышленного комплекса в республике Беларусь.....	116
28. Сентяй А.П.	
Маркетинговые коммуникации в социальных сетях: проблемы и перспективы.....	118
29. Сергеев Е.А.	
Роль малого предпринимательства в условиях глобализации экономики.....	125
30. Сидорова Т. Н.	
Сетевой маркетинг в эпоху цифровой экономики.....	129
31. Ситкина А.Н.	
Предпринимательство в сети интернет.....	135
32. Федотова К.А.	
Влияние видеоблогов на потребительское поведение.....	138
33. Фомина Т.О.	
Типичные формы проявления теневой экономики на внешнеэкономическом уровне.....	144
34. Хозяенко В.А.	
Типы санаторно-курортных учреждений и особенности их функционирования.....	147
35. Холина А.М. Перспективы развития гостиничного бизнеса в РФ.....	151
36. Холина А.М. Особенности туристской инфраструктуры.....	155
37. Чепикова А.А.	
Факторы повышения внешнеэкономической безопасности государства и личности в РФ.....	158
38. Шевцова Ю.А.	
Актуальные инструменты таможенно-тарифного регулирования экономической безопасности Российской Федерации.....	165
39. Шештанова А.О.	
Оценка внешнеэкономической устойчивости России в условиях геополитической турбулентности.....	171
40. Шумилина Е.Г.	
Национально-экономические интересы и конфликты на международной арене.....	177

ПРАВОВЫЕ ИССЛЕДОВАНИЯ

1.Ребицкая Е.В., Березко Д.В.	
Слуги как гражданско-правовая категория.....	182
2. Новикова. М.А.	
Совершенствование прохождения государственной гражданской службы Брянской области (на примере Управления мировой юстиции Брянской области).....	184

УПРАВЛЕНИЕ СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКИМИ СИСТЕМАМИ

ПЕРСПЕКТИВЫ СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКОГО РАЗВИТИЯ СЕЛЬСКИХ ТЕРРИТОРИЙ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ

Авилин В.В., Крундикова Н.Г.

УО «Белорусская государственная сельскохозяйственная академия»

Решение проблем стабильного развития экономики и повышения благосостояния населения во многом определяется развитием сельских территорий (сельской местности). При этом учитывается, что понятия «сельское хозяйство» и «сельские территории» различны. Многолетний опыт проведения аграрных реформ позволил стабилизировать экономическое состояние аграрной сферы, изменить отношение населения к данной отрасли, добиться роста выпуска и экспорта продукции.

Ключевые слова: Территории, сельские территории, населенный пункт, развитие, экономическое развитие.

Решение проблемы стабильного развития сельских территорий, связан с модернизации этих территорий. Речь идет не просто о социально-экономическом развитии сельских территорий, а о выявлении возможностей формирования нового уровня и качества жизни, в идеале – новых точек роста. Эта проблема актуальна для многих стран, в том числе и Беларуси.

Проблема развития аграрного сектора экономики республики была и остается одной из главных в социально-экономическом развитии. Белорусское село сегодня - это около 24 тыс. населенных пунктов, 2,1 тыс. сельскохозяйственных организаций, в которых работает более 450 тыс. человек, т.е. 11% от общего количества, занятых в экономике. Сельскохозяйственное производство создает основу продовольственной безопасности государства. Помимо того, село - это хранитель национальных традиций, белорусского языка, фольклора, народного творчества.

Обобщая современные концепции перспективных вариантов развития цивилизации в 21-м веке, следует констатировать бесперспективность теории исключения государственного регулирования рыночной экономики. Практическая его необходимость обусловлена тем, что она может обеспечивать равновесие между производителем и потребителем на основе оптимизации желаний первого максимизировать свою прибыль и стремлений другого минимизировать издержки по удовлетворению своих нужд. Особенно остро эти проблемы встают в сфере сельского хозяйства.

Основная направленность аграрной политики Республики Беларусь на современном этапе - это стремление к восстановлению и развитию сельскохозяйственного производства, как основы всего АПК и аграрного сектора страны. По сравнению с другими странами бывшего СССР в Беларуси сельское хозяйство является приоритетным направлением развития экономики. Поэтому управление аграрной политикой в стране является важнейшей задачей государственных органов. Значительная часть финансовых ресурсов государства направляется на поддержку сельского хозяйства, ряд нормативно-правовых актов закрепляют нормы частичного регулирования рынка сельскохозяйственной продукции, лизинга сельскохозяйственной техники. В настоящее время агропромышленный комплекс Республики Беларусь вступает в новую стадию своего развития. Период, когда за основу оценки результатов организации и эффективности работы предприятий и отраслей принимались простые количественные показатели роста и прироста объемов производства без учета размеров используемых ресурсов и вкладываемых средств, уже завершился. В современных условиях мерой экономического роста производства и социально-

экономического развития субъектов являются показатели доходности, прибыльности и рентабельности, оптимизации и нормирования затрат, окупаемости ресурсов, ресурсоэффективности и самоокупаемости.

Решающая роль в достижении целей развития сельских территорий на определенном этапе начинает принадлежать комплексной системе управления развитием сельских территорий совместно с развитием всех звеньев агропромышленного комплекса. Это происходит потому, что для устойчивого развития сельской экономики необходимо достижение определенного уровня сложности сельской экономики, соответственно и система управления развитием села должна быть адекватна сложности взаимодействия субъектов хозяйствования между собой и внешней средой.

Исследование экономических проблем развития агропромышленного комплекса показывает, что в настоящее время Беларусь становится самодостаточной страной, где объемы собственного производства сельскохозяйственной продукции почти полностью обеспечивают многообразный спрос. В этой связи стратегия государства, направленная на обеспечение национальной продовольственной безопасности преимущественно за счет собственного производства, показала свою состоятельность и эффективность. Отмечая положительные тенденции роста производства агропромышленной продукции, необходимо иметь в виду, что гарантии продовольственной безопасности страны может обеспечить только эффективное производство, базирующееся на рациональном использовании ресурсного потенциала. Тем не менее, по различным объективным и субъективным причинам производственно-финансовые ресурсы агропромышленных предприятий далеко не всегда используются рационально, в соответствии с нормативными параметрами. Проведение аграрной реформы является делом сложным и чрезвычайно ответственным и требует продолжительного времени.

Список литературы:

1. Государственная программа возрождения и развития села на 2016-2020 годы. – Мн.: Беларусь, 2016.
2. Экономические проблемы развития агропромышленного комплекса // БГУ [Электронный ресурс]. – 2015 г. – Режим доступа: <http://lib.psunbrb.by/bitstream/112/2458/1/1.pdf> – Дата доступа: 4.03.2018
3. Агропромышленный комплекс Республики Беларусь // БарГУ [Электронный ресурс]. – 2017г. – Режим доступа: <http://bargu.by/3375-agropromyshlennyy-kompleks-respubliki-belarus.html>. – Дата доступа: 4.03.2018

Об авторах

Авилин Виталий Валерьевич, студент 2 курса 3 группы, землеустроительного факультета, специальности 1 56 01 02 – Земельный кадастр.

Крундикова Наталья Григорьевна, старший преподаватель кафедры кадастра и земельного права, УО «Белорусская государственная сельскохозяйственная академия», город Горки, Республика Беларусь

СТРУКТУРНО – ФУНКЦИОНАЛЬНАЯ МОДЕЛЬ ПРИРОДОПОДОБНОГО УПРАВЛЕНИЯ

Анищенко А.М.

Научный руководитель - Н.М. Горбов, доктор экономических наук, профессор,
директор института экономики, истории и права

ФГБОУ ВО «Брянский государственный университет имени академика И.Г. Петровского»

Вскрывается жизнедеятельностный подход к управлению социально-экономическими системами, обосновываются новые биоадекватные функции управления.

Ключевые слова: жизнь, управление, мировоззрение, единица, функции.

Современные экономические теории, какими бы привлекательными они не казались, не работают, да и не будут работать, потому, что в них не учитывается самая важная составляющая реальности: структурно-функциональное устройство жизнедеятельностного мира. До сих пор в экономической науке в отличие от многих других, проблема отыскания единицы социально-экономической системы, как объекта исследования, даже не поставлена. Это не позволяет считать экономику полноценной классической наукой. Ученые, как правило, исследуют генезис, формирование, развитие и прогнозирование этих систем, как целостностей, составляемых из частей умом охватываемой реальности. Таким умозрительным способом получаемая система уже не реальность, а от нее производное, лишенное фундаментальности. Это просто на просто система как инструмент познания реальности, такой же, как и многие другие. Вот и получается, что мы пытаемся управлять выдуманном из головы миром, который не есть уже реальность. Величайший мыслитель современности Нассим Талеб потерю контакта с реальностью считает самой страшной патологией нашего времени. В действительности, находясь в ложном выдуманном мире, наделенный властью управленец всегда доводит ситуацию до катастрофы.

Со времен «капитала» Маркса до начала 90-х годов прошлого столетия в России, ученые - экономисты, интуитивно приближались к открытию единицы жизнедеятельности, что замечается по трудам А.А. Богданова, А.К. Гастева, В.М. Иоффе, О.А. Ерманского, О.В. Козловой и др. Однако в лихие 90-е российская экономическая наука, пересев на «экономикс», «менеджмент» и «маркетинг» и в зародыше похоронила саму идею обоснования единицы социально-экономической системы и жизнедеятельности людей, путем отыскания их фундаментальных первоэлементов. Тем самым экономика, как наука, окончательно оторвалась от реальности, самоизолировалась и раздробилась на огромное количество «осколочных» дисциплин.

Без понимания единицы жизнедеятельности, ученые экономисты, уподобились алхимикам, пытавшимся добывать не существующий в природе философский камень, обладающий способностью превращать простые металлы в золото, серебро, придавать телу молодость. Сегодня роль этого камня, панацеи жизни, эликсира или магиструма играют деньги, поиск чудодейственных из которых, возобновился с новой силой.

Однако в мире постепенно созревает понимание того, что монетаризм не просто исчерпал себя, а оказался ошибкой в управлении, равно как и неолиберальные теории, потерпевшие полное фиаско. А наши либералы, до сих пор пристегивают к натальной рубашке России лохмотья от подгнившей и протершейся экономической науки запада.

Мир преуспел в искусстве мнимости реального. Подавляющее большинство чиновников, и чересчур деловых бизнесменов чувствуют себя комфортно в выдуманном под себя мире. Они манипулируют людьми с помощью денег. Случилось самое плохое, что могло случиться: жизнь становится фальсификатом в монетарном мире. Экономические методы управления срослись с

директивными или командно-административными, а социально-психологические (духовные и душевные) вообще ушли в небытие.

Что собой представляет российское управление сегодня? До всех региональных управленцев (федералов и муниципалов и даже, во что поверить трудно было, отделов ФСБ) сверху доведены, так называемые, показатели эффективности, от выполнения которых зависит пребывание людей в должности. По всем видам деятельности проводятся мониторинги, по данным которых выстраивается кадровая политика. Правительственные структуры держат «в узде» всех управленцев в регионах и муниципальных образованиях, руководителей и преподавателей учебных заведений. В обиход пошли «эффективные контракты» в расчете на интеллект за деньги. По сути дела, монетаризм в России стал на рельсы операционной централизации. В целом, в государственном секторе и крупном бизнесе сформировались сети подобные рабовладельческим. Развилось откровенное рабство, раболепствующие в котором «выдают на-гора» фальсификат, чтобы удержаться на рабочем месте. Везде ложь, воровство и коррупция, а добыча средств существования практикуется обездоленными в мусорных ящиках.

Недоверие к правительству набрало критическую массу. А что ж Дума? Да все в том же монетарном ключе. Изобретательство всевозможных штрафов и сомнительного содержания законов. Теперь у нас образование из основы совершенствования всех общественных отношений превратилось в сферу услуг. Доценты и профессора стали бизнес единицами. Рабовладельчество практически закреплено в Трудовом Кодексе РФ: в самой первой статье этого документа, трудящихся разделили на работников и работодателей. В собственности последних, практически находятся работы, иначе они бы не назывались работодателями. Весьма популярным стало «ты уволен» почти в каждом современном художественном фильме.

И так, в начале XXI века Россия вошла в состояние пареза (частичной парализации). Это нечто похожее на послеродовой парез у коров. Любой ветеринарный врач знает, что инъекциями вывести животное из этого состояния невозможно. Обычно через 12 часов, корова умирает, если накачав вымя воздухом через соски не «достучаться» кислородом до ее головного мозга. Вот так оно и в обществе: выход из пареза может произойти только в том случае, если «достучаться» сознания его мозгового центра живительным средством, через самый элементарный контакт человека со средой обитания в процессе удовлетворения потребности. Речь идет об осознании управленцем структурно-функциональной единицы жизнедеятельности. Она действительно находится на том уровне, где энергия вещества природы переходит в жизненную энергию людей. Речь идет о формировании жизнедеятельностного мировоззрения управленцев. Можно в несколько дней все изменить к лучшему. Ничего не стоит отказаться от операционной централизации, высвободив время целой армии заложников бюрократической системы для творческой управленческой деятельности. Можно зародить и развить в сознании управляющих жизнедеятельностное мировоззрение через усвоение ими фундаментальных элементов творения. Такое мировоззрение особенно необходимо тем, кто занимается стратегическим управлением, ибо стратег должен уметь соотносить свою деятельность с деятельностью исполнителя. Без понимания единицы жизнедеятельности здесь не обойтись.

Мы говорим сегодня об ограничении директивного операционного управления, жесткими рамками которого зажато созидательное жизнедеятельностное творчество людей. И сделать это можно разумно, быстро и безболезненно, на глубокой научной основе. Как-то уже на автомате здесь напрашивается слово «эффективно», засорившее речь политиков. Наиболее эффективно выглядят взрывы, разрушения, распады, ядерные реакции. Эффект – это всего лишь впечатление. Он, как и результат может быть и положительным, и отрицательным. Управление в России надо сделать иным структурно и функционально. А чтобы в очередной раз не обезьянничать, надо просто выявить структурно-функциональную единицу жизнедеятельности в самой ее природе и использовать в управлении подобно тому как используется знание единицы вещества в его преобразовании. Тогда будет понятно, чем управлять и какими методами, учитывая феномен сознания в бытии людей, в формировании образа жизни населения. Нам необходимо иметь четкое видение устройства жизнедеятельности, как особого рода процесса на ее изначальном родовом уровне подобно тому, как мы узнаем устройство атома в ядерной физике, молекулы в химии,

клетки в организме, нейрона в нейрофизиологии, галактики в астрономии, семьи в обществознании и др.

Единицу жизнедеятельности нельзя надумывать, чтобы избежать уродства. Ее образец надо найти методом наблюдения жизнедеятельностных актов на уровне первоэлементов. При этом надо наблюдать жизненные акты в родоначальном виде, зафиксировать проекцию первоэлементов на срезе в девственном энергоинформационном поле, представленном в виде матрицы атомов и нейронов как возможных фундаментальных первоэлементов реальности. Подобная матрица создана в глубокой древности. Ею пользовались многие ученые при описании и объяснении тех или иных форм различных тел и действий, как это делал в свое время известный итальянский живописец, скульптор, изобретатель и ученый Леонардо да Винчи (1452-1519):

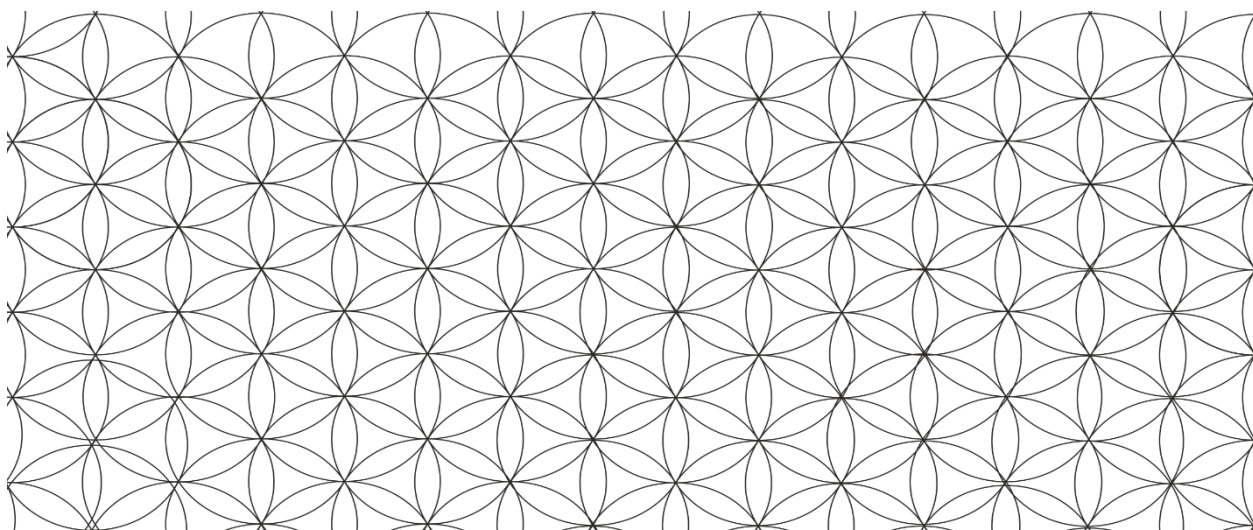


Рис. 1 - Схема среза энергоинформационного поля

На рис. 2 представлены последовательно проявляющиеся первоэлементы жизнедеятельностного акта грудного ребенка «потребление молока матери».

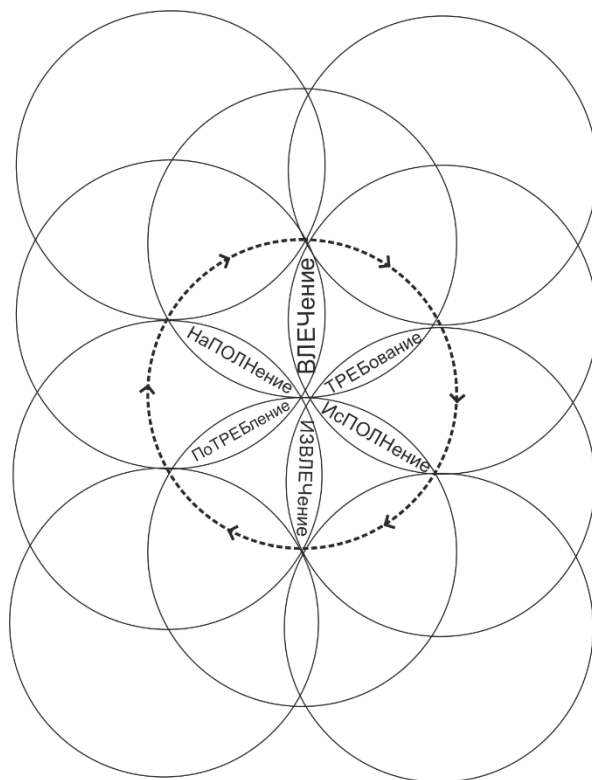


Рис. 2 - Проекция жизнедеятельностного акта грудного ребенка в энергоинформационном поле реальности

Влечение, вызываемое физиологической потребностью, порождает требование (обычно плач в первые часы после рождения) исполняемое матерью подходом и налаживанием контакта с грудью. Далее молоко извлекается, потребляется и «пустота» наполняется. Ребенок, насытившись, успокаивается.

Мы пронаблюдали простейший процесс от появления физиологической потребности до ее удовлетворения, зафиксировали его схематически. Полученный образец напоминает нечто похожее на «культиватор» или «культуратор» среды обитания человека. Это и есть физиологическая единица жизнедеятельности как начало жизнедеятельностного вихря, постепенно развиваясь приобретающего новое содержание под названием «колесо жизни» (Рис. 3).

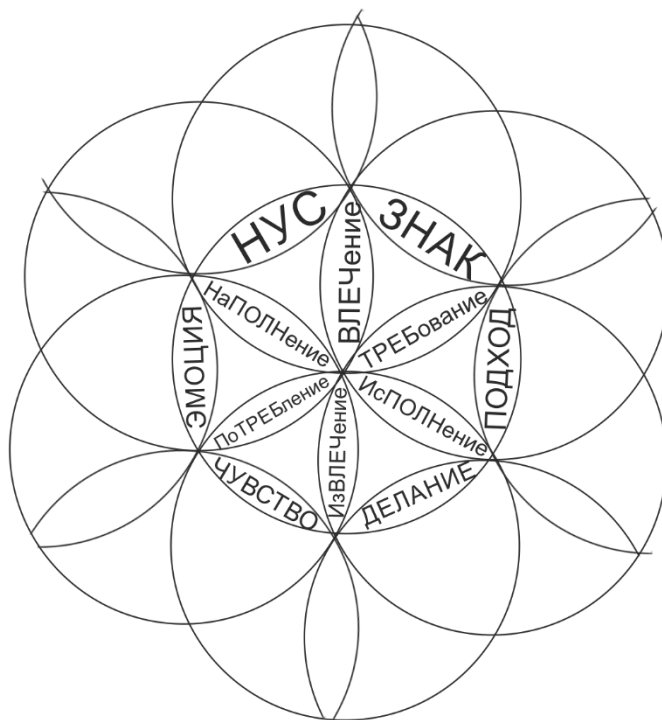


Рис. 3 - Схема «колеса жизни» как психофизиологической единицы жизнедеятельности

Ритмично повторяясь «наполнение» и «влечение» порождают Нус (мысль, ум, разум, дух и смысл). Влечение и требование рожают и развивают «знак», например, плач сменяется гортанным звуком, затем появляется «ам-ам» и, наконец, дай молока! Сочетание требования и исполнения формирует подход как способ и направление влияния. Пара «исполнение – извлечение» есть делание. Извлечение и потребление непременно ощущается (чувствуется), а «потребление – наполнение» формируют эмоцию. Так появляется психофизиологическая единица жизнедеятельности. Это есть не что иное как элементарный индивид как неделимое существо осознающее свое тождество. А зачем нам это нужно? Это же материал для младшего школьника! Ну, в крайнем случае, для студенческой аудитории! Иногда профессиональные управленцы нам говорят такое. Однако мы, обвиняемые в примитивизме, чувствуем значимость этого для управления. Достаточно понимать, что мысль, смысл, ум, разум и Дух, знания, умения, навыки и подходы, действия и чувства, как и эмоции появляются изнутри, т.е. они эндогенны. Экзогенное насильственное влияние в виде навязываемых смыслов, знаний, способов творения, чувств и эмоций приводит к удушению индивидуальности или омертвлению живого. Становится понятным вред операционной централизации, приводящей к деградации личности.

Управлять социумом можно и нужно. Но делать это надо не непосредственным насильственным воздействием, а опосредованным, не прямым, а косвенным с помощью влияния не на операции, а на сферы среды, в которых проявляется жизнедеятельность. Что это за сферы? Это те сферы, через которые человек укоренен в сферу Высшего Разума (ноосферу) человечеством сотворенную в Космосе. Обращая внимание на Нус, влечение и знак, обнаруживаем являются корнями цели. Это первая сфера. Аналогичным путем получаем сферы 2,3,4,5 и 6. Центральная (7) сфера (ядро) – это социум. 8 – организационно-информационная сфера. 9- внешняя сфера.

Образно говоря, на рисунке 4 изображен «штурвал» жизни социума, используемый в самоуправлении. Это и есть совокупность первоэлементов.

1- 7 Элементарный социально- экономический процесс. Охваченный организационно-информационным поясом он есть единица социально- экономической системы. В совокупности со средой 9 – мы имеем единицу системы управления. То, что управляемо изнутри и извне (рис. 4).

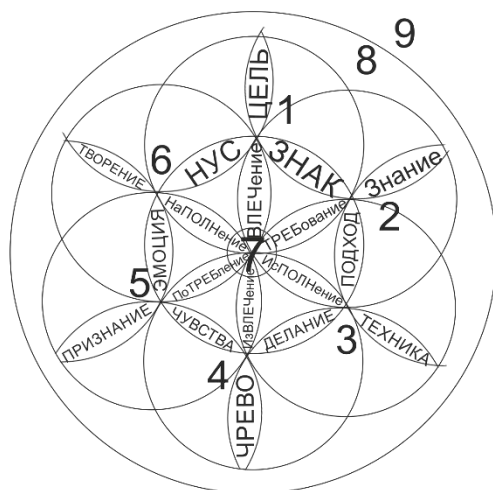


Рис. 4 - Штурвал жизни социума в энергоинформационном поле реальности (самоуправляемая единица социально-экономического процесса)

В 80-х годах прошлого столетия схема, единицы жизнедеятельности социума была получена учеными выявлением первоэлементов творения в образе жизнедеятельностного акта каменотеса (Рис. 5). Эти схемы были использованы в образовательном процессе в качестве конфигураторов научного наблюдения производственных процессов в целях их совершенствования. Данные конфигураторы оказались весьма полезными в системном анализе различных производственных и территориальных организаций.

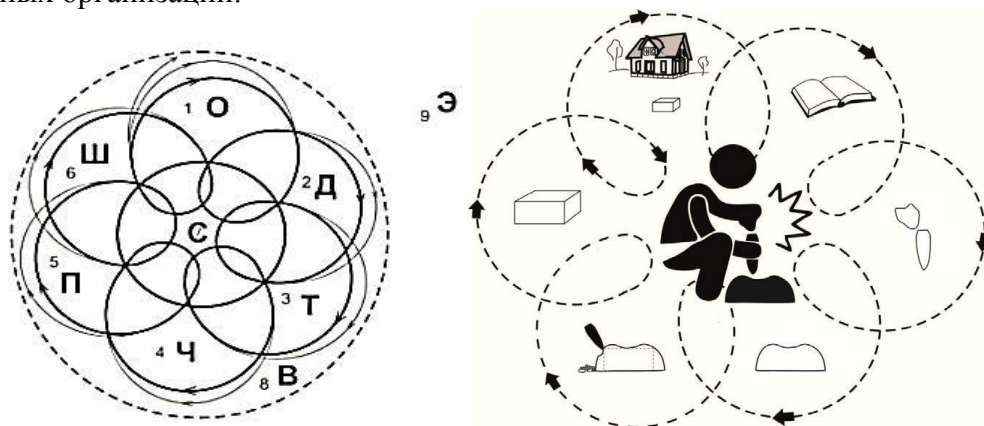


Рис. 5 - Образ и схема жизнедеятельности человека в девятисферной среде : 1 «О» - целевая сфера; 2 «Д» - знаниевая сфера; 3 «Т» - техническая сфера; 4 «Ч» - предметная сфера; 5 «П» технологическая сфера; 6 «Ш» - продуктовая сфера; 7 «С» - социальная сфера; 8 «В» - организационно- информационная сфера; 9 «Э» - окружающая среда.

Показанную на рис. 5 схему поначалу оппоненты называли трактором, к которому нечего прицепить. Оно и понятно, ведь в 80-е годы наши люди были далеки от теории систем и не понимали возможностей системного анализа. На практике, однако, ученые пользовались схемой в целях диагностики социально-экономических процессов и систем, разработки решений клинического типа. После нескольких небольших семинаров объект переводился в режим самоуправления. При этом наблюдалось преобразование объектов и потрясающие положительные результаты. Но до сих пор управленцы не могут понять, почему так случается. А оно есть. Оказывается, если управляющему удастся организовать вихревое развивающее движение объекта согласно схеме спирального кругового перехода от зарождения потребности до ее удовлетворения, то объект развивается вихреобразно в направлении мечты социума.

Очевидно, закономерно выделившееся в самостоятельный вид деятельности управление по архитектонике должно быть подобно структурно-функциональной единицы жизнедеятельности.

Только в случае такого подобия возможным становится управление жизнедеятельностным вихрем. Управление по структуре и функциям соответствующее устройству природой обусловленной единицы жизнедеятельности мы называем природоподобным. На рисунке 5 показаны вытекающий из структуры единицы жизнедеятельности состав функций управления и возможные виды решений.

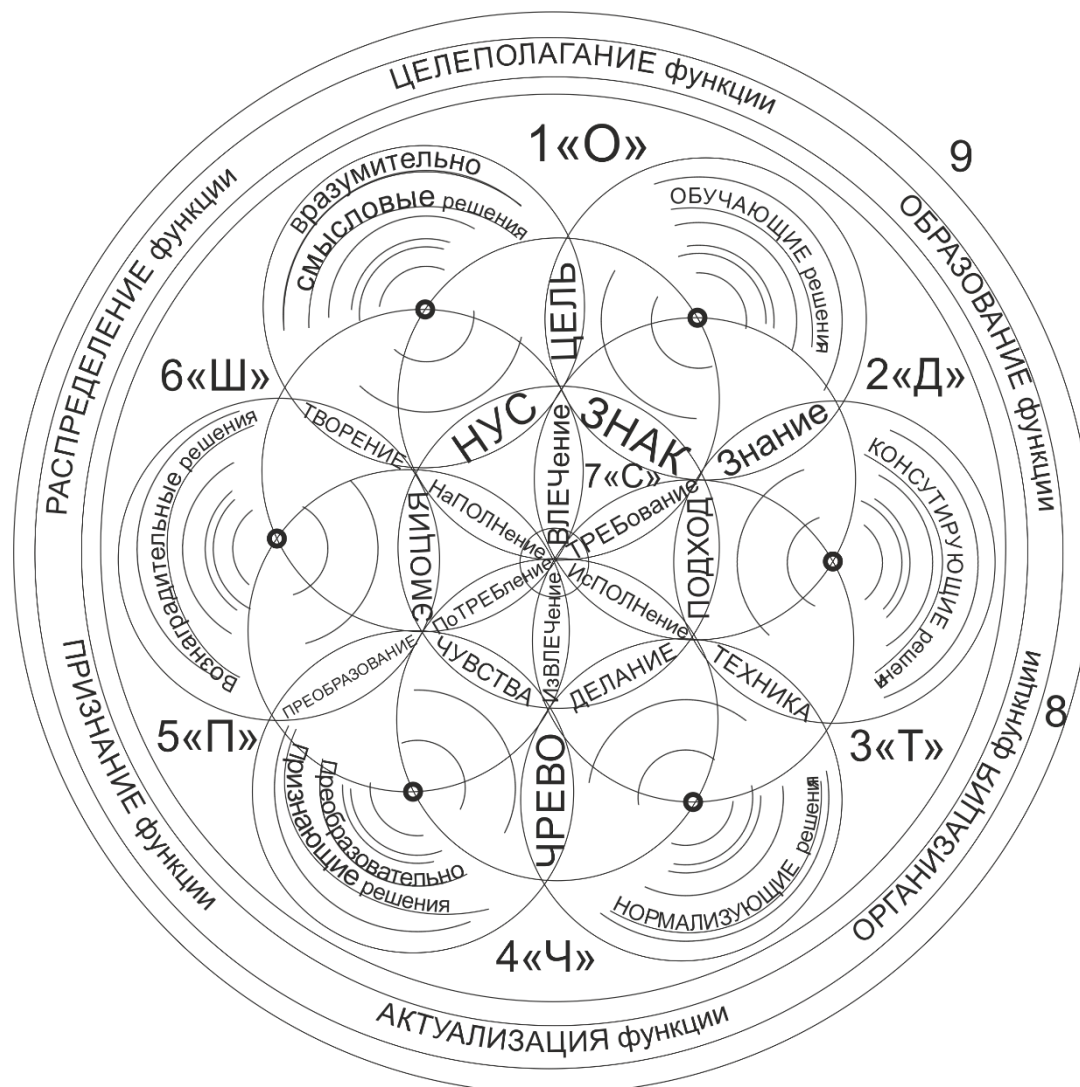


Рис. 6 - Управленческие функции и квантовые воздействия:

Усл. Обозн.: $\sim$ - фазочастотные колебания, Θ - Осциллятор (мыслеобраз как источник фазочастотных колебаний)

Стратегией научно-технологического развития Российской Федерации, утвержденной Указом Президента РФ В.В. Путина 1 декабря 2016 года (№ 642) перспективным направлением, имеющим особую актуальность, обозначены исследования в области развития природоподобных технологий. На втором этапе реализации настоящей Стратегии (2020-2025 годы) и в дальнейшей перспективе предусмотрено формирование принципиально новых научно-технологических решений в интересах национальной экономики, основанных «в том числе на природоподобных технологиях».

На наш взгляд, принципиально новые технологические решения необходимы, прежде всего, в управлении, ибо без этого они могут не состояться в других видах деятельности людей. Известно, что отставание в развитии экономической науки, составной частью которой является наука управленческая, тормозит социально-экономическое развитие в целом. Стоит признать, что

за последние десятилетия в мире не обозначились новые структуры социального управления. А это прямое свидетельство кризиса экономической науки. В ней действительно нет развития, которое в обязательном порядке сопровождается появлением новых структур, но не «выдуманных из головы» «уродливых», а подсмотренных в самой природе, выявленных наблюдением.

В чем состоит коренное отличие показанных нами функций управления от приводимых в учебной литературе, в свое время разработанных Анри Файолем, признаваемых классическими. Общепринятый ряд функций выглядит так: Планирование- Организация- Мотивация – Контроль. Здесь явно просматривается две особенности: эксплуатационность и операционная централизация, ибо исполнителя западническое управление мотивирует и контролирует после того как производственный процесс уже запланирован и организован. Т.е. исполнитель зажимается жесткими рамками инструкции. В производстве таких инструкций Запад преуспел. Расписывается все вплоть до «не сушить kota в микроволновке» или «не прикасаться гениталиями к режущей цепи бензопилы» Вот и наши бюрократы, подражая западным, усердно занимаются бумаготворчеством, вставляя в подзаконные акты жучки: дискрипторы, показатели эффективности ограничения. Это крючки-ловушки, легко поддающиеся контролю. Такое управление россиянам чуждо и чрезвычайно оскорбительно: за кого нас принимают?

Предлагаемые нами функции управления подобны природе жизнедеятельности. Причем это подобие должно просматриваться в связи с фрактальностью устройства на всех иерархических уровнях: от конкретного рабочего места до планетарного уровня. На государственном уровне уподобление единице жизнедеятельности выглядит так: «Население России (7) целесообразно (1) воздействуя (2) системой технических средств (3) на сырьевые материалы (4) превращает их (5) в продукты удовлетворения своих потребностей (6) в информационно- организационном поле (8) энергоинформационного пространства (9). Это в сущности абстрактный жизнедеятельностный процесс в 9-ти сферной среде., характерной для любого территориального уровня, и он управляем на любом уровне, через сферные однородные элементы. Структурно- функциональное подобие всех иерархических уровней является условием устойчивости глобальной социально-экономической системы. Вторым условием является придание жизнедеятельностному процессу вихревого движения. На наш взгляд степень структурно-функционального подобия субъекта системы управления устройству единицы жизнедеятельности в будущем будет определять уровень социально-экономического развития того или иного государства. Становится понятным, что самый большой шанс стать первой державой имеется у России. Почему?

во-первых, в России нарастают силы, отторгающие чужеродные западные модели управления развитием;

во-вторых, для России свойственным является природосообразное поведение большинства людей;

в-третьих, Россия является родоначальником теории и практики «умного делания»;

в-четвертых, россиянам (в особенности славянам) свойственно цельно-динамическое мышление в отличие от преимущественно развитых логического у людей Запада и образного у людей Востока;

в-пятых, в России самой развитой является способность к открытиям. Действительно, подавляющее большинство первооткрытий сделано россиянами. В том числе и в управлении, о чем свидетельствует история зарождения управленческой науки от операционного метода в МРУ перенятого Тейлором в 1867 г., до Богдановской тектологии и Гастевских трудовых установок типа «Поэзии рабочего удара», потенциал которого не под силу раскрыть западной науке.

в-шестых, Россия являлась и является сегодня интеллектуальным донором мировой науки и культуры, что подтверждается чрезвычайной востребованностью наших специалистов, ученых и культурных ценностей за рубежом.

в-седьмых, в России особо значимой является диаметрально противоположная связь «Чрево цели – социум - цель», оформившаяся в своеобразный био-социо-дух. Все, что нужно России – это раскрутить жизнедеятельностный вихрь. А это могут сделать управляющие, включенные в реальность вихревого движения, а оно движение- развитие всегда вихревое, поскольку мы живем в мире спиралей от закручивающегося Млечного пути до молекулы ДНК.

Мы пришли к осознанию того, что по срезу управление должно соответствовать показанной нами структурно-функциональной модели. Это практически новый тип структуры управления, который мы назвали цветочнолепестковым. Здесь как в цветке в центре они: он и она – отец и мать. Со средой они взаимодействуют через венчик, как привлекающее информационное устройство. В этом тоже состоит природоподобие предлагаемой нами структуры управления. Применяемые сегодня структуры управления можно назвать природоподобными только по вертикальному срезу, представленному «деревом» целей от корневого волоска до листа. Но в них нет подобия устройству жизнедеятельности по горизонтальному срезу, а это делает дерево целей хрупким и неустойчивым. Поддержание жизни достигается сегодня созданием искусственных подпорок и путей типа различных коротких программ и проектов, дорожных карт. Наши стратегии не имеют естественной проходимости в узлах, что вынуждает правительство проталкивать решения с помощью доведения и мониторинга показателей (операционной централизации), что лишает конкретную социально-экономическую реальность влечения, втягивающего и всасывающего рефлексов. Дерево целей теряет способность сокодвижения от корня к почкам. Оно парализовано. А произошло это потому, что в узлах (точка бифуркации) нет соответствующих единице жизнедеятельности вихрей. Вот и приходится «до нуса добираться через анус». Выход из создавшегося положения есть. Надо правительству самому осваивать жизнедеятельностное мировоззрение и его не проталкивать, а через информационную систему формировать в узлах отличающееся природоподобием на каждом уровне. На то это сфера и называется организационно-информационной. Только в этом случае стратегия будет обладать свойством естественной проводимости. Просто на просто между правительством и рядовыми россиянами появится взаимопонимание. Сегодня такого взаимопонимания нет. Все кругом говорят: - Что творят?! – Что творят? Так растет социальное напряжение.

Стратегия- это всегда абстрактный проект жизнедеятельности. Он не должен противоречить устройству реального жизнедеятельностного акта. Это большой вихрь и складывается он из вращения элементарных «культураторов » и достигает космического уровня, где оформляется Высшим Разумом, само организуется и определенным образом влияет через поведение людей на их жизнедеятельность. Вот так правительство через сознание должно влиять на жизнедеятельность в своем государстве, а не через многочисленных финансируемых многочисленных проекты. В связи с этим в структурах правительства РФ и регионов, муниципальных образований и организаций бизнеса желательно освоить вихревое сферное наполнение. Например, можно иметь сферное министерство социальной политики по центру. На 12 часов-сферное стратегическое министерство, на 2 часов- министерство образование, культуры и спорта, на 4-часа министерство технической политики, на 6 часов – министерство ресурсной политики, на 8 часов – министерство технологической политики, на 10 часов – министерство экономики и торговли. По кругу министерство информационной политики и, наконец, соответствующее 9-й сфере – министерство внешней политики и экономики при такой социолепестковой структуре правительство организует и иницирует абстрактный жизнедеятельностный вихрь, подобный реальному. Вот тогда правительство будет разрабатывать стратегические решения, понятные исполнителям на подсознательном уровне.

Централизованное оперативное влияние на жизнедеятельностные акты может быть устранено. Вместо них – цифровое влияние образами, символами, логикой, и лингвистикой через СМИ, культуру, искусство, кино, театр, спорт и др. Вот, где простор для управленческого научного творчества!

Все это может быть сделано постепенно и бескровно, но может быть в высшей степени продуктивно, ибо каждому правителю будет определена одна из 9-ти сфер жизнедеятельностного пространства и каждому понятна будет его роль в эволюционном вихревом переходящем потоке. Сегодня у нас применяется другой принцип образования структуры правительства: в основном по видам деятельности. Образно говоря: «Они расселись по ветвям» или «повисли на суках».

Занимать должность и играть конкретную роль, находясь в должности –это разные вещи. Они столь же различны как бюрократия и созидание. Бюрократ пользуется силой власти, а созидатель – небесной силой, Он Высшим Разумом организованной ноосферы на землю послан

для того, чтобы раскручивать эволюционный вихрь в постоянно рассматривающейся Вселенной. Быть может мы своим сознанием, и расширяем ее.

Список литературы:

1. Указ Президента Российской Федерации «О стратегии научно-технологического развития Российской Федерации». Москва, Кремль, 1 декабря 2016 года, №642.
2. Природоподобное управление: жизнедеятельностный подход, биоадекватные технологии // Коллективная монография под редакцией Н.М. Горбова.-Брянск: ООО «Новый проект», 2017.-157с.
3. Природоподобное управление // Учебное пособие под ред. Н.М. Горбова.-Брянск.- 2017.- 432с.

Об авторах

Анищенко А.М., магистрант программы «Экономика и региональное управление»
Брянского государственного университета имени академика И.Г. Петровского

Горбов Н.М., научный руководитель, доктор экономических наук, профессор, директор
института экономики, истории и права Брянского государственного университета имени
академика И.Г. Петровского

ИСТОРИЧЕСКАЯ ТРАНСФОРМАЦИЯ ИЗОБРАЖЕНИЯ ЖЕНЩИН В КОММЕРЧЕСКОЙ РЕКЛАМЕ

Булах А.С

Научный руководитель - Шуклина З.Н., д.э.н., профессор кафедры таможенного дела и маркетинга

ФГБОУ ВО «Брянский государственный университет имени академика И.Г. Петровского»

В статье представлены различные мнения учёных о роли рекламы, выявлены тренды в развитии коммерческой рекламы и проанализированы гендерные стереотипы. Определены направления дифференцирования образа женщины с учетом исторической трансформации. Уточнено влияние женских рекламных образов на поведение потребителей, подчеркнуто неоднозначное, не всегда оптимальное и корректное изображение женщины в рекламе.

Ключевые слова: реклама, коммерческая реклама, гендерная реклама, потребитель, образ современной женщины, трансформация.

В современном обществе роль рекламы не ограничивается ни рамками коммерческих коммуникаций, ни рыночной деятельностью, ни информированностью населения. Значение рекламы возрастает практически во всех областях экономики и общественной жизни. В Федеральном законе «О рекламе» реклама характеризуется как распространяемая в любой форме, с помощью любых средств информация о физическом или юридическом лице, товарах, идеях и начинаниях (рекламная информация), предназначенная для неопределенного круга лиц и призванная формировать или поддерживать интерес к этим физическому, юридическому лицу, товарам, идеям и начинаниям, способствовать реализации товаров, идей и начинаний. Классик рекламного дела Лео Бернетт отмечал, что реклама – это способность чувствовать и передавать само сердцебиение бизнеса в словах, бумаге и чернилах.

Коммерческая реклама является рекламой товаров, услуг и других товарных и нетоварных предложений с конечной целью извлечения прибыли. Как считает Тонкаева М.А., реклама – это своего рода яркий жанр, который отражает все изменения, которые происходят в социальной, культурной, эмоциональной, эстетической и иных сферах общества. Реклама формирует эмоциональную, поведенческую, мотивационную сферы личности, тем самым оказывая значительное влияние на её развитие. Реклама даёт некий толчок личности, чтобы она развивалась в том направлении, которое требует, навязывает и предписывает реклама обществу [6]. Ромат Е.В. отмечает, что реклама может рассматриваться как специфическая область социальных массовых коммуникаций между рекламодателями и аудиториями рекламных обращений с целью активного коммуникационного воздействия на эти аудитории, которое должно способствовать решению определенных маркетинговых задач рекламодателя [5]. По мнению Хопкинса К. реклама — это работа продавца в многократном увеличении, умение продавать, ее методы воздействия совпадают с методами продавца. Успех или неудача в обоих случаях вызваны одними и теми же причинами. Поэтому любой вопрос рекламы должен рассматриваться через призму способов продаж [5]. Бернбах Б. предостерегает, если реклама – это наука, реклама – это убеждение, а убеждение – не наука, это искусство. Реклама нацелена на формирование у потребителя определённого уровня знаний о товаре или услуге, образа фирмы, образа надежного партнера, потребности в товаре, побуждение к покупке, превратить посетителя в клиента [6]. Эти цели достигаются имиджевой, стимулирующей и стабилизирующей рекламой.

Революция в сфере рекламы с 90-х годов открыла миру инновационную рекламу, которая по своей эффективности намного превосходит все традиционные способы. Инновационная реклама более оплачиваемая, чем обычная, так как перспективна, потому что имеет большую социальную ценность, поскольку творчески ориентированных потребителей привлекает всегда что-то новое, интересное, яркое. Следовательно, инновационная реклама в большей степени, чем традиционная удовлетворяет потребности групп платежеспособных покупателей, тем самым создавая значительный объём спроса на рынке услуг [8].

С развитием общества происходит и развитие, изменение рекламы, появляются её новые виды и формы. Гендерная реклама сегодня представляет динамично развивающееся явление, которое находит своё проявление в образах женщин. Гендерная реклама по определению Меренкова А. В., это «устойчивые программы восприятия, целеполагания, а также поведения человека, в зависимости от принятых в данной культуре норм и правил жизнедеятельности представителей определенного пола» [7]. По мнению Клециной И.С. «под гендерными стереотипами» понимаются стандартизованные представления о моделях поведения и чертах характера, соответствующие понятиям «мужское» и «женское». Гендерные стереотипы являются совокупностью определённых характеристик и качеств, благодаря которым можно выявить различия между лицами мужского и женского пола [2]. Изменение роли женщины отражается в рекламе. Сейчас для женщин открыто больше возможностей, чтобы самореализовать себя, свой потенциал. Как отмечал Х. Кафтанджиев – «Все, что может использоваться как носитель значения, активно применяется в рекламе» [3].

В исследованиях ученых и практиков рекламы отмечается, что женский образ воздействует одинаково сильно и на мужчин, и на женщин. Есть мнения, что поскольку женская целевая аудитория более внушаема, то на женский образ в рекламе она реагирует даже чуть активнее мужчин. Своеобразные конкурентные отношения между представительницами прекрасного пола всегда подталкивают их к тому, чтобы перещеголять конкурентку. При восприятии рекламный образ либо соотносят с самой собой, либо — с конкуренткой. Традиционно считается, что рекламный женский образ привлекает женщину больше, чем образ мужской, а мужчин привлекает сексуальная сторона рекламы [5].

По мнению Грошева И.В. в рекламных целях женской индивидуальности порой придается ребячливый, несерьезный облик (имеется в виду использование женского тела в качестве устройства для игровой жестикуляции, своего рода телесной клоунады). Наиболее распространенным приемом такого рода является соответствующее расположение человеческой фигуры в пространстве сюжетно-интерьерного эпизода. В социальных ситуациях постели и полы

представляют собой те места, где возлежащие персоны будут ниже ростом в сравнении с теми, кто сидит или стоит. Полы также ассоциируются с менее убранными, менее "почетными" частями комнаты, например местами, отведенными для домашних животных, корзин с грязным бельем, уличной обуви и тому подобных предметов" [2].

Грошев И.В. выявляет изменения и описывает образ независимой женщины, появившийся в последнее время в рекламе, особенно в зарубежной. «Образ женщины трансформируется и преподносится в совершенно непривычном для отечественного зрителя ракурсе. Именно женщина становится активной, занимает маскулинизированные позиции, уходит от привычной роли жены, матери, пытается реализоваться как личность» [3, 2]. Женщине в рекламном тексте отводится роль знака ценности того или иного товара, повышающего его значимость и свойства. В практике рекламного креатива для этого применяется метод показа предмета на подиуме как модели для подражания [1].

Исследования показали, что на российском телевидении лишь 35% рекламы адресовано непосредственно женщинам, тогда как ролики с участием женщин занимают около 60% рекламного потока. Причем, объем рекламы, адресованной женщинам, может сокращаться, но использование сексуальности женского образа осталось на прежнем уровне. При этом, как указывает Ассоциация журналисток, 10% рекламных роликов несет не информативно-смысловую, а именно эротическую нагрузку. На уровне медиа-изображений взрослых женщин часто превалирует преувеличенная сексуальность. Модель находится в пассивной позе - стоит, сидит или лежит, иногда поза является атипичной и сексуально провокационной. Такая направленность рекламы используется для повышения конкурентоспособности, для борьбы за внимание читателя, зрителя и одновременно для подчеркивания идеи, что женщина должна быть сексуальной, чтобы привлекать внимание людей - как мужчин, так и женщин. На основании трудов Грошева И. В. и Дударевой А. В. в общем виде женские образы представлены как женщина-мать, сексуальный объект, фотомодель, беззаботная «простушка», самостоятельная леди [2, 4].

Существующие женские рекламные образы далеки от идеала и вызывают неоднозначное впечатление у потребителей. Не так давно женщина выступала в роли матери, домохозяйки, заботливой жены, но поскольку женщина – это объект восхищения и любви, то в настоящее время, если проанализировать интернет-ресурсы, телевизионные рекламы, печатные издания, можно обнаружить, что современная женщина стремится показать свою молодость, красоту, внешние данные, привлекательность, ухоженность. Реклама такого рода выдвигает на первый план стремление быть молодой и красивой. Красота и молодость в рекламной концепции рассматриваются, как достижимый идеал [3]. В исследованиях Мирошниченко Г. А. отмечается, что реклама навязывает зрителю социальные роли, стандарты красоты и поведения. В настоящее время спутниками женской красоты являются диеты, спортзалы, кремы, так утверждает реклама. Поскольку меняются стандарты восприятия красоты, усиление моды на худобу ведет к тому, что девушки изнуряют себя различными диетами, голодовками, чтобы подражать моделям, которые представлены в рекламе. Для сравнения, если в 1950 году минеральная вода "White Rock" для рекламной кампании использовала фотографии девушки, которая весила 63 кг и ростом была 165 см, то сейчас средний рост модели составляет 175 см и "нормальный" вес – 50 кг [4,9].

Условно все гендерные стереотипы можно разделить на три группы, которые представлены в таблице 1.

Таблица 1 – Гендерные стереотипы.

Название стереотипа	Содержание стереотипа	Мнение учёного
1. Стереотипы маскулинности / феминности (стереотипами)	Стереотипы, характеризующие мужчин и женщин с помощью определенных личностных качеств и социально-психологических свойств, и в	Н.А.Нечаева отмечает, что традиционный идеал женщины включает

мужественности / женственности.)	которых отражены представления о мужественности и женственности. Например, женщинам обычно приписываются такие качества, как пассивность, зависимость, эмоциональность, конформность и др., а мужчинам -активность, независимость, компетентность, агрессивность и т.д. Как мы видим, качества маскулинности и феминности имеют полярные полюса: активность - пассивность, сила -слабость.	такие свойства, как верность, преданность, скромность, мягкость, нежность, терпимость.
2.Закрепленные определенных социальных ролей в семейной, профессиональной и других сферах.	Женщинам в качестве основных отводятся семейные роли (матери, хозяйки, жены), а мужчинам -профессиональные.	И.С.Клецина указывает, что мужчин принято оценивать по профессиональным успехам, а женщин - по наличию семьи и детей.
3.Различия между мужчинами и женщинами в занятиях определенными видами труда.	Мужчинам приписываются занятия и профессии инструментальной сферы деятельности, имеющей, как правило, творческий или созидающий характер, а женщинам - экспрессивной сферы, отличающейся исполнительским или обслуживающим характером. Распространено мнение о существовании так называемых «мужских» и «женских» профессий.	

В результате повышения уровня образования, развития культуры и общества, по мнению генерального директора агентства FCBi, Media ArtsGroup Коровкина В., произошла существенная диверсификация роли женщины [4]. Новый рекламный образ домашней хозяйки стал более продвинутым, так как сейчас на кухне женщина использует современные моющие и чистящие средства, новую технику. Хозяйка на кухне сможет просто, легко и быстро справиться с трудностями потому, что есть удобные технические средства, которые современная женщина должна покупать. Реклама даёт информацию, подсказывает женщине, какой продукт она должна приобрести на рынке. Так новый рекламный образ домашней хозяйки формирует спрос, активизируя маркетинговые перспективы [3].

В динамике развития для рекламы характерна вариативность женских образов. Женщина становится активной и социально успешной, часто совмещая это с функциями матери и хранительницы домашнего очага. При этом неизменным качеством современной женщины остается внешняя привлекательность, ухоженность и сексуальность. Такая многоплановость женского образа в рекламе отражает необходимость максимальной мобильности и гибкости социальных ролей и функций современной женщин [6]. Также стоит отметить, что образ женщины стал более агрессивным и сексуальным, более откровенным, чем был допустим в 1960-е годы. Сейчас модели готовы обнажить свои тела ради хорошего гонорара. Есть данные о том что реклама нижнего белья намного больше оплачиваема, чем таблетки от головной боли [1]. Однако есть реклама, где женщина демонстрируется зрителю в роли жертвы собственной сексуальной одержимости, агрессии и фетишизма. Внутренне не свободная, она живет в рамках программы, заложенной рекламопроизводителем, зависит от стереотипа, постоянно рождающего один и тот же

сюжет и воспроизводящего один и тот же сценарий, где ей уготована единственная роль – роль «катализатора» потребностей покупателей и стимула продажи товаров и услуг [7].

Таблица 2-Представленность образов женщины в рекламе, %

Типы образов	США	РОССИЯ
Карьеристка	28	10
Идеал/совершенство	24	15
Мать/.домохозяйка	14	25
Предстительница слабого пола	10	22
Плохой водитель	10	18
Непунктуальная	7	5
Сплетница	7	5

Эволюция женского образа в рекламе отражает эволюцию образа и роли женщин в мире в целом, но сами эти образы формируют представление женщин о самих себе. В некоторых публикациях указывается, что сформированные образы чрезвычайно сильно повлияли на формирование общества потребления, привязав наше бессознательное к миру вещей. И теперь каждый предмет мира потребления несет в себе мощный психо-энергетический заряд от древних архетипов [9].

Diastyle Life отмечает, что человеческое подсознание не запоминает содержимое рекламы ни с первого и даже ни со второго раза, а приблизительно, где-то с восемнадцатого. Человеческий разум накапливает и постепенно оценивает содержание рекламы, её значимые элементы и черты, только потом в ходе её понимания и осознания полученная информация анализируется и принимается решение о приобретении товар, который был представлен в рекламе [10]. Реклама нередко выдает желаемое за действительное, но и активно внедряет и закрепляет в общественном сознании определенные роли, навязанные устаревшими, атавистическими представлениями о ролях мужчины и женщины. Современные люди уже не могут руководствоваться такими представлениями, в большинстве своем культурные и образованные граждане понимают, что некоторые образы явно являются дискриминирующими по отношению к женщинам [11].

Появившиеся новые, товары, различные услуги, инновации заявляют о себе, вызывают большой интерес у потребителей. Даже тогда, когда новое не всегда вызывает доверие, - современный покупатель готов рисковать. Новое всегда уникально, интересно и в большей степени удовлетворяет потребности клиентов. В инновационном процессе, по-новому развивается и формируется реклама. Современные технологии, приемы и средства рекламы становятся более персонализированными, адресными, клиентоориентированными. Влияние цифровых технологий, Интернета на продажи увеличивается, позволяя использовать скрытые виды рекламы. Появляются нативная, таргетированная, контекстная, тизерная реклама, интерактивные витрины и полы. Невидимые новейшие технологии в рекламе этого вида позволяют улавливать движения прохожих и соответствующим образом менять видеоролик. Новые технологии INDOOR TV, трансляция видеорекламы, интерактивное взаимодействие justtouch, технологии ground fx, воздушный проекционный сферический экран- все направлено на активизацию поведения клиента и привлечение внимания к рекламируемому образу [9]. Реклама в социальных сетях воспринимается как важный инструмент performance-маркетинга, который позволяет работать с аудиторией на любом этапе воронки продаж и получать измеримый результат. Некоторые клиенты готовы тратить на таргетированную рекламу бюджеты, близкие к бюджетам на контекстную рекламу. Инновационные технологии сопровождаются использованием новых творческих подходов, образов, жанров и мотивов [10]. Изменение технологий, продуктов, рыночной сферы и рекламного пространства меняет не только образ женщины, но и цели ее представления в рекламе. Однако в этой связи возрастает значение достоверной, добросовестной рекламы, которая

не нарушает права клиентов, не наносит ущерб партнерам, не разрушает эмоциональное поле восприятия, не вредит покупателю и потребителю [10].

Журналистка Биттен Н. сделала доклад об основных направлениях исследований женской темы в масс-медиа, подерживнув основные проблемы, на которые обращают внимание феминистки и международное сообщество - стереотипизация женщин в СМИ по признаку пола и отсутствие сбалансированного образа женщин, отражающего их реальные проблемы и потребности, их активную и разнообразную жизнь, их вклад в развитие общества [3].

В России женщинам посвящено, по разным оценкам, 1-2 процента от всех площадей центральных газет, в развитых странах на уровне 17 процентов. Большинство медиа-компаний не имеют отдельной политики, посвящённой женскому вопросу, поэтому женщины в большинстве СМИ представлены в основном как жертвы или сексуальные объекты. Около 64% опрошенных журналистов из 44 странах отметили, что женщины неадекватно представлены в СМИ. Часто даже женщины-лидеры игнорируются СМИ почти всех стран. Всего 15 % первополосных материалов газет всего мира так или иначе сообщают о женщинах, но не привлекают женщин в качестве экспертов и аналитиков [7,13]. Феминизм остается жизненным и заметным социальным движением в Америке, достигшим наибольших успехов в области культуры. Несмотря на громкие предсказания постфеминистской эры, продолжающееся социальное неравенство женщин и его искоренение остаются в центре внимания феминизма во всех его формах. Для удобства анализа мы выделили несколько типов аргументации:

1. Потребительское отношение к женщине со стороны мужчин;
2. Женщина природно выше и биологически ценнее мужчины;
3. Женщина должна быть независима, свободна;
4. «Вынужденный» феминизм: на мужчин нельзя положиться [3].

Таким образом, историческое развитие рекламы отражает трансформацию изображения женщин в коммерческой рекламе, что связано с чутким реагированием на малейшие социо-культурные отклонения и изменения. Реклама отражает и показывает устоявшиеся в социуме отношения, ожидания и представления, сложившиеся стереотипы и новые тенденции. Изменения в политике, культуре, образовании, науке влияют на гендерные отношения, изменяют образ женщины. В рекламе произошла трансформация образа женщины с обычной домохозяйки до сильной, независимой, активной женщины. Позитивные новаторские, творческие разработки в рекламе адекватно воспринимаются клиентами и проявляются в активных покупках товаров и услуг, способствуя развитию бизнеса и рынка.

Список литературы:

1. Грошев И.В. Рекламные технологии гендера// Общественные науки и современность. 2000.№4. С. 172 – 187.
2. Грошев И.В. Образ женщины в рекламе. Женщина. Гендер. Культура. – М.: МЦГИ, 1999. – С. 331-343.
3. Дугин И.Н. Магический феминизм. М.: ИНФРА-М, 2014. - 140с.
4. Мирашниченко Г.А. Образ современной женщины в рекламе // Филологические науки, вопросы теории и практики. 2013. №8-1 (26). С. 113-116
5. Петров М. С. Гендерные образы и стереотипы современной российской рекламы // Известия российского государственного педагогического университета им. А.И. Герцена. 2010. №124. С. 401 – 407
6. Слободянюк Э. Клад для копирайтера. Технология создания захватывающих текстов. М.; 2014 – С. 70 - 72
7. Темкина А. А. Феминизм: Запад и Россия // Преображение. 2015. №3. С.41-47.
8. Тонкаева М. А. Гендерные паттерны в российской телевизионной рекламе // Экономика, социология и право. 2016. №4-2. С. 61-62
9. Шуклина З.Н. Доминанта клиентоориентированности в маркетинге инноваций // Современное общество и власть. 2015. № 1 (3). С. 113-116.

10. Шуклина З.Н. Формирование новых потребностей и спроса на инновации // РИСК: Ресурсы, информация, снабжение, конкуренция. 2015. № 2. С. 76-80
11. АРХИВ RB.RU. Эволюция женского образа в рекламе. URL: <https://rb.ru/article/evolyutsiya-jenskogo-obraza-v-reklame/5115957.html>
12. ADVERTOLOGY.RU Образ женщины в рекламе. URL: www.advertology.ru/article42419.htm
13. DIASTYLEADY. Человек запоминает рекламу с 18 раз. URL: <http://diastyle.ru/marketing-reklama/reklama-18>

Об авторах

Булах А.С., студентка 2 курса, направление подготовки «Экономика» БГУ имени академика И.Г. Петровского

Шуклина З.Н., научный руководитель, доктор экономических наук, профессор кафедры таможенного дела и маркетинга финансово-экономического факультета Брянского государственного университета имени академика И.Г. Петровского.

НОВЫЕ ТЕХНОЛОГИИ ВОЗДЕЙСТВИЯ НА ЗРИТЕЛЯ-ПОТРЕБИТЕЛЯ С ПОМОЩЬЮ ТЕЛЕВИЗИОННОЙ РЕКЛАМЫ

Буренок А.А.

Научный руководитель - Шуклина З.Н., д.э.н., профессор кафедры таможенного дела и маркетинга

ФГБОУ ВО «Брянский государственный университет имени академика И.Г. Петровского»

В статье сравниваются мнения ученых, экспертов о современном значении телевизионной рекламы, о социальном и культурологическом содержании и влиянии, подчеркиваются тренды и емкость рынка, приводится классификация телевизионных роликов, уточняется степень влияния телевизионной рекламы на зрителя, приводятся примеры рекламы и оценивается их восприятие на уровне просмотра, акцентируется важность эффекта присутствия для доверия рекламе и позитивного взаимодействия со зрителями.

Ключевые слова: телевидение, реклама, рекламный ролик, потребитель, продукт.

Реклама является маркетинговой коммуникацией, имеющей большое значение для бизнеса, торговли, для покупателей товаров и всего общества. Телевизионная реклама в составе маркетинга является специфическим рекламным сообщением, связанным с изображением, звуком, движением, цветом, оказывающим на рекламную аудиторию постоянное воздействие, более сильное, чем реклама в других СМИ. Телевизионная реклама - это платное, одностороннее и несобственное обращение, проводимое на телевидении в пользу товара, марки, фирмы [4]. Телевизионное рекламное объявление может быть полезно в основном тем, кто собирается сформировать своей компании, либо своему продукту предельно обширную популярность, применяется с целью увеличения взаимосвязи рекламируемого продукта или услуги с именем рекламодателя. Телевизионная реклама незаменима для компаний, которые стремятся в небольшой период заполнить покупательский рынок новой маркой продукта. Рекламные ролики на телевидении никак не подойдут для фирм, которые обладают небольшой целевой аудиторией, и чья продукция (или предоставляемые услуги) никак не ориентированы на большую аудиторию [5]. Телереклама обладает высокой эмоциональной убедительностью, нацеленностью, настойчивостью и охватом аудитории, отличается демонстрационностью, разно уровневым влиянием и ориентированностью

по интересам в просмотрах. Рекламное объявление используется как метод продвижения товара на рынок. Функции рекламы направлены на привлечение к товару или услуге такое количество потребителей, чтобы было рентабельно производить и продавать. Есть немало способов распространения рекламы, но пока самым распространенным и достаточно действенным является телевидение [6].

Стоит обратить внимание на зависимость рекламы от стереотипов, привычек, пристрастий людей и уровня культуры в обществе. Объективно, такое влияние есть, и реклама, в свою очередь, трансформирует поведение людей, в некоторой степени меняет их отношение к товару и бизнесу. Современная реклама не только информирует покупателей, но и динамично активизирует их эмоции, концентрирует интерес на изысканных формах искусства, которые реклама нередко принимает. Рекламное объявление вынуждает думать не только над потребительскими свойствами продукта, но и над значимыми актуальными проблемами в жизни, создаёт этико-эстетические эталоны, формирует взгляды на бизнес. Следовательно, реклама становится явлением человеческой культуры и формой проявления прикладного искусства. реклама оказывает культурологическое влияние, становясь значимым условием формирования эстетических пристрастий людей. Подчеркнем, что определённое количество роликов на телевидении исполнены на высококлассном профессиональном и творческом уровне, их можно относить к «произведениям прикладного искусства [4].

Телевидение и интернет остаются основными рекламными медиа, которые в совокупности заняли по итогам января-сентября 2017 года 81% от всего рынка, показав самую высокую динамику прироста. Так интернет вырос на 23%, а телевидение- на 13%. В абсолютных цифрах за девять месяцев затраты на эти два медиа практически сравнялись друг с другом, а за июль-сентябрь интернет впервые обогнал телевидение по объемам вложений: 41 млрд руб. (43% от всего рынка) против 36 млрд руб. (38%) [12].

Культурологический аспект к рекламе выделяется и анализируется многими экспертами, учеными и практиками В частности, американский ученый Д. Мартин пишет: «Реклама – это отображение культуры современности, и наилучшая реклама проводит культуру вперед». Руководитель одного из американских рекламных агентств Б. Бернбах замечает: «Реклама – это не наука, это способность переубеждать – то есть искусство». Российский ученый Феофанов О. отмечает: «Не берусь утверждать, что реклама – высшее достижение культуры, Но, вполне очевидно, что она составляет значительную часть так называемой массовой культуры. Безусловно, данное явление очень трудно и многозначно. В моем осознании массовая культура – это культура и искусство, приспособленные к области досуга» [6].

Таблица 1

Классификация телевизионной рекламы по продолжительности влияния на зрителя [8]

Вид ролика	Продолжительность по времени
Блиц-ролик	Ролик длительностью 5-15 секунд, в нем можно увидеть логотип компании, образ, слоган и изображение товарного знака.
Развернутый ролик	Данный ролик длится 30-60 сек., в нем есть сюжет.
Рекламное телеобъявление	Выполняется диктором или другим специально отобранным лицом (например, актером), осуществляется в виде бегущей строки или неподвижного текста на экране (особенно популярно на региональных российских телеканалах).
Телезаставка	Недолгое неподвижное изображение рекламного сообщения, символа товара или значка (логотипа) на экране, например, на фоне часов перед информационной программой.
Телеролик	Самый распространенный и дорогостоящий вид телерекламы, минифильм, игровой сюжет, продолжительностью от 10 секунд до нескольких минут, произведение режиссерского и операторского

	искусства с привлечением актеров, внедрение музыкального сопровождения, спецэффектов и т.д.
Телерепортаж	Телевизионный рекламный репортаж с места каких-то мероприятий – выставок, презентаций, показов моделей одежды, из магазина и т.д., сопровождающийся не только показом предмета рекламы, но и высказыванием мнений репортера, гостей, покупателей, продавцов и т.п.
Телепередача	Специальная телевизионная передача рекламного характера в рамках конкретной темы, с участием изготовителей и продавцов товаров и услуг, специалистов, профессионалов, торговых посредников, демонстраторов, потребителей. Часто выпускается в телеэфир в записи и с повторами («ТВ-шоп», «Магазин на диване»)

На рынке телевизионной рекламы в качестве платформы действует телеканал, который производит контент (телевизионные программы) и продает его сначала зрителям (первая сторона), а затем контакты со зрителями продает рекламодателям (вторая сторона). Положительный внешний эффект на двустороннем рынке возникает, когда ценность потребления услуг платформы для одной группы клиентов возрастает с увеличением числа потребителей во второй группе. Мы классифицировали и собрали в таблицу 1 телеролики по продолжительности воздействия на зрителя [9].

В связи с тем, что телевидение является высокотехнологичным, многоплановым рекламным средством, отметим огромное действие его на поведение и подсознание возможных потребителей. В арсенале максимальное количество методов: комбинирование звуков и зрительных воздействий, музыки и графики, влияющих на огромную по сравнению другими рекламными средствами, аудиторию, растущая в период презентации телероликов [2]. Телевидение даёт возможность рекламодателю эффективно распространять информацию о фирме и товаре на основе маркетинговой стратегии. Моментальность передачи позволяет рекламодателю держать под контролем скорость воздействия, оценивая, когда именно будет получено его обращение — не просто в какой день недели, а в какой час и какую минуту его заметят и услышат. Такой подход дает возможность подобрать целевую аудиторию, которая наиболее восприимчива к рекламе: домохозяйки, дети, любители спорта. Телереклама обладает высокой эмоциональной убедительностью, нацеленностью, настойчивостью и охватом аудитории, отличается демонстрационностью, разно уровневым влиянием и ориентированностью по интересам в просмотрах [1].

В качестве особенности выделим то, что лаконичность рекламного ролика не позволяет в полной мере подробно рассказать о товаре или продемонстрировать весь ассортимент. Острота конкуренции проявляется, когда в одном рекламном блоке выходят ролики предприятий, создающих одинаковые товары. В таком случае покупатель может их просто-напросто перепутать. Помимо этого, во время показа рекламных роликов большая часть аудитории переключает каналы, отказываясь смотреть раздражающую рекламу. Доверие к прямой рекламе в России сейчас подорвано в результате серии скандалов на финансовом рынке, когда жертвами мошенников стали миллионы людей, потерявших в общей сложности более 5 миллиардов долларов. Такие обстоятельства заставляют производителей все чаще обращаться к косвенной и закрытой рекламе [6,7]. Ограничение продолжительности рекламных блоков в России привело к определенным эффектам: в некотором объеме сократился объем рекламы на телевидении; снизился средний уровень рекламного шума для зрителей, что частично избавило их от негативного внешнего эффекта при просмотре ТВ. Зрители в силу привычки стали терпимее относиться к рекламе, о чем свидетельствует изменение в соотношении рейтингов телепрограмм и размещаемых в них рекламных блоков в вечерний прайм-тайм [8].

Недоработка отечественного налогового законодательства создает неконкурентные условия для российских рекламодателей, в итоге они не имеют шанса заложить в себестоимость продукта затраты на рекламу полностью и вынуждены относить часть их на прибыль, что

фактически удваивает стоимость рекламы. Поэтому на российском рынке рекламы лидирующие позиции пока занимают иностранные компании. Постоянные иностранные рекламодатели в борьбе за российский потребительский рынок не жалеют средств на рекламу, в дополнение к уже имеющемуся благоприятным условиям в законодательстве своих стран (расходы на рекламу относят на себестоимость), приобретают привилегии в своих странах за экспорт товаров [7].

Самым популярным каналом размещения рекламы как российских, так и зарубежных рекламодателей остается Первый канал, где оборот рекламы достигает более 100 миллионов долларов. На втором месте - телеканал Россия (67 миллионов долларов), на третьем — НТВ (58 миллионов долларов). Цена одной минуты рекламного времени на основных телеканалах варьируется от 3 до 20 тысяч долларов [6]. Телевизионная реклама считается наиболее легкодоступным и успешным видом рекламы, но при этом и самым дорогим для рекламодателя. Телереклама увеличивает результативность других видов рекламы того же товара, когда после просмотра рекламы те же зрительные образы, увиденные в печатной прессе, оказывают еще большее впечатление.

Эффект присутствия сближает телевизионную коммуникацию с формами межличностного общения, поэтому оно в глазах аудитории ближе других СМИ стоит к прямому, непосредственному, двустороннему общению. Несмотря на все трудности, которая испытывала на своем пути российская реклама (путч, приватизацию, крах финансовых пирамид, информационные войны, разгул черного пиара, дефолт, охоту на медиамагнатов и т.д.) она продолжает развиваться и совершенствоваться [7]. Функции телевизионной рекламы определяются ее целями и задачами и включают экономическую, сбытовую, информационно-просветительскую, социально-культурную, интеграционную, оценочно-контролирующую [8]. На российских телеканалах рекламные блоки появляются каждые 15-20 минут, прерывая сериалы, фильмы, различные программы и раздражают зрителя, не только из-за того, что отвлекают от просмотра, но и из-за очень громкого звука. В конце 2017 года были оштрафованы Рен ТВ и НТВ, каждый на сто тысяч рублей, за превышение уровня громкости рекламного блока [1, 2]. По характеру предоставления информации рекламные ролики делятся три вида (таблица 3).

Таблица 2

Основные виды рекламных роликов по качеству предоставляемой информации

Виды	Характеристика
Информационные ролики	сопровождение дикторским текстом;
Видовые ролики	демонстрация образа потребителя, условия потребления товара
Чувственно-сентиментальные	отсутствие сюжета, акцент на ощущения потребителя

Примеров рекламных роликов множество, некоторые из них мы попытались проанализировать с позиции влияния на поведение зрителя. Например, ролик, в котором действие происходит в машине, влюбленная пара активно ссорится из-за того, что молодой человек слишком много проводит времени в интернете, так как из-за тарифов «Смарт» за посещение социальных сетей платить не придется. Актер активно пытается доказать, что воспользовавшись такой услугой можно просматривать видео и прослушивать музыку друзей, общаться, оценивать фото, но все это не считается (не тарифицируется). Это реклама мобильного оператора МТС. Известный актер и телеведущий несколько лет подряд является рекламным представителем компании. За это время в роликах у него сменилось несколько партнеров-«коллег». Перед новогодними праздниками на экранах телевизора появилась реклама с броским названием «Подарки от МТС», в которой Дмитрий Нагиев сыграл роль Деда Мороза, пришедшего поздравить своего сына. В видеоролике снялся настоящий его сын, 25-летний Кирилл Нагиев [8]. Такой рекламный ролик выглядит позитивным, интересным и смешным, следовательно, возможно влияние на зрителя будет связано не только с удовольствием от просмотра, с развлечением, осмыслением информирования о товаре, но и активизацией интереса к покупке.

Ещё один интересный рекламный ролик – это средство от боли в горле «Тантум Верде». В съёмках принял участие известный российский певец Тимати, который знает, что боль в горле

может стать серьезной помехе в работе, карьере. Эта кампания — отличный пример работающей креативной идеи в данной категории. Здесь нет общепринятого сценария: болевшего и выздоровевшего героя, которые есть во всех таких рекламных роликах. Но при этом сохранены важные правила: рассказ о лекарственных свойствах препарата, демонстрация его преимуществ — и все это в форме рэпа, что отражает нестандартный подход к демонстрации препаратов-конкурентов на рынке в целом. В этом случае зритель получает информационный посыл в музыкальной форме о новом лекарственном средстве, запоминает слова, стремится купить это товар.

Есть примеры рекламы, где смысл не очень понятен, а влияние опосредовано. Например, рекламный ролик майонеза «Слобода», где отец с дочерью, скорее всего скрытно от матери едят различные молочные продукты компании «Слобода», пачкают посуду, скатерть и все это убирают в стиральную машину. И тут возникают вопросы: почему втихаря от мамы, в стиральной машине? И что значат слова мамы: «Опять? Опять, что?» Стирают посуду в стиральной машине? Опять тайно едят продукцию этой компании? В этом случае зрителю трудно понять авторов рекламы, странно видеть такую ситуацию, но прием отлично работает: зритель удивлен, раздражен и заинтересован. Обратимся также к рекламе жевательных конфет Skittles, реклама про "скитлстрынку", когда девушка отрывает от щеки толстого мальчика драже «Скитлс» и ест. Это не очень красиво и вызывает чувство брезгливости. Хотя неприятна не сама реклама, а вот это действие, потому что возникает ощущение, что конфета прилеплена к толстому парню с жирной кожей. На зрителя влияет в данном случае то, что такая реклама вызывает неприятные чувства, чувства отвращения, возникает ощущение, что если съешь такую конфету станешь таким же. Однако реклама заставляет запомнить ситуацию и саму конфетку.

Отметим хорошую рекламу шоколадных батончиков «Сникерс», где снялся известный британский комедийный актёр Роуэн Аткинсон, который больше известен как мистер Бин. Здесь присутствует дух Древней Японии: клан ниндзя и невероятные трюки. Мистер Бин пытается догнать своих коллег, но у него это получается очень смешно и неуклюже. Но когда он попробовал «Сникерс», тот превратился в японского самурая. Может тут особого смысла нет, но снято очень интересно и качественно, и это, по моему мнению, одна из лучших реклам на российском ТВ за последние годы. И, наконец, пример политической рекламы, когда на экранах появилась реклама с явным минимализмом. Несколько фраз о том, что в стране плохо, никакой картинки, никаких обещаний, а затем только три слова: «А что Титов?». Здесь все непонятно избирателю, не ясно, что хотел сказать создатель рекламы, в чем замысел, чем хотели заинтересовать телезрителя. Возникает такое ощущение, что кандидат не подготовил предвыборный ролик, а эфирное время уже выделено, вот и заполнили чем-то. Мне кажется, что эта реклама может оттолкнуть избирателей, даже лояльных Титову. Но сама фраза стала чуть ли не афоризмом, который запомнился и используется в шуточной форме, в отличие от других безликих рекламных роликов.

Необходимо отметить, что интересной является серия рекламных роликов банка «Империял», которая была снята в 90-е годы. За 5 лет было снято около 20 рекламных роликов. Самым запоминающимся стал ролик с Екатериной Великой и Суворовым, в котором показано как в предпраздничный вечер на ужине едят все, кроме полководца Суворова. Императрица спрашивает: «А что это у нас граф Суворов ничего не ест, а?» Граф Суворов отвечает: «Так ведь пост, матушка. До первой звезды нельзя. Ждём-с.» Все прекращают есть, но Екатерина находит выход: «Звезду Суворову Александру Васильевичу!». Суворову вручают орден в виде звезды, и пир продолжается. Именно этот рекламный ролик стал наиболее популярным и надолго запомнился россиянам, потому что данный рекламный ролик был снят на высоком уровне, а актёры блестяще сыграли в рекламе этого банка. Правда, стоит отметить, что сам банк в 1999 году был признан банкротом, но реклама до сих пор сохранена и представлена в Интернете.

Итак, телевизионная реклама является массовым, самым распространенным и относительно эффективным видом рекламы, дорогостоящим для рекламодателя и эмоционально насыщенным для зрителя. Телевизионный эффект присутствия такой коммуникации воспринимается как форма межличностного общения, что для зрительской аудитории важно с позиции прямого, непосредственного, двустороннего общения. Современные технологии

обеспечивают интенсивное влияние телевизионной рекламы на социально-экономическое, рыночное поведение зрителей.

Список литературы:

1. Федеральный закон "О рекламе", № 38-ФЗ от 13.03.2006. Ст. 14.
2. Приказ Федеральной антимонопольной службы от 22 мая 2015 г. N 374/15 "Об утверждении Методики измерений соотношения уровня громкости рекламы и среднего уровня громкости прерываемой рекламой теле- и радиопрограммы".
3. Баландина М.С., Баскакова И.В. Регулирование рынка телевизионной рекламы: инструментарий и эффекты его применения // Управленец. 2017. №6(70). С. 40–47.
4. Данилевская Н.В. Новые стратегии и тактики современной рекламы. // Век информации. 2017. №2(2). С. 176-178.
5. Колышкина Т. Б., Маркова Е. В. Формирование ценностных ориентаций средствами рекламы // Ярославский педагогический вестник. 2017. №1. С. 221-226.
6. Ромат Е., Сендеров Д. Реклама. Практическая теория. Учебник. 2016. - 542 с. С. 18-19.
7. Шуклина З.Н. Формирование новых потребностей и спроса на инновации // Риск: Ресурсы, информация, снабжение, конкуренция. 2015. № 2. С. 76-80.
8. Шуклина З.Н. Доминанта клиентоориентированности в маркетинге инноваций // Современное общество и власть. 2015. № 1 (3). С. 113-116.
9. Юхина А.А. Телевизионная реклама в системе интегрированных маркетинговых коммуникаций на примере автомобильного рынка. // Современные инновации. 2017. №4(18). С. 32-34.
10. АКАР: интернет обогнал ТВ по объемам рекламы за третий квартал 2017 года [Электронный ресурс]. Дата обращения: 16.03.2018. URL: <https://adindex.ru/news/tendencies/2017/11/9/167190.phtml>
11. Реклама на телевидении. [Электронный ресурс]. Дата обращения: 16.03.2018. URL: <http://profi-media.ru/vidy-telereklamy/>
12. Телевизионная реклама. Теория и практика рекламной деятельности. [Электронный ресурс] // Индустрия рекламы. Дата обращения: 16.03.2018 URL: <http://adindustry.ru/television-advertising>
13. Телевизионная реклама, её преимущества и недостатки. [Электронный ресурс]. Дата обращения: 16.03.2018 URL: <http://www.grandars.ru/student/marketing/televizionnayareklama.html>

Об авторах:

Буренок А.А., студент 2 курса финансово-экономического факультета БГУ им. Петровского, направление подготовки «Экономика».

Шуклина З.Н., научный руководитель, доктор экономических наук, профессор кафедры таможенного дела и маркетинга финансово-экономического факультета Брянского государственного университета имени академика И.Г. Петровского.

РИСКИ В ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ И СПОСОБЫ ИХ СНИЖЕНИЯ

Витюгова И.И.

Научный руководитель - Полесская О.П., к.э.н., доцент кафедры экономики и управления

В данной статье рассмотрен вопрос рисков в предпринимательской деятельности, приведены их виды и дана характеристика. Тема риска в предпринимательстве исключительно актуальная, так как именно сегодня в нашей стране на рынке царит самая, что ни на есть неопределенность. Особое внимание в статье акцентируется на способах снижения рисков в предпринимательской деятельности.

Ключевые слова: предпринимательский риск, предпринимательская деятельность, виды рисков, система управления рисками, способы снижения рисков в предпринимательстве.

В современных условиях производственная деятельность - наиболее рискованная. Риск – это неотъемлемый элемент экономической, политической и социальной жизни общества, который неизбежно сопровождает все направления и сферы деятельности любой организации, функционирующей в рыночных условиях [2].

Постоянно ужесточающаяся конкуренция, нестабильность уровня спроса и предложения, опережающие темпы развития техники и технологии, резкие изменения валютных курсов, неконтролируемая инфляция, непостоянство законодательной системы, а также многие другие негативные факторы, характерные для современной российской экономики, создают условия, при которых ни одна, даже самая тщательным образом спланированная, коммерческая операция не может быть проведена с заведомо гарантированным успехом. Вследствие этого основным и неперенным условием нормального функционирования и развития любой современной организации является умение ее высшего руководства на строго научной основе осуществлять прогнозирование, профилактику и управление рисками.

Риск является объективно неизбежным элементом принятия любого решения в силу того, что неопределенность - реальная характеристика. Предприниматель проявляет принципиальную готовность рисковать в условиях неопределенности, поскольку наряду с риском потерь существует возможность или перспектива дополнительных доходов. Многовековой опыт проведения сделок доказывает, что нулевой риск обеспечивает самый низкий доход, а при самом высоком риске прибыль может иметь наибольшее значение [1].

Можно с уверенностью сказать: неопределенность и риск в предпринимательской деятельности играют очень важную роль, заключая в себе противоречия между планируемым и действительным, то есть источник развития предпринимательской деятельности. Предпринимательский риск объективно существует из-за неопределенности внешней среды. Внешняя среда диктует фирме экономические, социальные и политические условия, в рамках которых ей приходится действовать и к динамике которых она вынуждена приспосабливаться. Неопределенность ситуации формируется множеством переменных, изменения которых часто невозможно предсказать с достаточной точностью. К таким переменным относятся, например, потребительский спрос, технические и технологические новшества, изменения конъюнктуры рынка, некоторые природные явления, инвестиционный климат, законотворчество и многое другое.

Существуют определенные виды рисков действие которых подвержены все без исключения предприятия, но также существуют специфические риски, характерные для определенных видов деятельности, которые в свою очередь, отличаются друг от друга.

Так, например, производственный риск - связан с возможным невыполнением предприятием своих планов и обязательств по производству продукции, товаров, услуг, других видов производственной деятельности в результате неблагоприятного воздействия внешней среды, а также неадекватного использования новой техники и технологий, основных и оборотных фондов, сырья, рабочего времени. Наиболее важными причинами возникновения производственного будет являться возможное снижения предполагаемых объемов производства, материальных или других затрат, уплата повышенных отчислений и налогов, низкая дисциплина поставок, повреждение оборудования и т.п.

Коммерческий риск - это риск, возникающий в процессе реализации товаров и услуг, произведенных или закупленных предпринимателем. Причинами коммерческого риска могут являться такие факторы, как снижение объема реализации вследствие изменения конъюнктуры или других обстоятельств, повышение закупочной цены товаров, потери товара в процессе обращения, повышения издержек обращения и др.

Финансовый риск связан с возможностью невыполнения предприятием финансовых обязательств. Основными причинами финансового риска являются: обесценивание инвестиционного - финансового портфеля вследствие изменения валютных курсов, неосуществление платежей, войны, катастроф и т.п. К финансовому риску можно отнести валютный риск, кредитный риск и инвестиционный риск.

Риск посреднической деятельности. Образуется из-за того, что практически все производственные и торгующие предприятия имеют взаимоотношения и связи с посредническими организациями, решающими для них проблему сбыта продукции и другие проблемы. Причинами их появления служит деятельность контрагентов - производственных и торгующих предприятий.

Страховой риск - это риск наступления предусмотренного условиями страхования события, в результате чего страховщик обязан выплатить страховые возмещения. Результатом риска являются убытки, вызванные неэффективной страховой деятельностью как на этапе предшествующем заключению договора страхования, так и на последующих этапах - перестрахования, формирования страховых резервов и т. п. Основными причинами страхового риска являются неправильно определенные страховые тарифы, катастрофы и т.п.

Инновационный риск-это вероятность потерь, возникающих при вложении фирмой средств в производство новых и услуг, которые могут не найти ожидаемого спроса на рынке. Инновационный риск может возникнуть в следующих ситуациях:

1. При внедрении более дешевого метода производства товара или услуги по сравнению с уже используемым.
2. При создании нового товара или услуги на старом оборудовании.
3. При производстве нового товара или услуги с помощью новой техники и технологий.

Следующий риск, это риск того, что новый товар или услуга могут не найти покупателя. Инвестиционный риск связан с вложением денежных средств в различные проекты. К основным инвестиционным рискам можно отнести: капитальный, селективный, процентный, операционный, временный, ликвидности, инфляционный, риск законодательных изменений [3].

Все виды рисков взаимосвязаны, и изменение одного вида риска вызывает изменения большинства остальных. В системе управления риском важная роль принадлежит правильному выбору мер предупреждения и минимизации риска, которые в значительной степени определяют ее эффективность.

К таким способам относятся [2]:

- 1) Диверсификация представляет собой процесс распределения капитала между различными объектами вложения, которые непосредственно не связаны между собой. Диверсификация позволяет избежать части риска при распределении капитала между разнообразными видами деятельности.
- 2) Дополнительная информация способствует снижению риска. Большинство ошибочных решений связано с недостатком информации. Информация - редкое благо, за которое приходится платить, иногда достаточно дорого. И поэтому, чтобы принять решение о покупке необходимой информации, следует сравнивать ожидаемые выгоды с ожидаемыми издержками.
- 3) Лимитирование представляет собой установление системы ограничений, как сверху, так и снизу, способствующей уменьшения степени риска. В предпринимательской деятельности лимитирование применяется чаще всего при продаже товара в кредит, предоставлении займов, определении сумм вложения в капиталов и т.п. Так, например, ограничения размеров выдаваемых кредитов одному заемщику позволяет уменьшить потери в случае невозврата долга. риск предпринимательство рентабельность безубыточность.
- 4) Самострахование означает, что предприниматель предпочитает подстраховаться сам, а не покупать страховой полис в страховой компании. Основная задача самострахования

закключается в оперативном преодолении временных финансовых затруднений. Резервные денежные фонды создаются на случай покрытия непредвиденных расходов, кредиторской задолженности.

- 5) Объединение риска – это способ снижения риска путем превращения значительных случайных убытков в относительно небольшие постоянные издержки. Он лежит в основе страхования. Болезни, стихийные бедствия, кражи и тому подобные непредвиденные обстоятельства связаны с расходами. Смягчить последствия этих обстоятельств помогает страхование. Страхование риска является наиболее важным и самым распространенным приемом существенного снижения степени риска.
- 6) Распределение риска – это способ, при котором риск вероятного ущерба делится между всеми участниками таким образом, что возможные потери каждого относительно не велики. Именно благодаря использованию данного подхода финансово-промышленные группы не боятся идти на значительный риск финансирования крупных проектов и новых научных разработок. Распределение риска позволяет успешно решать крупные государственные и научно-хозяйственные задачи.
- 7) Хеджирование используется в банковской, биржевой и коммерческой практике для обозначения различных методов страхования валютных рисков. По сути, хеджирование – это система заключения срочных контрактов и сделок, учитывающая вероятностные в будущем изменения обменных валютных курсов и преследующая цель избежать неблагоприятных последствий этих изменений.
- 8) Приобретение контроля над деятельностью в смежных или связанных областях состоит в признании ущерба и отказе от его страхования. Этот метод используется, когда сумма предполагаемого ущерба незначительно мала и ею можно пренебречь. При выборе конкретного средства разрешения финансового риска инвестор должен исходить из следующих принципов:
 - а. нельзя рисковать больше, чем это может позволить собственный капитал;
 - б. нельзя рисковать многим ради малого;
 - в. следует предугадать последствия риска.

Применение на практике этих принципов означает, что всегда необходимо рассчитать максимально возможный убыток по данному виду риска, потом сопоставить его с объемом капитала предприятия, подвергаемого данному риску, и затем сопоставить весь возможный убыток с общим объемом собственных финансовых ресурсов. И только сделав последний шаг, возможно, определить, не приведет ли данный риск к банкротству предприятия [2].

Таким образом, риск можно снизить, распределив капитал по нескольким рискованным проектам, или например, застраховать его. И отсюда можно сделать логический вывод: все решения должны быть предельно взвешенно и продуманы. Все возможные убытки должны быть просчитаны. Риск должен быть определен заранее и только тогда можно принять взвешенное решение, и надеяться на благополучный исход рискованного дела.

Список литературы:

1. Кожухина К.А. Анализ подходов к управлению рисками на предприятии // К.А. Кожухина // Ученые записки Санкт – Петербургского университета управления и экономики. 2015. № 1(49). С. 61-68.
2. Макаревич Л.М. Управление предпринимательскими рисками. М: Издательство «Дело Сервис», 2014. - 448 с.
3. Фомичев А.Н. Риск-менеджмент: Учебник. М: Издательство-торговая корпорация «Дашко и К», 2016. - 376 с.

Об авторах

Витюгова Ирина Игоревна – студентка Брянского государственного университета имени академика И.Г. Петровского.

Полесская Ольга Петровна - кандидат экономических наук, доцент кафедры экономики и управления Брянского государственного университета имени академика И.Г. Петровского.

РОЛЬ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА В СОВРЕМЕННОМ ОБЩЕСТВЕ

Галицкая А.А.

Научный руководитель - Полесская О.П., к.э.н., доцент кафедры экономики и управления

ФГБОУ ВО «Брянский государственный университет имени академика И.Г. Петровского»

В статье раскрывается понятие предпринимательства, отношение российских и зарубежных граждан к данной разновидности ведения бизнеса. Рассмотрена роль предпринимательства в обществе и его влияние на рыночную экономику.

Ключевые слова: предпринимательство, общество, деятельность, риск, прибыль, потребность, товар, услуга, закон, государство, экономика, конкуренция, инновации, роль, место, отношение.

Предпринимательство определяется как инициативная самостоятельная деятельность граждан и их объединений, направленная на получение прибыли, осуществляемая на свой страх и риск, под имущественную ответственность предпринимателя [1].

Немаловажной целью предпринимательства, помимо получения прибыли, является наиболее эффективное использование ресурсов.

Предприниматель, прежде чем решиться на создание собственного дела, должен произвести тщательные расчеты, обладать определенной интуицией, хорошо знать предполагаемый рынок сбыта и конкурентов.

Развитие мелкого и среднего бизнеса в современном обществе определяется несколькими факторами: во-первых, это результат технического прогресса, который создал высокопроизводительную технику для индивидуального использования. Во-вторых, это результат существования чрезвычайно большого количества потребностей, которые не могут быть удовлетворены только крупными производителями.

Все предприятия, являющиеся составной частью рыночной экономики, в зависимости от их размеров делятся на три группы: крупные, средние и малые.

Субъекты малого предпринимательства количественно преобладают во всех развитых странах мира. Малый бизнес быстрее реагирует на изменения конъюнктуры рынка, обеспечивает насыщенность его товарами и разнообразными услугами, работает в основном на массового потребителя, способствует ослаблению монополизма, является носителем инноваций. Все эти свойства малого бизнеса свидетельствуют, что его развитие - это мощный фактор реформирования отечественной экономики, преодоления кризиса и обеспечения предпосылок для экономического роста. Однако, малый бизнес в силу ограниченности масштабов деятельности, относительно небольших рынков ресурсов и сбыта, а также других специфических особенностей направлен в основном на удовлетворение местных потребностей в товарах и услугах и, следовательно, имеет преимущественно региональную направленность. Малые фирмы позволяют создать разнообразную экономическую базу развития региона, дают значительное количество новых рабочих мест, создают условия для удовлетворения потребностей населения, в определенной степени снижают последствия социальных потрясений, связанных с экономической перестройкой общества. С другой стороны, малые фирмы требуют гораздо меньше капитала для их запуска, они

охотно осуществляют рискованные мероприятия с целью получения больших доходов. Сектор малого и среднего бизнеса требует эффективной государственной поддержки как на общегосударственном, так и региональном уровнях [3].

Средние предприятия осуществляют производство небольшой, но устойчивой номенклатуры изделий с малой капиталоемкостью и незначительными затратами в значительных объемах. Они, как правило, способны быстро приспосабливаться к региональным рынкам, лучше использовать местные производственные ресурсы (трудовые и сырьевые) и обеспечивать насыщение рынка региона необходимыми товарами и услугами. По сравнению с крупным бизнесом среднее предпринимательство более тесно связано с национальными интересами, в значительной степени зависит от внутренней экономической конъюнктуры и поэтому заинтересовано в защите со стороны государства на внутреннем рынке.

Крупный бизнес, как правило, осуществляет производство массовой продукции стабильного ассортимента, что значительно уменьшает себестоимость продукции и повышает ее конкурентоспособность. С целью самосохранения и развития он имеет тягу к консолидации, поглощая или контролируя более мелких партнеров, с одной стороны, и объединяясь в международные структуры, частично теряя самостоятельность и допуская иностранных предпринимателей на внутренний рынок страны - с другой. Крупные предприятия создают благоприятные условия для разработки научно-технических проектов с целью быстрого внедрения новейших достижений науки и техники и изготовления новейшей высококачественной продукции наукоемких отраслей - электронных изделий, персональных компьютеров и т.д. Благодаря эффекту экономии на масштабах производства крупный бизнес обеспечивает более результативную деятельность, устойчивость развития. Кроме того, привлекательными чертами крупного и среднего бизнеса является квалифицированный менеджмент, диверсификация производства, эффективный механизм межотраслевого и внутрифирменного перелива капитала. В то же время крупные предприятия часто слишком консервативны и не в состоянии оперативно реагировать на конъюнктуру рынка моделей и дизайна продукции предпринимательства.

Итак, формирование рыночной структуры национальной экономики предполагает оптимальное сочетание малого, среднего и крупного бизнеса. В целом они лучше удовлетворяют разносторонние потребности общества, более оперативно реагируют на конъюнктуру рынка и на достижения научно-технического прогресса, обеспечивают предпосылки для экономического роста.

Роль и значение предпринимательства в экономическом развитии страны заключается в том, что:

- предпринимательство влияет на структурную перестройку в экономике, увеличение объемов производства и предоставления услуг, инвестиционной деятельности и формирования инфраструктуры бизнеса;
- предпринимательство способствует развитию перспективных направлений хозяйственной деятельности, осуществлению инновационных процессов, более быстрому обновлению технико-технологической базы и номенклатуры продукции;
- развитие предпринимательства создает благоприятную среду для конкуренции;
- предпринимательство обеспечивает сильнодействующие стимулы к высокоэффективному труду, способствует экономии и рациональному использованию всех ресурсов. В большинстве случаев личности, которые имеют собственный бизнес и благодаря этому сильнее побудительные мотивы, больше заинтересованы в качественной и продуктивной работе, чем наемные работники;
- создает новые рабочие места, проводит благотворительную деятельность.

Предпринимательство является одним из важных факторов социально-экономического прогресса и поэтому общество заинтересовано в создании необходимых предпосылок для его развития [3].

Эффективная и активная предпринимательская деятельность может осуществляться в общественном хозяйстве при определенных макроэкономических предпосылках:

- наличие прав и свобод для осуществления самостоятельной предпринимательской деятельности;

- узаконенное право собственника на средства производства, продукт и доход от предпринимательской деятельности;
- полная ответственность за результаты своей экономической деятельности;
- наличие конкурентной среды;
- открытость экономики, ее интеграция в систему мирохозяйственных связей, право предпринимателя осуществлять внешнеэкономические операции;
- благоприятный политический климат;
- положительное общественное мнение.

Общественное мнение, поддерживая предпринимательство как вид социально-экономической деятельности, негативно относится к его российской модели.

Отношение россиян к предпринимательству, по данным социологических опросов, носит противоречивый характер, однако основная масса респондентов убеждена, что бизнес и мораль совместимы, при этом, правда, четвертая часть опрошенных уверена, что в России честный бизнес невозможен.

Имидж предпринимателей в глазах населения малопривлекателен, прежде всего, из-за несовместимости с образом «честного бизнесмена» их морального облика (стремление к легкой наживе, безразличие к государственным и общественным интересам, непорядочность, нечестность, неразборчивость в средствах, безжалостность, потребительское отношение к людям, тесные связи с криминальным миром). Именно моральный облик директоров предприятий во многом объясняет парадоксальную ситуацию, когда значительная часть россиян, поддерживая предпринимательство как вид социально-экономической деятельности, вместе с тем крайне негативно оценивает сегодняшних бизнесменов [4].

Предпринимательство тесно связано и непрерывно взаимодействует со всеми сферами общества. Первый аспект этого взаимодействия - его прямые и обратные связи с экономической сферой общества, в пределах которой предпринимательство только и может осуществляться. Предпринимательство должно быть обосновано экономически, логично вписываться в систему производственных отношений, демонстрировать преимущества перед экономикой и иными непредпринимательскими способами хозяйствования, обеспечивать более эффективное использование материальных и финансовых ресурсов, научно-технический прогресс, рост производительности труда. Общая задача теоретиков и практиков - выявить внутренние резервы предпринимательства, использовать все его позитивные возможности и подчинить их эффективному реформированию народного хозяйства [2].

Второй аспект взаимодействия предпринимательства и общества отражает взаимосвязь предпринимательства с социальной сферой общества. Развитие предпринимательства должно сопровождаться повышением благосостояния населения, более полным удовлетворением насущных потребностей людей, не вести к резкой поляризации различных групп граждан по уровню доходов, бездумному проматыванию национального богатства.

Третий аспект - взаимосвязь предпринимательства с политической сферой общества. Надлежит обеспечить поддержку, лоббирование предпринимательской деятельности со стороны государства, органов местного самоуправления, иных влиятельных политических сил общества. Без этого не утвердятся авторитет предпринимателя в обществе, не будут созданы благоприятные условия для предпринимательской деятельности. Как следствие, предпринимательство не окажет сколько-нибудь заметного позитивного влияния ни на экономическую, ни на социальную сферы, о чем речь шла выше при рассмотрении первых двух аспектов взаимодействия предпринимательства и общества.

Четвертый аспект - взаимосвязь предпринимательства с духовной сферой общества, интегрирующей все другие сферы общества в единое целое. Надо добиться позитивного восприятия предпринимательства широким общественным мнением, что предполагает глубокие перемены в сознании, психологии российских граждан. Лишь при этом условии предпринимательство и общество свяжут живительные встречные потоки, из сознания людей будет искоренено представление о предпринимателях как стяжателях. Предприниматели

приобретут высокий имидж, и их корпус будет пополняться честными инициативными россиянами [5].

Итак, предпринимательство является стержнем любой социально-экономической системы, основанной на началах частной собственности и конкуренции. Предприниматель-собственник, центральная фигура в гражданском и торговом обороте, он главное действующее лицо рынка, гарант стабильности гражданского общества. Предприниматель не только организует производство товаров, но и сам принимает непосредственное участие в этом процессе; далее он организует всё движение товарных масс и доводит их через посредство рынка до конечного потребителя, связывая таким образом экономическую жизнь общества в единое целое. Наряду с производством товаров он оказывает множество разнообразных услуг гражданам, приводит в движение финансовые и фондовые рынки, мобилизует интеллектуальный потенциал общества для развития науки и создания новых технологий, создавая тем самым предпосылки для ускорения научно-технического прогресса. Кроме того, уплачивая государству основную массу налогов, он, по существу, содержит государство, финансирует его основные расходы. Это означает, что именно предпринимательская деятельность позволяет государству обеспечить своим гражданам гарантированный материальный и образовательный уровень, соответствующее медицинское обслуживание, выплату пенсий и пособий. Очевидно, что чем активнее происходит эта деятельность, чем меньше связывается и ограничивается разными искусственными мерами энергия и предприимчивость предпринимателя, чем больше возможностей для проявления свободной инициативы предоставляют ему правовые нормы, законодательство, тем выше уровень жизни и социальной защищенности граждан.

Таким образом, мы видим, что предпринимательство, без сомнения, занимает центральное место в современном обществе. Ведь именно предприниматель является опорой и гарантом стабильности и устойчивого развития как государства, так и гражданского общества; как экономической, так и политической жизни его граждан.

Список литературы:

1. Гражданский кодекс Российской Федерации (часть первая) от 30.11.1994 N 51-ФЗ (ред. от 29.12.2017), ст. 23.
2. Бородина В.В. Малые предприятия. - М.: Книжный мир, 2015. - 367 с.
3. Крушельницкая И. Индивидуальное предпринимательство. – М.: Экзамен, 2014. – 638с.
4. Романчук Я. Роль бизнеса в современном мире // Деньги и кредит. – 2016. - №5.
5. Предпринимательство и общество. Режим доступа: <http://www.info-library.com.ua/books-text-1389.html>

Об авторах

Галицкая Алина Александровна – студентка Брянского государственного университета имени академика И.Г. Петровского.

Полесская Ольга Петровна - кандидат экономических наук, доцент кафедры экономики и управления Брянского государственного университета имени академика И.Г. Петровского.

РОЛЬ ГОСУДАРСТВА В РАЗВИТИИ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ И СОЗДАНИЕ БЛАГОПРИЯТНЫХ УСЛОВИЙ ДЛЯ НЕЕ

Гаргаева Е.Г.

Научный руководитель - Полесская О.П., к.э.н., доцент кафедры экономики и управления

ФГБОУ ВО «Брянский государственный университет имени академика И.Г. Петровского»

В статье раскрывается понятие предпринимательства и роли государства в создании благоприятных условий для её развития. Рассмотрена роль государства в развитии предпринимательской деятельности.

Ключевые слова: предпринимательство, государство, деятельность, развитие, прибыль, потребность, услуга, экономика, конкуренция, роль, место, отношение.

Успешность хозяйствования любого государства зависит от того, какое количество предприятий функционирует на территории страны и то, насколько эффективно они организуют свою деятельность. Поэтому важное условие развития экономики страны – это активная предпринимательская деятельность. Продуктивная предпринимательская деятельность стимулирует рост доходной части бюджета государства, а также прирост покупательной способности населения за счет увеличения доходов граждан.

В настоящее время основу поддержки предпринимательской деятельности составляет государство; региональные и муниципальные власти в этом процессе участвуют более чем умеренно. Непропорциональные зоны ответственности, а также большая нагрузка федеральных органов власти, направленная на стимулирование предприятий, являются одними из основных проблем экономики Российской Федерации. Чем же вызван рост внимания к этой проблеме в современной России?

Во-первых, необходимо отметить тот факт, что история предпринимательства в России составляет менее трех десятков лет, а темпы государственной поддержки в стране всегда уступали темпам развития экономики. На данный момент экономика Российской Федерации относится к одной из ведущих экономик мира, что требует более профессионального подхода к управлению ее отдельными аспектами, включая предпринимательскую деятельность в стране.

Во-вторых, хорошо функционирующий бизнес – это основной драйвер развития экономики страны. Как отмечалось ранее, он помогает решать такие важные задачи, как создание адекватной конкурентной среды в стране, снижение влияния предприятий-монополистов, позволяет создавать привлекательный инвестиционный климат в стране, а также предлагает рынку столь необходимые в ситуации экономической нестабильности рабочие места.

Третьей причиной является то, что в большинстве цивилизованных стран – Соединенных Штатах Америки и большинстве стран Западной Европы – на предпринимательство приходится существенная доля валового внутреннего продукта. В Российской Федерации доля мелкого и среднего бизнеса, формирующего ВВП, составляет не более 15%, что является негативным показателем для страны, планирующей упрочить свои позиции в мировом экономическом сообществе. По этой причине поддержка предпринимателей видится одной из основных задач государства.

В-четвертых, малый и средний бизнес сильнее, чем крупный бизнес или государственные предприятия зависят от условий внешней среды, начиная от курса доллара и заканчивая положениями налогового законодательства. Незащищенность и, как следствие, нестойкость этого сектора предполагают, что он должен иметь дополнительную подушку безопасности в виде поддержки государства [1, с. 57-58].

Государственная поддержка предпринимательской деятельности представляет собой комплекс юридических, политических и экономических мероприятий и состоит из двух основных элементов – обеспечивающего и управленческого. Первый из них представляет собой обеспечение

предприятий ресурсами, которые необходимы для его функционирования, второй – участие государства в планировании деятельности предприятий, контроль за достижением запланированных результатов и последующую корректировку финансовых, маркетинговых и иных планов этих предприятий. И обеспечивающий, и управленческий элемент тесно связаны друг с другом, и оба является обязательным условием поддержки предпринимательской деятельности в стране.

К основным мероприятиям, государственной поддержки предпринимательства относятся:

- 1) создание и реализация программ, направленных на поддержку малого бизнеса;
- 2) определение драйверов развития предпринимательской деятельности в стране и создание условий для их достижения;
- 3) усиление социального аспекта предпринимательской деятельности, включающего привлечение к бизнесу разных, в том числе социально незащищенных групп населения;
- 4) оптимизация законодательных актов, касающихся предпринимательства в России, приближение их к реальным экономическим условиям в стране;
- 5) финансовая поддержка, включая предоставление льготных условий кредитования для предприятий, предоставление государственных займов, предоставление налоговых льгот, которые позволяют сделать приемлемым уровень налогового бремени для малых и средних предприятий [2, с. 124].

Основными инструментами реализации этих мероприятий являются:

- инфраструктура, направленная на поддержку бизнеса, куда входят объединения коммерческих и некоммерческих предприятий;
- государственный аппарат, ответственный за корректное функционирование сферы предпринимательства;
- система нормативно-правовых актов, направленная на содействие развитию бизнеса.

В целом, система государственной поддержки предпринимательства в Российской Федерации выглядит следующим образом (см. Рис 1).



Рисунок 1 - Система государственной поддержки предпринимательской деятельности

Финансовая поддержка является ключевым аспектом поддержки предпринимательской деятельности государством. Она включает в себя кредитную и налоговую поддержку. Как показывает опыт западных стран, именно корректное воздействие этих двух финансовых аспектов играют решающую роль в развитии предпринимательства.

Существует еще один подход к классификации финансовой поддержки, предполагающий ее деление на прямые и косвенные виды. Так, к прямой финансовой поддержке относятся:

- предоставление государственных займов;
- создание финансовых организаций, направленных на поддержку бизнеса и управляемых государством;
- предоставление льгот и субсидий;
- создание специализированных государственных фондов.

К косвенным финансовым рычагам поддержки бизнеса относятся:

- помощь предприятиям в обучении и переквалификации специалистов;
- индивидуальные способы расчета амортизации основных средств;
- налоговые льготы;
- в ряде случаев – полное освобождение от налогов.

Предприятия могут использовать полученное финансирование на нужды развития бизнеса по своему усмотрению, но в рамках действующего законодательства Российской Федерации. Основными направлениями использования финансирования являются:

- 1) создание и развитие бизнеса;
- 2) создание новых производственных мощностей для увеличения выпуска реализуемой продукции или оказываемых услуг;
- 3) оптимизация производства с целью уменьшения себестоимости, производимой или реализуемой продукции;
- 4) вложение средств в инвестиционные проекты, непосредственно связанные с основным бизнесом предприятия, например, вложение в новые эффективные виды рекламы;
- 5) выход на новые рынки сбыта [2, с. 125-126].

Важным условием разработки корректной системы финансирования предпринимательской деятельности является планирование страхования имущества и рисков собственников бизнеса. Страхование подразумевает возмещение убытков, которые были понесены компанией в результате нанесения ущерба ее имуществу или наступления рисков, которые также привели к финансовым или материальным потерям компании. На данный момент страхование является достаточно дорогим, а его отсутствие снижает вероятность сотрудничества с компанией кредиторов и инвесторов. В данном случае требуется содействие государства в организации страхования активов российских компаний.

Важную роль при поддержке предпринимательства играет лизинг. Лизинг – вид инвестиционной деятельности по приобретению имущества и передаче его на основании договора лизинга физическим и юридическим лицам за определенную плату на определенный срок и на определенных условиях, обусловленных договором, с правом выкупа имущества лизингополучателем. Наиболее целесообразен лизинг при запуске бизнеса и поиске под него разовых источников финансирования. Лизинг позволяет приобрести основные фонды для начала бизнеса при минимальных начальных инвестициях.

На данный момент в стране действует программа поддержки малого и среднего бизнеса, осуществляемая силами Министерства экономического развития РФ. Программа направлена на предоставление субсидий указанным группам компаний из государственного бюджета и действует с 2005 года. С декабря 2016 года в стране действуют новые правила предоставления данных субсидий. Всего в рамках программы запланировано порядка 20 мероприятий, которые направлены на стимуляцию бизнеса.

Основной задачей в рамках данной программы является создание адекватной инфраструктуры, в которую входят:

- центры консультирования и поддержки предпринимательской деятельности;
- кредитные организации;
- бизнес-инкубаторы;
- центры кластерного развития;
- центры поддержки экспорта;

- центра кластерного развития регионов;
- центры инжиниринга;
- многофункциональные центры для предпринимателей и другие организации и учреждения [3, с. 14-15].

Также необходимо отметить, для развития молодежного предпринимательства, его популяризации среди школьников и поддержки инновационного творчества детей, в том числе для их профессиональной реализации, Министерством выделяются субсидии на создание Центров молодежного инновационного творчества.

Реализация части прямых мер господдержки предусмотрена в рамках программ развития монопрофильных муниципальных образований. Так, при реализации указанного мероприятия субъектам малых и средних предприятий, зарегистрированным в моногородах, предоставляются субсидии на компенсацию затрат для модернизации производства, гранты начинающим предпринимателям по франшизе и субсидии социальным предпринимателям.

Список литературы:

1. Федеральный закон от 24.11.1996 № 132-ФЗ «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации». В ред. от 29.06.2015 // «Российская газета», № 231, 03.12.1996. // Информационно-правовая система «Консультант-Плюс».
2. Авдеева, Е.А., Усов, Е.Г. Роль государства в развитии малого и среднего предпринимательства, зарубежный опыт // Научный вестник воронежского государственного архитектурно-строительного университета. Серия: экономика и предпринимательство. – 2017. – № 1 (14). – С. 92-95.
3. Барменкова, Н.А. Роль государства в создании благоприятных условий для развития предпринимательской деятельности // Наука в России. Угрозы и возможности. – 2017. – С. 13-19.
4. Белавина, Я.А., Ильюшенков, А.С. Роль государства в финансировании малого бизнеса в индустрии гостеприимства и туризма // Индустрия туризма: возможности, приоритеты, проблемы и перспективы. – 2016. – № 8. – С. 463-472.

Об авторах

Гаргаева Екатерина Геннадьевна – студентка Брянского государственного университета имени академика И.Г. Петровского.

Полесская Ольга Петровна - кандидат экономических наук, доцент кафедры экономики и управления Брянского государственного университета имени академика И.Г. Петровского.

ОСНОВНЫЕ НАПРАВЛЕНИЯ ПОВЫШЕНИЯ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ БЕЗОПАСНОСТИ В СТРАНАХ ЕАЭС

Гецман Е.А., Дашченко К.А.

Научный руководитель - Шуклина З.Н., д.э.н., профессор кафедры таможенного дела и маркетинга

ФГБОУ ВО «Брянский государственный университет имени академика И.Г. Петровского»

В статье представлены точки зрения ученых на проблему экономической безопасности стран ЕАЭС, рассмотрены определения экономической безопасности в зависимости от источника

угрозы, внешних и внутренних вызовов. Акцентированы и проанализированы слабые точки в экономике ЕАЭС, которые необходимо в срочном порядке ликвидировать, выявлены основные направления повышения экономической безопасности в странах ЕАЭС.

Ключевые слова: экономическая безопасность, государства-члены ЕАЭС, Таможенный союз, внешние угрозы, внутренние угрозы, таможенный контроль.

Основу национальной безопасности любого государства составляет экономическая безопасность, поэтому ее обеспечение является наиважнейшей задачей. Не являются исключением и страны участницы ЕАЭС – Республика Беларусь, Республика Казахстан, Российская Федерация, Республика Армения и Республика Киргизия, для которых остается важной практической задачей поиска мер муниципального регулирования, которые обеспечивают приемлемый уровень экономической безопасности при минимальных финансовых потерях.

В экономической литературе можно найти множество подходов к определению экономической безопасности, что отражает неоднозначность толкования и разноплановость сущности экономической безопасности. Омаров Ш.М. считает, что для мировой экономики характерно усиление интеграционных процессов на всех уровнях [5]. Все страны мира – как традиционно интегрирующиеся, так и вновь включающиеся в эти процессы – стремятся через взаимодействие с партнерами в рамках региональных объединений реализовать экономические интересы, расширить сферы влияния, сформировать новые возможности. В таблице 1 представлены трактовки экономической безопасности.

Таблица 1 – Трактовки экономической безопасности

Группа	Авторы	Определение
1	Н.Д.Эриашвили, А.П. Соколов, С.С. Маилян [9]	определяют понятие экономической безопасности как совокупность критериев, которые защищают хозяйство страны от внешних и внутренних угроз
2	О.Н. Чувилова, И.В. Романюта, Д. Д. Берсей [6]	связывают экономическую безопасность с таким состоянием экономики государства, которое позволяет защищать ее жизненно важные интересы
3	Ю.П.Господарик, М.В. Пашковская [3]	предполагают под экономической безопасностью способность экономики обеспечить эффективное удовлетворение потребностей на международном и интернациональных уровнях

С учетом представленных определений под экономической безопасностью государства будем понимать отдельный элемент системы экономики безопасности государства, обеспечивающий состояние защищенности жизненно важных потребностей и интересов человека, государства и общества в экономической сфере от внутренних и внешних вызовов, угроз и опасностей.

Согласно Ганеевой М.В., с созданием Таможенного союза и принятием Таможенного кодекса Таможенного союза и ряда международных договоров, появилась острая необходимость унификации и приведения в соответствие национального законодательства стран, в том числе и в области установления ответственности за нарушение таможенных правил. Эта проблема так и не была решена к моменту создания ЕАЭС. Такой процесс очень трудоемкий, и по настоящее время вызывает множество споров и выявлены проблемы, которые оказывают непосредственное влияние на правоохранительную деятельность таможенных органов, составляющих основу экономической безопасности [2].

По мнению Тавадян А., общий макроэкономический эффект от ЕАЭС видится в следующем [7]:

- стабильное и устойчивое увеличение ВВП, выравнивание уровня экономического развития стран-участниц;

- снижение цены на товары благодаря снятию взаимных торговых ограничений, уменьшению издержек при перевозке необходимого сырья / экспорта готового товара;
- стимулирование «здоровой» конкуренции на общем рынке ЕАЭС благодаря вхождению туда новых игроков из общего пространства;
- увеличение средней заработной платы в странах-участницах благодаря уменьшению издержек и повышению производительности труда;
- наращивание производства благодаря увеличению спроса на товары;
- повышение окупаемости новых технологий и товаров благодаря увеличенному объёму рынка;
- увеличение благосостояния народов стран ЕАЭС благодаря снижению цен на продукты и увеличению занятости населения [7].

Выгоды от ЕАЭС распределяются между его участниками весьма неравномерно. Пока больше всего выигрывает Белоруссия, меньше — Казахстан, в существенном плюсе Армения и Киргизия, а Россия является «спонсором» постсоветского интеграционного проекта [6]. Уступки партнёрам по ЕАЭС — плата России за новое объединение. Точных расчётов по этому поводу не существует, но некоторые косвенные свидетельства есть. Так, торговое партнёрство в рамках ТС является наиболее значимым для национальной экономики Белоруссии (взаимная торговля со странами — членами ТС занимала 46,4 % объёма всей её внешней торговли), на втором месте — Казахстан (18,2 % внешнеторгового оборота), на третьем — Россия (7,5 % объёма внешней торговли страны) [6].

В настоящее время в силу различных причин возникают разнообразные угрозы экономической безопасности. Каждая из этих угроз представляет определенную степень опасности для страны, что, в свою очередь, предопределяет приоритеты противодействия этим угрозам. В зависимости от источника угрозы экономической безопасности разделяются на внутренние и внешние. Внутренние угрозы представляют собой неспособность страны к самосохранению и саморазвитию, слабость инновационного фактора, неэффективность системы государственного регулирования экономики, неумение устанавливать оптимальный баланс интересов и использовать опыт разрешения социальных противоречий и конфликтов [5]. В числе внешних угроз выступают:

- территориальные претензии других государств к Российской Федерации и её союзникам;
- существующие и потенциальные очаги локальных войн и вооружённых конфликтов, в том числе в непосредственной близости от российских границ;
- возможность применения (в том числе несанкционированного) ядерного и других видов оружия массового поражения, находящегося на вооружении ряда государств;
- распространение ядерного и других видов оружия массового поражения, средств его доставки и новейших технологий военного производства в сочетании с попытками отдельных стран, организаций и террористических групп реализовать свои военные и политические устремления;
- попытки вмешательства во внутренние дела, дестабилизации внутривнутриполитической обстановки в Российской Федерации;
- подавление прав, свобод и законных интересов граждан Российской Федерации в зарубежных государствах;
- расширение военных блоков и союзов в ущерб интересам военной безопасности Российской Федерации;
- международный терроризм.

Согласно Омарова Ш.М., условно, можно выделить четыре группы внутренних и внешних угроз экономической безопасности стран ЕАЭС (табл. 2) [5].

Таблица 2 – Внутренние и внешние угрозы экономической безопасности стран-участниц ЕАЭС [5]

Внутренние угрозы	Внешние угрозы
Увеличение имущественной дифференциации населения и повышение уровня бедности	Внешняя задолженность

дифференциации населения и повышение уровня бедности	
Деформированность экономики	Сырьевая ориентация экспорта
Возрастание неравномерности социально-экономического развития регионов	Мировой финансовый кризис
Криминализация общества и хозяйственной деятельности	Продовольственная зависимость

Основные слабые точки в экономике ЕАЭС представлены на рисунке 1 [5, с. 31].



Рисунок 1 – Основные слабые точки в экономике ЕАЭС [5]

2017 год для Евразийского экономического союза был ознаменован интенсивной работой по внутренним и внешним направлениям развития. С 1 января 2018 г. вступит в силу принятый в 2017 г. Таможенный кодекс ЕАЭС. Создан союзный рынок труда, совершенствуется система социальных гарантий и легализуется миграция. Попутно на двустороннем уровне Беларусь и Россия, а также Казахстан и Кыргызстан сталкивались с вызовами в сфере энергетики и таможенного контроля. Это отразилось и на развитии торговых отношений внутри объединения: объем взаимной торговли в ЕАЭС с января по октябрь 2017 г. составил \$44 млрд., что на 26,7% больше по сравнению с аналогичным периодом 2016 г. Двусторонние споры удалось урегулировать, но в будущем в этих сферах вызовы возникнут еще не раз. Главное — чтобы наднациональные органы не становились «заложниками» двусторонних противоречий и не использовались как рычаги давления на партнера [11]. На внешнем контуре ЕАЭС сохранил линию на активную разработку соглашений о свободной торговле, как с отдельными странами, так и с другими интеграционными объединениями. В настоящее время подобное соглашение действует с Вьетнамом, и уже привело к заметному росту торговли. Ощутимое сближение позиций по аналогичным соглашениям было отмечено с Ираном, Индией, Сербией и др. В качестве перспективного направления выделяется и разработка зоны свободной торговли в многостороннем формате по линии ЕАЭС-АСЕАН. Диалог ЕАЭС с Европейским союзом напротив — отсутствует, что отражается и на интенсивности экономических отношений. Так, по данным Евразийского банка развития, в 2017 г. доля стран ЕС во внешнеторговом обороте ЕАЭС сократилась на 2,3%, а доля стран АТЭС возросла на 1,8%, составив 31,5%. Импорт из стран АТЭС в ЕАЭС уже второй год подряд превышает импорт из стран ЕС. Схожие тенденции отмечаются и в сфере прямых иностранных инвестиций.

Мы выделили возможности и угрозы для ЕАЭС в 2018 году [11]. Во-первых, это внешние угрозы, в частности, санкции, которые применяются к России и снижают покупательный спрос в стране. Также угрозой являются резкие колебания цен на энергоресурсы. Прямая корреляция: понижается курс рубля и при этом снижается выручка в валютном выражении для тех стран ЕАЭС, которые экспортируют свою продукцию в Россию. Это серьезная угроза для роста экспорта. Во-вторых, это угрозы, которые мы сами себе создаем. В Договоре о Евразийском экономическом союзе есть 63-я статья, которая называется «Основные макроэкономические показатели, определяющие устойчивость развития экономики стран ЕС». По государственному долгу и по дефициту государственного бюджета проблем нет, но по пункту инфляции у нас

серьезные проблемы — этот пункт не выполняется. В документе говорится, что разница в инфляции в странах ЕАЭС должна быть не больше 5% по сравнению с той страной, где минимальная инфляция.

Как считает Господарик Ю.П., России, Казахстану, Беларуси, Киргизии и Армении следует стремиться двигаться к интеграции, координировано решать вопросы экономической безопасности и использовать потенциалы суверенных государств для возникновения синергетического эффекта и достижения общих целей в долгосрочной перспективе. В первую очередь, для обеспечения экономической безопасности ЕАЭС целесообразно глубокое и всестороннее обоснование разработки, принятия на вооружение и поэтапную реализацию новой, современной, и ориентированной на обозримое будущее концепции обеспечения экономической безопасности ЕАЭС. По правовой природе эта концепция будет представлять собой правовую доктрину, которая должна обеспечить единый подход к решению экономической безопасности ЕАЭС [3, 4]. По мнению Ганеевой М.В. эта мера является необходимой, т.к. значительную роль в обеспечении экономической безопасности, помимо состояния экономик стран, играют меры защиты государств от экономических преступлений, которые выступают основной угрозой [2]. На фоне создания общего рынка ЕАЭС, единой таможенной территории, общности промышленной, таможенной политики, создания общего энергетического рынка и т.д., полная индивидуализация концепций экономической безопасности стран-участниц интеграционного объединения является крайне нерациональной.

Господарик Ю.П. подчеркивает, что если нормативно-правовые акты о предупреждении и пресечении финансовых преступлений вполне могут эффективно действовать на территории отдельной страны ЕАЭС, не создавая при этом существенных пробелов в обеспечении экономической безопасности, то законодательство о предупреждении и пресечении таможенных правонарушений необходимо вывести на международный уровень [3]. Омаров Ш.М. отмечает, что кроме остального, в Кодексе ЕАЭС нужна имплементация всех норм, присущих административному и уголовному действиям: виды наказаний, освобождение от наказания, назначение наказания, и другое. При этом, особое значение приобретает унификация крупного и особо крупного размеров деяния. Отметим, что во всех странах, кроме РФ, в качестве единицы измерения размера деяния и ответственности за него применяются национальные показатели (МРП, расчетный показатель, базовый показатель и т.д.) [5]. Это рациональное решение, т.к. вместо изменения сумм, как практикуется в России, ежегодно происходит индексация указанных показателей, при этом необходимости изменения цифр в нормативных актах не возникает. Тавадян А. считает уместным в Кодексе ЕАЭС о таможенных правонарушениях применить расчетный показатель, выработанный в рамках ЕАЭС и учитывающий экономическое положение каждой из стран-участниц. В дальнейшем, этот показатель может быть использован для других актов на наднациональном уровне [7].

Таблица 3 – Основные направления повышения экономической безопасности в странах ЕАЭС [8]

Страны ЕАЭС	Основные направления повышения степени экономической безопасности
Армения	- концепции ЭБ, которая должна четко определить направления, средства, мероприятия для обеспечения безопасности в долгосрочном периоде с учетом развития экономической и политической ситуации; - мониторинг и прогнозирование основных показателей ЭБ, которые должны быть положены в основу стратегии -эффективная ВЭД -участие в международных интеграционных объединениях
Киргизия	-увеличение продуктивности экономики - углубление внешнеэкономических связей
Белоруссия	-увеличение объемов экспорта и рынков сбыта - оптимизация энергозависимости от внешних источников -создание выгодных условий торгового сотрудничества

Казахстан	-степень использования транзитного потенциала республики -покрытие потребностей в энергоресурсах внутреннего рынка
Россия	-усиление позиции внутреннего производителя на отечественном рынке - укрепления связей с внешним миром - укрепление позиций страны на арене

Как указывает Ганеева М.В., основным направлением совершенствования системы экономической безопасности является создание и обеспечение безопасности всех блоков, ее составляющих: имущественного, кадрового, информационного и финансового [2]. Основные предложенные направления совершенствования таможенного контроля заключены в:

- минимизации непосредственных контактов таможенных органов и участников ВЭД на основе применения информационных технологий декларирования товаров;
- применении субъектно-ориентированного подхода к анализу и управлению рисками несоблюдения таможенного законодательства [2].

Таким образом, для обеспечения экономической безопасности ЕАЭС целесообразно глубокое и всестороннее обоснование разработки, принятия на вооружение и поэтапную реализацию новой, современной, и ориентированной на обозримое будущее концепции обеспечения экономической безопасности ЕАЭС, разработка концепции ЭБ, которая должна четко определить направления, средства, мероприятия для обеспечения безопасности в долгосрочном периоде с учетом развития экономической и политической ситуации в регионе, укрепления связей с внешним миром и другие. Совершенствование таможенного контроля базируется на модернизации контрольных инструментов механизма таможенного регулирования ВЭД ЕАЭС и унификации процессов таможенного контроля в государствах-членах ЕАЭС. Модернизированный процесс таможенного контроля не будет так эффективен, без совершенствования системы привлечения лиц к ответственности за выявленные посредством таможенного контроля правонарушения. Указанные направления модернизации способствуют наиболее эффективному содействию таможенных органов в обеспечении экономической безопасности стран ЕАЭС.

Список литературы:

1. Богомолов В.А. Введение в специальность «Экономическая безопасность»: учебное пособие. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2018. – 279 с.
2. Ганеева М.В. Внутренние угрозы экономической безопасности евразийского экономического союза// Вестник РУДН. Серия: Экономика, 2017. Том 25. № 2 .С. 168—177
3. Господарик П. Международная экономическая безопасность / Ю.П. Господарик М.В. Пашковская. – М.: МФПУ «Синергия», 2017. – 414 с.
4. Мониторинг разработки и исполнения законодательных и нормативных правовых актов, регулирующих деятельность стран - участниц Таможенного союза и создание Единого экономического пространства» [Электронный ресурс]. URL: http://www.ach.gov.ru/userfiles/bulletins/07-buletен_doc_files-fl-2353.pdf (дата обращения: 19.02.2018).
5. Омаров Ш.М. Основы экономической безопасности Евразийского экономического союза // Вестник финансового университета. 2014. № 2. С. 28-36.
6. Россия в интеграционных процессах [Электронный ресурс]. URL:https://studwood.ru/731395/ekonomika/rossiya_v_integratsionnyh_protssesah
7. Тавадян А. Ключ к успеху от интеграции стран ЕАЭС и укреплению их экономической безопасности находится в их руках [Электронный ресурс]. URL: <http://www.yerkramas.org/article/91570/a-tavadyan-klyuch-k-uspexu-ot-integracii-stran-eaes-i-ukrepleniyu-ix-ekonomicheskoy-bezopasnosti-naxoditsya-v-ix-rukax> (дата обращения 14.02.2018).
8. Проблемы экономической безопасности в современной экономике [Электронный ресурс]. URL: <https://knowledge.allbest.ru/economy/.html>

9. Шуклина З.Н. Актуальные проблемы безопасности государства и личности в условиях цифровизации мирового пространства// Международная научно-практическая конференция «ЭКОНОМИКА, БИЗНЕС, ИННОВАЦИИ»: сборник статей в 2 ч. Ч. 2. – Пенза: МЦНС «Наука и Просвещение». – 2018. – 260 с. С. 156-160
10. Экономическая безопасность: учебник для студентов вузов, обучающихся по специальностям экономики и управления / Н.Д. Эриашвили, А.П. Соколов, С.С. Маилян и др.; под ред. С.С. Маиляна Н.Д. Эриашвили. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2018. – 503 с.
- Евразийский экономический союз – 2018. Итоги года и сценарии будущего. Режим доступа: <http://mirperemen.net/2017/12/evrazijskij-ekonomicheskij-soyuz-2018-itogi-goda-i-scenarii-budushhego/>

Об авторах

Гецман Е.А., студентка Брянского государственного университета имени академика И.Г. Петровского.

Дашенко К. А., студентка Брянского государственного университета имени академика И.Г. Петровского.

Шуклина З.Н., научный руководитель, доктор экономических наук, профессор кафедры таможенного дела и маркетинга финансово-экономического факультета Брянского государственного университета имени академика И.Г. Петровского.

АНАЛИЗ РАЗВИТИЯ РЫНКА ТУР УСЛУГ В БРЯНСКОЙ ОБЛАСТИ

Голомудько И.К.

Научный руководитель - Полесская О.П., к.э.н., доцент кафедры экономики и управления

ФГБОУ ВО «Брянский государственный университет имени академика И.Г. Петровского»

В статье анализируется состояние развития турфирм по брянской области, также дается оценка въездному и выездному туризму. Выявлены вероятные причины отсутствия интереса у россиян к Брянской области как к туристской дистанции. И проанализированы сильные и слабые стороны Брянской области в сфере туризма

Ключевые слова: анализ, внутрирегиональный туризм, въездной туризм, сильные и слабые стороны, развитие, туристические услуги, показатели.

Брянская область обладает необходимым потенциалом для развития внутреннего и въездного туризма, однако относится к территориям со слабо развитым въездным и внутрирегиональным туризмом. При достаточном ресурсном туристском потенциале въездной поток в область не сформировался, хотя для его создания делается немало руководством региона и туристскими компаниями (постоянное участие в региональных и международных туристских выставках, разработка туристических маршрутов, выпуск путеводителей).[1]

Однако к ряду объективных сложностей можно отнести то, что практически во всех городах региона нет ни одного современного гостиничного комплекса туристского класса, оборудованного необходимыми удобствами, для приема экскурсантов и паломников. Одна из самых серьезных проблем на этих маршрутах - низкое качество дорог, которое создает трудности для проезда туристских автобусов. Во многих населенных пунктах не развита должным образом система общественного питания, нет туристских стоянок с санитарными зонами, не налажена торговля сувенирной продукцией.[3]

На рынке туристических услуг в Брянской области преобладают фирмы, занимающиеся продвижением и продажей туров (турагенты). Турфирмы, занимающиеся формированием, продвижением и продажей туров, представлены только филиалами и пердставительствами крупных операторов. К крупным турфирмам относится «Адмирал-Тур», «Апекс тур» по основному виду деятельности причисляемые к туроператорам, как и некоторые другие.[1]

Таблица 1 -Количество турфирм в Брянской области (с филиалами), единиц

Показатели	2015	2016	2017
Всего	64	67	68
Из них представили данные	47	53	62
в том числе по турфирмам, занимающимся: формированием, продвижением и продажей туров (туроператор)	5	8	12
продвижением и продажей туров (турагент)	38	43	48
только продвижением туров	2	-	-
иной туристской деятельностью	2	2	2
только экскурсионной деятельностью	-	-	-

Из данных таблицы 1, можно сделать следующие выводы. Во-первых, количество зарегистрированных и действующих турфирм значительно отличается. Как видно из таблицы 1, большинство турфирм не представляет отчеты и сведения о своей деятельности. Это происходит по нескольким причинам:

- некоторые из них прекратили деятельность;
- не занимались туристской деятельностью вообще;
- отсутствовали по указанному адресу;
- другие причины.

Во-вторых, по данным за три года наблюдается тенденция увеличения количества туристических фирм, это видно, как по количеству зарегистрированных, так и по количеству действующих. Из этого можно сделать вывод, что туристический бизнес в Брянской области стабильно развивается, количество туристических фирм растет равномерно. На основе этого можно предположить, что количество турфирм будет расти и далее, что позволяет делать прогноз на 2018 год.[4]

Таблица 2- Группировка турфирм по формам собственности, единиц

Показатели	2015	2016	2017
Всего	47	53	62
в том числе по формам собственности: государственная	-	-	-
муниципальная	-	-	-
частная	47	53	62
смешанная российская собственность	-	-	-
прочие формы собственности	-	-	-

Из таблицы 2 видно, что в Брянской области все туристические фирмы находятся в частной собственности. Это объясняется тем, что туристический бизнес требует мобильности, диверсификации, чем в большей степени обладает частный бизнес. Государство не всегда своевременно реагирует на изменения конъюнктуры рынка. Многие из них работают полный год, но есть и те, что работают неполный, хотя они в меньшинстве. Причем в 2016, а затем и в 2017 годах, количество турфирм, работающих неполный год, увеличилось. Наиболее это заметно на примере туроператоров. Сравнивая количества турфирм за 2016 и 2017 можно предположить, что работают неполный год турфирмы, возникшие в новом году. Они еще не приобрели постоянных клиентов и пользуются меньшим спросом туристов в силу того, что за столь короткое время они не успели себя зарекомендовать. Большинство туристских фирм занимают арендованные помещения. Это объясняется тем, что деятельность турфирм относится преимущественно к малому бизнесу, и приобретать собственное помещение просто напросто невыгодно.[4]

Наиболее близкой к туризму профессией является распространение туров, то есть работа туристических агентств. Непосредственно привлечены к туризму авиакомпании, компании по прокату машин, железные дороги, автобусы, гостиницы и рестораны, такие организации называются сторонними. К сторонним видам бизнеса также можно отнести финансовые структуры, которые финансируют развитие сферы обслуживания.

Таблица 3 - Структура расходов по приобретению прав на услуги сторонних организаций, используемых туроператорами при производстве турпродукта тыс. руб.

Показатели	2015 г.	2016г.	2017г.
Всего	5798,5	13956,5	23303,2
В том числе: по размещению и проживанию:	4335.7	10111,8	16545,5
гостиницы и другие средства размещения	4335.7	9783,3	15844,1
частный сектор	-	328,5	701,4
По транспортному обслуживанию:	1056.2	2870,3	4741,1
железнодорожный транспорт	-	97,5	156,3
воздушный транспорт	-	16,0	26,1
экскурсионные автобусы	1056.2	1932,0	2912,9
аренда автомобилей	-	824,8	1645,8
По питанию	67.0	214,0	558,5
По экскурсионному обслуживанию	294.6	394,0	502,1
На иные услуги, используемые при производстве туристского продукта	45.0	366,4	956,0

Расходы по приобретению прав на услуги сторонних организаций, используемых туроператорами при производстве туристского продукта с каждым годом, возрастают. Это объясняется несколькими причинами:

- увеличение количества туристов, это в свою очередь способствует увеличению потребляемых ими ресурсов;

- рост уровня инфляции, вследствие которого возрастают цены.

В сфере гостиничного хозяйства наблюдается ситуация использования частного сектора, при размещении туристов. Это говорит о том, что туризм начинает развиваться и в сельской местности, где частные дома служат чуть ли не единственным средством размещения.

Также возрастают расходы по транспортному обслуживанию. Роль в транспортном обслуживании экскурсионных автобусов падает, зато возрастает роль воздушного и железнодорожного транспорта, аренды автомобилей. [5]

Вероятные причины отсутствия интереса у россиян к Брянской области как к туристской дестинации:

1. Отсутствие комплексной программы реализации туристского потенциала с учетом специализации региона на туристском рынке, выделение целевых сегментов и приоритетов развития, четкого позиционирования узнаваемого образа Брянской области.

2. Неудовлетворительное состояние туристской индустрии.

3. Отсутствие маркетинговой стратегии продвижения туристского продукта Брянской области.

4. Отсутствие системы мониторинга и оперативного аудита состояния туристской отрасли.

5. Отсутствие туристской навигации.

6. Отсутствие информации о Брянской области как о туристской дестинации в СМИ.

Видами внутрирегионального туризма в Брянской области, охватывающими основные массы внутренних туристов, являются купально-пляжный, рыболовный, лесной, водный на туристских судах (байдарках). Въездной туризм в области сможет развиваться только тогда, когда будут разработаны привлекательные природно-ориентированные программы для жителей других регионов страны на основе сегодняшнего опыта организаторов внутреннего туризма. Их стержневой основой должны стать патриотический туризм, а также деловой и активный, оздоровительный, экстремальный по лесным массивам, водный (с использованием легких судов), сельскохозяйственный и паломнический виды туризма.

Международный опыт показывает, что наиболее важен и значим туризм, основанный на использовании элементов исторической народной жизни, как с точки зрения получения доходов, так и обеспечения условий для воссоздания естественной жизнеспособной исторической среды. Тенденции к возрождению интереса к народной культуре, проявляющиеся в последние годы в нашей стране и за рубежом, должны не просто учитываться, но и браться за основу при разработке нового турпродукта.[5]

Многолетняя практика показала, что въездной туризм в Брянской области, построенный только на использовании литературного и этнографического потенциала Брянского края, при определенных условиях имеет серьезные перспективы. Богатая история края может привлечь туристов из зарубежной Европы при условии воссоздания этнографических деревень, организации событийного туризма с реконструкцией исторических событий, например, продвижения региона как партизанского края времен Великой Отечественной войны.[2]

Таким образом, можно говорить, что местный туризм развивается, однако такое развитие нельзя назвать системным. Сдерживающими факторами развития основных точек притяжения являются:

отсутствие туристско-рекреационных кластеров общероссийского и международного уровней;

отсутствие показателей вклада в туристскую отрасль основных субъектов региональной туриндустрии;

неудовлетворительное состояние объектов показа, большинство из которых нуждается в реконструкции, реставрации, расширении спектра услуг;

отсутствие общего коммуникативного пространства субъектов туриндустрии, как следствие - отсутствие информации об их деятельности на всех уровнях потребления регионального турпродукта - туроператоры, турагенты, потребители;

осуществление хозяйственной деятельности за счет бюджетного финансирования большинством объектов показа;

отсутствие инновационных музейных проектов и развитой туристской инфраструктуры, что не позволяет повысить емкость основных объектов туристских посещений (увеличить сроки пребывания туристов).[2]

Проанализируем сильные и слабые стороны Брянской области в сфере туризма

Таблица 4-СВОТ анализ Брянской области на рынке туруслуг РФ

Показатель	Описание
Сильные стороны (преимущества)	1. Богатая история партизанской борьбы с немецко-фашистскими захватчиками в годы Великой Отечественной войны 1941 - 1945 годов. 2. Уникальное географическое положение Брянской области, имеющей прямое сообщение со всеми окружающими областями Центрального федерального округа, а также с Республикой Беларусь и Украиной. 3. Наличие производства хрустальных изделий (отнесено к народным промыслам) и предприятий стекольной продукции. 4. Развитое транспортное машиностроение, аграрный сектор и переработка сельхозпродукции. 5. Большой объем автотранспортных и железнодорожных перевозок. 6. Региональное положение на смешении западной и восточной культур населяющих народов, вызывающих интерес к историческому взаимодействию и становлению российской государственности. 7. Благоприятные природные условия, мягкий климат с отсутствием резких перепадов температур. 8. Обширные лесные массивы, пригодные для активного туризма, оздоровительного отдыха. 9. Наличие рек и озер, пригодных для водного туризма. 10. Архитектурные достопримечательности представлены памятниками церковного зодчества, самые ранние из которых относятся к XVII веку. 11. Большое количество санаториев, расположенных в лесных массивах
Слабые стороны (проблемы, недостатки)	1. Недостаточно информации о Брянской области как о туристско-привлекательном направлении. 2. Отсутствие плановой работы по продвижению на мировых и региональных туристских рынках. 3. Сезонность большинства внутриобластных маршрутов. 4. Доминирование точечных туристских объектов и турпродуктов. 5. Недостаток международных авиаперевозчиков на Брянском рынке. 6. Низкий технический уровень дорожной сети, в особенности автомобильной, необходимость обновления инженерной инфраструктуры. 7. Недоиспользование существующих природных ресурсов. 8. Нехватка квалифицированных кадров. Недостаток квалифицированных специалистов в сфере оказания туристских услуг, в том числе гидов, экскурсоводов, инструкторов-проводников для активных форм туризма. 9. Рекреационный туризм - отсутствие обустроенных зеленых стоянок. 10. Неудовлетворительное состояние дорожно-транспортной и другой инфраструктуры. 11. Отсутствие крупных бизнес- и конгресс-центров; недостаточно средств размещения категории 3 - 4 звезды, низкая доля предприятий инновационного статуса. 12. Недостаточная пропаганда здорового образа жизни. 13. Водный туризм - изношенность судов и речной инфраструктуры; обмеление рек и непроходимость участков путей внутренних вод.

	14. Сельский туризм - недостаточное количество средств размещения туристов
Возможности (перспективы)	1. Значительное увеличение туристического потока, связанного с реализацией на территории региона проекта "Туристический патриотический маршрут "Партизанскими тропами Брянщины" в рамках Национальной программы детского культурно-познавательного туризма. 2. Предполагается количественное и качественное развитие дорожной инфраструктуры региона. 3. Реализация благоприятного географического положения через развитие внутреннего и въездного туризма. 4. Расширение международного культурного, исторического, делового и иного сотрудничества. 5. Возможность организации программ обучения специалистов в области туризма и профессиональной переподготовки местного населения на основе специализации местных образовательных организаций высшего образования. 6. Создание и продвижение конкурентоспособных туристских брендов. 7. Снижение фактора сезонности за счет создания новых турпродуктов (зимняя рыбалка, лыжные трассы и т.п.). 8. Формирование привлекательного имиджа (бренда) региона, создание благоприятного инвестиционного климата
Угрозы (трудности, риски)	1. Последствия Великой Отечественной войны 1941 -1945 годов, приведшие к значительным разрушениям и гибели исторических архитектурных памятников. 2. Конкурентные и инвестиционные преимущества других субъектов Российской Федерации

На основе синтеза факторов анализа выявлено, что наиболее важными благоприятными факторами внешней и внутренней среды Брянской области, которые необходимо закладывать в основу стратегии повышения конкурентоспособности туризма, являются:

- наличие героической истории Великой Отечественной войны;
- реализация на территории региона проекта "Туристический патриотический маршрут "Партизанскими тропами Брянщины" в рамках Национальной программы детского культурно-познавательного туризма;
- наличие природных ландшафтов, лесничеств, большого количества природных заказников и памятников природы;
- наличие богатого исторического и культурного наследия;
- выгодное географическое положение;
- наличие достаточно благоприятных природно-климатических условий;
- развитая транспортная инфраструктура;
- близость границ с некоторыми странами СНГ и Восточной Европы;
- ожидаемый резкий рост деловой активности на основе создания западного транспортно-логистического узла.

Наиболее важными негативными факторами развития туризма области, ограничивающими возможности и снижающими конкурентоспособность, являются:

- низкий уровень информированности населения и специалистов туриндустрии в Брянской области как о туристской дестинации;
- отсутствие турпродуктов, соответствующих международным стандартам;
- доминирование точечных туристских объектов и турпродуктов, отсутствие туров комплексного характера;
- низкий уровень использования туристского потенциала области;

- недостаток и низкое качество туристской инфраструктуры и сервиса;
- низкое качество дорог.[5]

Список литературы:

1. Балаева А. Сфера услуг в мировой экономике: тенденции развития// Мировая экономика и международные отношения. – 2015. - № 3. – С. 23-29.
2. Ефремова М. Экономика туризма и оценка ее динамики// Экономист. – 2014. - № 12. – с. 72-76.
3. Быстров С.А. Организация туристской деятельности. Управление турфирмой: Учебное пособие. — М.: Форум: НИЦ ИНФРА-М, 2014. — 400 с.
4. Денисенко А.В. К вопросу о роли туризма в социально-экономической жизни страны// Труд и социальные отношения. – 2014. - № 5. – 145-150.
5. Ефремова М. Экономика туризма и оценка ее динамики// Экономист. – 2014. - № 12. – с. 72-76.

Об авторах

Голомудько Ирина Константиновна, студентка Брянского государственного университета имени академика И.Г. Петровского.

Полесская Ольга Петровна, научный руководитель, кандидат экономических наук, доцент кафедры экономики и управления Брянского государственного университета имени академика И.Г. Петровского.

ОСОБЕННОСТИ НИВЕЛИРОВАНИЯ УГРОЗ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ БЕЗОПАСНОСТИ В СОВРЕМЕННЫХ ГЕОПОЛИТИЧЕСКИХ УСЛОВИЯХ

Енькова А.В.

Научный руководитель - Шуклина З.Н., д.э.н., профессор кафедры таможенного дела и маркетинга

ФГБОУ ВО «Брянский государственный университет имени академика И.Г. Петровского»

В статье рассматриваются угрозы экономической безопасности в современных высокорисковых геополитических условиях. Представлены мнения ученых относительно этой проблемы. Произведен анализ сущности понятия экономической безопасности, раскрыты цели и задачи Стратегии экономической и национальной безопасности РФ. Уточнены понятия «экономическая безопасность», «угрозы экономической безопасности», «нивелирование угроз», «геополитическая ситуация» и «геополитические условия». Проанализированы статистические данные ФТС по объему экспорта России в 2017 году. Определены негативные факторы и направления нивелирования угроз экономической безопасности в современных геополитических условиях.

Ключевые слова: экономическая безопасность, угрозы экономической безопасности, пути нивелирования угроз, государство, сферы экономики, геополитические угрозы, экономическое развитие

В современных нестабильных, высокорисковых геополитических условиях между государствами возникает множество разногласий, негативно сказывающихся не только на их развитии, но и на экономической безопасности. Большое значение в геополитике придается экономическим и политическим интересам государства, а процессы глобализации, как одни из значимых факторов развития, непрерывно и повсеместно влияют на социально-экономические сферы жизни. Для того, чтобы проанализировать особенности нивелирования угроз

экономической безопасности в современных геополитических условиях было произведено сравнение мнений учёных относительно этой проблемы. Селиванов А.И. утверждает, что взаимное сотрудничество стран положительно влияет на укрепление позиций на мировом рынке и повышение конкурентоспособности государства. Однако, Селиванов А.И. подчеркивает, что в ходе взаимодействия страны могут вступать в конфликты, где каждая сторона будет представлять свои национальные интересы, то есть обеспечивать национальную безопасность государства [13]. Именно поэтому, выбор инструментов совершенствования способности устранения возникших угроз является актуальным в данное время.

Карзаева Н.Н. пишет, что нехватка безопасности в современном обществе является одной из важных потребностей граждан, общества и государства в целом. В ходе увеличения разного рода негативных факторов, влияющих на развитие стран, а также нестабильного развития экономических и политических связей, потребность в безопасности является жизненно необходимой [10].

Многие ученые в разные периоды занимались изучением экономической безопасности, в связи с чем существует большое количество определений понятия «экономическая безопасность». В работе Авдийского В.И. под безопасностью понимается такая деятельность, которая позволит разрешить появившиеся противоречия между возникшими угрозами и потребностями общества по устранению этих угроз, а также последствий их негативного воздействия [4]. По мнению российского экономиста, доктора экономических наук Абалкина Л.И. экономическая безопасность - это взаимодействие условий и факторов, которые способствуют созданию независимой и стабильной национальной экономики, а также ее возможность развития и совершенствования [10]. Глазьев С.Ю. считает, что это состояние экономической системы и производства страны в рамках саморазвития и поддержания уровня национальной безопасности для выхода на мировой рынок конкурентоспособной страны [8]. С точки зрения Делягина М.Г., российского экономиста и политика, экономическая безопасность есть не что иное как защита государственных интересов от незаконных способов ведения государственной деятельности, в том числе от мошенничества, коррупции и хищений.

В своих исследованиях доктор экономических наук, профессор Паньков В.С. изучая понятие «экономическая безопасность» делает акцент на совершенствовании и поддержании отдельных отраслей экономики в процессе влияния на них угроз. По мнению исследователя, экономическая безопасность – это выработанный иммунитет экономической системы государства перед влиянием неблагоприятных угроз и воздействий, нарушающих нормальное функционирование государства и подрывающих достигнутый уровень жизни граждан [13]. Следует обратить внимание на то, что экономическая безопасность представляет собой такое состояние защищенности экономики государства от негативного влияния внешних и внутренних угроз и опасностей, нарушающих функционирование экономики, при которой деятельность государства стремится минимизировать причиненный ущерб после появления угроз и неблагоприятных воздействий, дестабилизирующих достигнутый уровень жизни населения и подрывающих экономическую безопасность.

В целях реализации данных направлений в 2017 году был принят Указ Президента РФ №208 «О Стратегии экономической безопасности Российской Федерации до 2030 года», являющийся базовым документом, ориентированным на поддержание необходимого уровня функционирования государства. Следует подчеркнуть, что в Стратегии так же выделены интересы и экономические приоритеты России, задачи и меры внутренней и внешней политики. Помимо этого, Стратегия определяет основные направления борьбы с вызовами и угрозами экономики, предотвращение появления кризисов и ухудшения жизни населения. Перечисленные действия необходимы для того, чтобы укрепить экономическую безопасность России и обеспечить должный уровень развития страны в долгосрочной перспективе [1].

Плотников В.С. рассматривает процесс нивелирования угроз экономической безопасности и утверждает, что под минимизацией и сглаживанием возникших негативных факторов, которые оказывают влияние на экономику государства понимается нивелирование угроз экономической безопасности. Отмечается, что процесс нивелирования в широком смысле применим в геодезии, то

есть это разность между высотой двух и более точек земной поверхности относительно исходной точки с целью проектирования чего-либо. Применяя такую формулировку относительно государства, Плотников В.С. предложил модель государства и влияющих на него угроз (рис.1) государство выступает в роли планеты, уровень экономической безопасности представляет собой воздушную оболочку, окружающую землю, поверхность земли – это различные сферы государства, а всевозможные горы, вулканы будут являться угрозами [12].

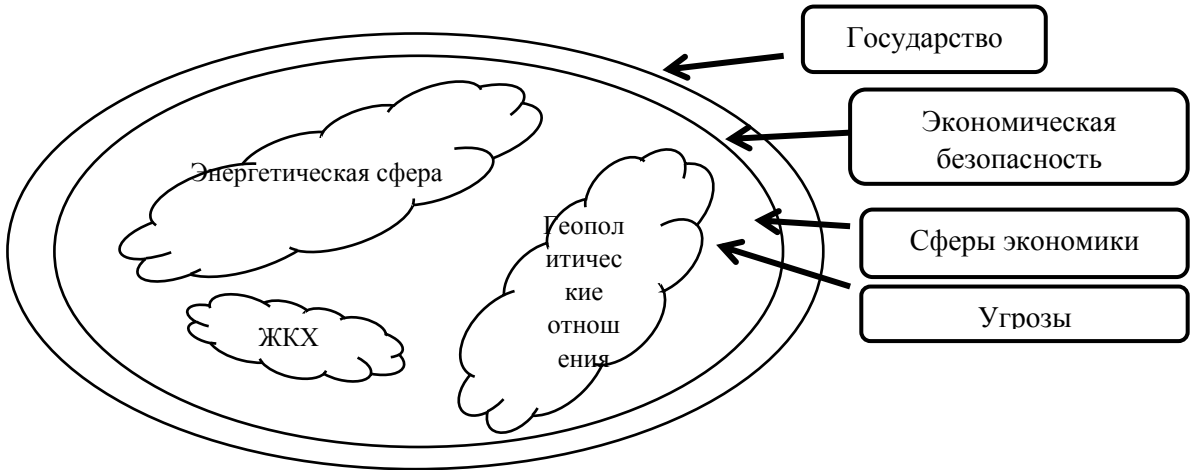


Рисунок 1 – Модель экономической безопасности государства [9] И сходя из этого, по мнению

Бащенко Т.В., нивелирование угроз экономической безопасности – это не только сглаживание государством возникших угроз [5]. Существуют так же цели и условия нивелирования, которые являются взаимно дополняемыми показателями, определяющими основные направления развития экономической безопасности и условия для достойного развития экономики страны. (табл.1)

Таблица 1

Условия нивелирования	Цели нивелирования
Поиск сферы экономической системы, оказывающей влияние на экономическую безопасность	Укрепление экономического суверенитета РФ
Определение угроз, возникающих в данной сфере экономики	Создание способности противостояние экономики внешним и внутренним угрозам и опасностям
Создание проекта развития данной сферы, учитывая все возможные угрозы и делая акцент на экономическую безопасность	Поддержание развития потенциалов и комплексов во всех сферах

Ц
ели и
услови
я
нивели
ровани
я угроз
эконом
ическо
й

безопасности

Буданова О.А. рассматривает основные задачи нивелирования угроз экономической безопасности:

1. Определение сферы экономической системы, которая оказывает влияние на экономическую безопасность;
2. Выявление угроз, влияющих на экономическую безопасность государства;
3. Сглаживание выявленных угроз;
4. Создание проектов, направленных на развитие всех сфер экономической системы;
5. Реализация разработанных проектов;
6. Выведение экономики государства на конкурентоспособный уровень;
7. Создание условий для обеспечения экономической безопасности в стране [6].

Под угрозами экономической безопасности Буданова О.А. понимает неблагоприятное воздействие условий и факторов, оказывающих прямое или косвенное влияние на экономические процессы и наносящее ущерб экономическим интересам государства. Процесс глобализации общественных процессов играет важную роль в развитии и укреплении государства, так как

противодействие ему приведет к появлению большего количества угроз для экономической безопасности. Как известно, теоретики и сторонники процесса глобализации поддерживают идею отказа государства от суверенитета и собственной культуры, так как процесс глобализации подразумевает переход от самобытности к универсальным принципам, в том числе ценностям, нормам и интересам [6].

Поэтому, в нынешних условиях развития экономических отношений России с рядом других стран, обострения геополитической ситуации, а так же введением ограничительных санкций против России, по мнению Вязиной А.В., возникает потребность в развитии безопасного экономического пространства и создания механизмов для обеспечения должного уровня национальной безопасности с учетом геополитического положения государства. Ухудшение геополитической ситуации, которое представляет собой ряд событий, отрицательно влияющих на взаимосвязь экономических, политических, военных и другие сфер государственной деятельности представляет опасность не только одному конкретному государству, но и всему миру [7]. Существование данной потребности в развитии подтверждает утвержденный в 2015 году Указ Президента РФ №683 «О стратегии национальной безопасности Российской Федерации». Так как стратегия является базовой основой, то определяет национальные интересы и национальные приоритеты России, направления развития для укрепления национальной безопасности и возможности устойчивого развития в долгосрочной перспективе, а так же отражены общие интересы граждан, общества и государства в целом [2].

Вахруков С.А., помощник секретаря Совета безопасности РФ, в одном из своих интервью утверждает, что данная стратегия ставит на первый план экономическое развитие страны, достойное обеспечение безопасностью всех сфер экономики, способствование созданию условий для жизни и развития личности, а так же создание конкурентоспособной экономической структуры с дальнейшим выводом ее на новый мировой уровень. Важной целью, согласно стратегии, является такое развитие страны, которое поспособствует выводу России в число стран-лидеров по объему валового внутреннего продукта, что позволит улучшить качество действий, направленных на противостояние внутренним и внешним угрозам [16].

В своей научной работ Ковалев В.А. утверждает, что располагаемые ресурсы, большая площадь территории и стабильное развитие всех отраслей государства показывает мощный потенциал Российской Федерации. Ковалев предполагает, что может быть создано самостоятельное, сильное, развитое государство с процветающей территорией и наложенной структурой функционирующих между собой сфер государства, а так же создает предпосылки для выступления России в мировом обществе как государства, способного оказывать влияние на глобальные экономические, политические, социальные и другие процессы. Но при этом количество геополитических угроз увеличивается, а к основным можно отнести:

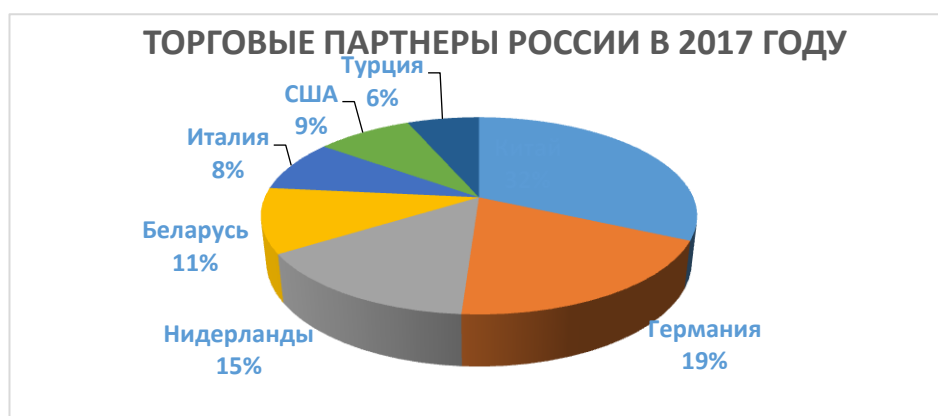
1. Вытеснение России с мировой арены;
2. Переманивание высококвалифицированных специалистов и современных технологий за границу;
3. Попытки навязывания невыгодных международных сделок и договоров;
4. Ввязывание в конфликты с другими государствами;
5. Увеличение импортной зависимости и уменьшение экспортных поставок [11].

По мнению Шуклиной З.Н., ухудшение геополитической ситуации, нестабильное развитие государства, макроэкономический кризис и ухудшение отношений России с рядом стран, показывают всю значимость в сохранении государственного суверенитета, конституционального строя и территориальной целостности. Экономическая стабильность и независимость на сегодняшний день занимает одно из центральных мест среди государственных проблем, требующих решения [14]. Исходя из данных ФТС, Россия, которая в основном экспортирует за рубеж сырье, постепенно старается увеличить свои поставки, тем самым выйдя на новый уровень развития, несмотря на трудную сложившуюся ситуацию на мировой арене и рядом ограничений для России. В 2017 году основную долю в объеме экспорта России занимали топливно-энергетические товары – 59% (в 2016 году – 58%), из них нефть сырая – 38% (в 2016 году – 37%), нефтепродукты – 24% (в 2016 году – 23%), природный газ – 14,5% (в 2016 году – 16%). К

основным торговым партнерам в 2017 году можно отнести Китай, Германию, Нидерланды, Беларусь, Италию, США, Турцию, Республику Корея, и Казахстан. (рис.2) [15]

Рисунок 2 – Основные торговые партнеры России в 2017 году (авторский рисунок на основе материалов ФТС)

Вякина А.В. утверждает, что геополитические условия – это такой процесс, в ходе которого на первый план выдвигается военно-политическая мощь страны и способность завоевывать новые территории. В ходе обеспечения защиты национальных интересов и всестороннего развития общества и государства, меняется также и геополитическое положение государства [7]. Именно поэтому в процессе реализации действий для обеспечения национальной, в том числе экономической безопасности следует делать акцент на защиту интересов России в евразийском геополитическом пространстве. Управление государством и предотвращение угроз на современном



этапе развития мирового общества достаточно сложный процесс. Необходимо понимать, что выявление угроз, влияющих на экономическую безопасность, в одной конкретной сфере, например военно-политической, будет недостаточно. Иванова В.А. в своей работе подчеркивает важность анализа воздействий каждой сферы на безопасность других государственных систем. Иванова В.А. подчеркивает важность в связи с тем, что каждая сфера может влиять на экономическую безопасность не только через свои собственные показатели, но и оказывать влияние на показатели безопасности других сфер, а это в свою очередь влияет на общую безопасность государства [9].

Глазьев С.Ю., советник Президента РФ по вопросам экономического развития подчеркивает, что трудность управления всеми сферами и обеспечения экономической безопасности в первую очередь определяется сложившейся напряженной геополитической ситуацией. Глазьев С.Ю. утверждает, что Россия находится в достаточно непростом положении, в связи с ведением против нее санкций и попыткой получить над ней контроль со стороны США. Существует потребность корректировать и подстраивать военную политику РФ с учетом напряженных геополитических отношений, межгосударственных взаимодействий и неустойчивого развития политических процессов. Навязывание США своих геополитических правил другим странам в своих собственных интересах и манипуляция геополитическими решениями других стран может повлечь за собой угрозы не только для России, но и для мирового сообщества в целом. В ходе разрешения геополитических противоречий мировое сообщество будет использовать военную силу и другие располагаемые ресурсы [8].

В связи с этим Плотников В.С. подчеркивает, что для обеспечения национальной безопасности и противостоянию внешним факторам, Россия должна развивать способность выявлять потенциальные угрозы, наладить взаимодействие между всеми сферами деятельности. Это так же является важной особенностью процесса нивелирования. Обнаружение угроз на начальных стадиях позволяет снизить затраты на предотвращение последствий угроз и обойтись лишь профилактическими мероприятиями не усугубляя экономическое положение государства [12]. Россия стремится сделать более эффективным процесс нивелирования угроз экономической безопасности в современных геополитических условиях, что подтверждает утвержденная Президентом РФ «Военная доктрина Российской Федерации». Военная доктрина является одним

из базовых документов в каждом государстве, так как в ней можно получить ответы на такие вопросы как:

1. Кто является вероятным противником России;
2. Какие методы использовать для предотвращения конфликтов;
3. Какие формы и способы ведения вооружения необходимы для предотвращения возникших конфликтов и другие.

В связи с этим Военная доктрина определяет экономические интересы РФ на долгосрочную перспективу, а так же способы их защиты. При этом, Военная доктрина отражает в себе правовые нормы Конституции РФ, федеральных законов и международных договоров, в области обороны и вооружения государства, Указов Президента РФ и Правительства, а так же необходимость использования экономических, политических, экологических, информационных и других механизмов и стратегий для защиты государственных интересов, что обеспечивает национальную безопасность [3].

Таким образом, сложившаяся на данный момент геополитическая ситуация в мире, введение санкций и враждебное поведение других стран по отношению к России в связи с развитием в нашей стране способностей самостоятельного противостояния внутренним и внешним неблагоприятным факторам представляет собой совокупность проблем, которые необходимо устранять или сглаживать в момент их зарождения. Именно поэтому управление государственными процессами обеспечения национальной, в том числе экономической безопасностью государство в конкретный момент времени с учетом конкретных обстоятельств играет важную роль в стабильном развитии и существовании страны.

Список литературы:

1. Указ Президента РФ от 13.05.2017 г. №208 «О Стратегии экономической безопасности Российской Федерации до 2030 года»
2. Указ Президента РФ от 31.12.2015 г. №683 «О стратегии национальной безопасности Российской Федерации»
3. Военная доктрина Российской Федерации (утверждена Президентом РФ 25.12.2014 N Пр-2976)
4. Авдийский В.И. Национальная и региональная экономическая безопасность России. Учебное пособие.-М.:Инфра-М, 2017.-363 с.
5. Башенко Т.В. Национальные интересы и геополитические угрозы // Перспективы государственно-правового развития России в 21 веке. 2016. С. 39-42
6. Буданова О.А. Угрозы экономической безопасности и пути их нивелирования // Форум молодых ученых. 2017. №6. С.270-274
7. Вякина А.В. Безопасности экономического развития РФ в условиях нарастания геополитических угроз // Национальные интересы: приоритеты и безопасность. 2016. №5. С. 178-191
8. Глазьев С.Ю. Экономика будущего. Есть ли у России шанс?.М.: Litres, 2017. – 665 с.
9. Иванова В.А. Угрозы экономической безопасности на современном этапе // Экономика и управление: проблему, тенденции и перспективы развития. 2017. С. 34-37
10. Карзаева Н.Н. Основы экономической безопасности: Учебник.-М.: Инфра-М, 2017.-276 с.
11. Ковалев В.А. Управление системой государственной безопасности в условиях современных геополитической конфронтации // Вестник Поволжского института управления. 2017. №2. С. 4-10
12. Плотников В.С. Геополитические угрозы экономической безопасности РФ // Говорят специалисты. 2016. С. 185-187
13. Селиванов А.И. Экономическая безопасность России: теоретический и практический ренессанс системного подхода // Финансы: теория и практика. 2017. С. 12-22
14. Шуклина З.Н. Актуальные проблемы безопасности государства и личности в условиях мирового пространства // Международная научно-практическая конференция «Экономика, бизнес,

инновации»: сборник статей в 2ч. Ч. 2ю – Пенза: МЦНС «Наука и Просвещение». – 2018. С. 156-160

15. <http://customs.ru> – Официальный сайт ФТС России

16. <https://www.rbc.ru/politics/> - Официальный сайт РосБизнесКонсалтинг

Об авторах

Енькова А.В., студентка Брянского государственного университета имени академика И.Г. Петровского.

Шуклина З.Н., научный руководитель, доктор экономических наук, профессор кафедры таможенного дела и маркетинга финансово-экономического факультета Брянского государственного университета имени академика И.Г. Петровского.

ОПРЕДЕЛЕНИЕ ПЕРСПЕКТИВ РАЗВИТИЯ СЕЛЬСКОХОЗЯЙСТВЕННОГО ПРОИЗВОДСТВА В СПК “ВОСТОК”

Ерохина Л. М.

Научный руководитель - Пшибыш Елена Владимировна, старший преподаватель кафедры землеустройства

Белорусская государственная сельскохозяйственная академия, г. Горки,
Республика Беларусь

В данной статье приведены данные об урожайности сельскохозяйственных культур на перспективу в СПК “Восток”. Представлены данные о планируемой урожайности картофеля, многолетних трав, а также планируемый урожай и расчеты численности поголовья крупного рогатого скота.

Ключевые слова: урожайность, плодородие почв, поголовье скота, сельскохозяйственная продукция.

Введение. При обосновании использования земель по проекту в качестве исходных используются планируемые показатели развития растениеводства и животноводства хозяйства, в частности, урожайность сельскохозяйственных культур, поголовье скота, его продуктивность.

Обсуждение результатов. Планируемую урожайность зерновых культур с учетом уровня эффективного плодородия почв, вносимых органических и минеральных удобрений можно рассчитать по формуле:

$$(1) \quad Y = B_{\pi} * (C_6 + D_{NPK} * O_{NPK} + D_{OY} * O_{OY})$$

где B_{π} – балл пахотных земель

C_6 – цена балла пахотных земель, ц (40 кг продукции);

D_{NPK} – норма внесения минеральных удобрений в действующем веществе, кг/га

O_{NPK} – оплата минеральных удобрений урожаем, ц на 1 кг (0,052);

D_{OY} – норма внесения органических удобрений, т/га (30 т)

O_{OY} – оплата органических удобрений урожаем, ц на 1 т (0,2).

После проведенных расчетов в СПК “Восток” на перспективу планируемая урожайность зерновых составит 34,0 ц/га.

Урожайность других сельскохозяйственных культур можно установить используя коэффициенты их примерного соотношения с урожайностью зерновых.

Так, урожайность картофеля планируется в восемь раз выше урожайности зерновых культур и составит 275 ц/га, такая же планируется и урожайность силосных. Урожайность кормовых корнеплодов на перспективу составит 446 ц/га, что в 13 раз выше урожайности зерновых.

Планируемая урожайность сена многолетних трав в 1,6 раз выше урожайности зерновых культур и составит в СПК 55 ц/га.

Величина урожая сельскохозяйственных культур может уточняться с учетом прихода фотосинтетически активной радиации (ФАР) и коэффициента использования ФАР посевами, биогидротермического показателя, влагообеспеченности посевов.

Удой от одной коровы на перспективу в СПК “Восток” увеличится на 200 кг и составил 4500 кг в год. Среднесуточные привесы молодняка крупного рогатого скота составляют 700г. Эти показатели учитывают достигнутые результаты данного хозяйства, а также передовых хозяйств района.

Расчет поголовья скота велся с учетом имеющейся площади условных пахотных земель в хозяйстве, которая рассчитывается по формуле:

$$S_{\text{усл.пах.з.}} = S_{\text{п}} + S_{\text{луг}} * K_1 + S_{\text{п.к}} * K_2, \quad (2)$$

где $S_{\text{п}}$, $S_{\text{луг}}$, $S_{\text{п.к}}$ – площадь соответствующих пахотных земель, луговых земель под сенокошение и выпас скота, земель под постоянными культурами, га;

K_1 – коэффициент перевода площади луговых земель под сенокошение и выпас скота в условные пахотные (0,7);

K_2 – коэффициент перевода площади под постоянными культурами в условные пахотные (0,5).

В СПК “Восток” площадь условных пахотных земель составляет 4505,3 га.

В первую очередь рассчитывается площадь, не участвующая в производстве кормов для общественного продуктивного скота. Эта площадь будет использована для производства продукции на выполнение договоров, обеспечения кормами лошадей, на семена, продажу населению и другие внутрихозяйственные нужды. Площадь, не участвующая в производстве кормов, составила – 1371,га.

По укрупненным нормам кормовой площади для различных животноводческих ферм и комплексов и площади условных пахотных земель рассчитывается поголовье скота в хозяйстве на перспективу, с учетом специализации хозяйства, наличия существующих капитальных животноводческих помещений, трудоспособных работников и других условий.

Заключение. В СПК “Восток” предусмотрено иметь 1000 голов коров (для их содержания при урожайности зерновых 34 ц/га необходимо 2053 кормовой площади). Для содержания данного поголовья скота с расчетной продуктивностью в хозяйстве проектом предусмотрено производить кормов: концентраты – 37320 ц, сенаж – 39830 ц, силос – 141200 ц, корнеплоды – 43520 ц, зеленый корм – 198650 ц, сено – 11993ц.

В СПК “Восток” планируется производить 10600 ц мяса и 45000 ц молока, что составит 209 ц и 843 ц на 100 га сельскохозяйственных земель соответственно.

Список литературы:

1. Каган, А.М. Формирование оптимальных размеров сельскохозяйственных организаций Беларуси / А.М. Каган, А.В. Колмыков. – Минск: Ин-т. исслед. в АПК НАН Беларуси, 2010. – 192 с.
2. Шаманаев, В.С. Эффективное использование земли в условиях индустриализации сельского хозяйства / В. С. Шаманаев. – М.: Колос, 1979. - 208 с.

Об авторе

Ерохина Лилия Михайловна, студентка 4 курс 1 группа, землеустроительный факультет, Белорусская государственная сельскохозяйственная академия, г. Горки, Республика Беларусь.

ВЛИЯНИЕ ВНЕШНИХ ФАКТОРОВ НА СТЕПЕНЬ ОТКРЫТОСТИ ЭКОНОМИКИ РФ

Зернина А.М.

ФГБОУ ВО «Брянский государственный университет имени академика И.Г. Петровского»

В статье уточнено понятие открытой экономики, представлен анализ влияния внешних факторов на открытость экономики, рассмотрены тенденции современного развития внешнеэкономической деятельности (ВЭД) с учетом отрицательной динамики внешнеторгового оборота РФ, сокращения количества участников ВЭД, ожидаемого уменьшения объемов внешней торговли в физическом выражении.

Ключевые слова: открытость, экономика, внешнеторговая деятельность, факторы, влияние

В сложных геополитических, информационно-экономических условиях возрастает значение оценки влияния внешних факторов на открытость экономики страны, что предполагает выявление рисков, оценку угроз, вызовов и опасностей, нарушающих баланс развития и ограничивающих динамику укрепления конкурентоспособности.

Под фактором понимают причину, движущую силу какого-либо процесса, определяющую его характер или отдельные его черты. На экономику РФ оказывают влияние внешние и внутренние факторы. К числу первых можно отнести ухудшение мировой конъюнктуры, обороты внешней торговли и другие. В современной экономической литературе «открытая экономика» рассматривается в широком смысле слова. Так А.Ю. Булатов, понимает под открытой экономикой такое национальное хозяйство, где иностранным хозяйствующим субъектам открыт доступ на большинство рынков и большинство отраслей и сфер.

С целью раскрытия факторов финансового преуспевания новейших промышленных государств. Всемирным банком было проведено широкое изучение, вследствие которого получилось определить воздействие трёх групп:

1. достижение общественно-политической и макроэкономической стабильности;
2. инвестиции в человеческие ресурсы;
3. ориентация на внешние рынки.

Учет фактора внешних структурных сдвигов (в структуре внешней торговли, международной платежной и валютной систем) чрезвычайно усложняет задачу осуществления экономического роста на основе эффективных структурных преобразований. Существует минимально необходимый размер инвестиций в структурные сдвиги, которые способны инициировать поступательное структурное развитие экономики. При этом объем инвестиций в прогрессивные структурные сдвиги должен быть большим или, по крайней мере, сопоставимым с размером инвестирования регрессивных изменений в структуре экономики. Ключевые позиции в национальной хозяйственной системе должны занимать отрасли, обеспечивающие новое качество экономического роста (наукоемкие отрасли и отрасли, базирующиеся на прорывных инновационных технологиях, в том числе обновленное сельское хозяйство).

Развитие эффективной и конкурентоспособной рыночной экономики в России невозможно без ее взаимодействия с мировым хозяйством. Открытие экономики нашей страны несет новые потенциальные возможности экономического роста и обеспечивает переход к развитию по нормам и правилам мирового сообщества. Вместе с тем, этот процесс обнажает проблему неравномерного сосредоточения внешнеэкономической деятельности по субъектам Российской Федерации. Эта неравномерность обусловлена характером международной специализации Российского государства, особенностями размещения экспортных ресурсов, экономики и населения.

Иванова С.А. в своей работе рассматривала либерализацию внешнеэкономической деятельности, и показала её сильное воздействие на региональные процессы. Это, в свою очередь, влияет на финансово-экономическое положение регионов, инвестиционную привлекательность, доходы населения. Для многих субъектов РФ внешнеэкономические отношения стали важным и доминирующим фактором динамичного социально-экономического развития в рамках открытия отечественной экономики. В связи с этим особую актуальность приобретают исследования регионального аспекта открытости экономики России [3].

Проблема открытости экономики имеет два аспекта — нормативно-институциональный и структурный. Первый определяет правовое регулирование, а второй связан с уровнем развития и структурой экономики. Если изменение законодательства сравнительно быстрый процесс, то изменение структуры экономики требует значительно большего времени и громадных капиталовложений. Отражая структуру экономики, геоэкономическое положение и экспортный потенциал субъекты РФ сильно различаются по объемам прямых иностранных инвестиций. Это означает, что регионы России с разной скоростью приспосабливаются к условиям открытой экономики [4].

Устранение сильной межрегиональной дифференциации по объемам привлеченных иностранных инвестиций должно происходить путем повышения инвестиционной привлекательности тех регионов, в которых она невелика. При этом, особенно важно учитывать то, что резко неравномерное размещение инвестиций вызывает асимметрию территориальной структуры экономики России. Активизация инвестиционной деятельности в отдельных регионах позволит смягчить проблему поляризации экономического пространства страны [5].

Согласно Матюшкиной А. А., открытая экономика – экономика, интегрированная в мировое экономическое пространство, достаточно полно реализующая преимущества международного разделения труда, активно использующая различные формы мирохозяйственных связей, обусловленные процессами глобализации [5]. Рамазанов Р.Р. трактует открытую экономику как «систему рынков, на которых представлен зарубежный сектор» [7]. Воронцовский А.В., Ефимова Е.Г. под открытой экономикой имеет ввиду неограниченное перемещение товаров, капиталов и рабочей силы через границу страны [1]. Опираясь на вышеперечисленные определения, следует отметить, что при подобной трактовке "открытой экономики", практически любая страна может рассматриваться в качестве таковой. Однако в мире нет полностью открытых экономик, обычно говорят о более или менее открытых экономиках [2].

Наиболее точное определение понятия «открытая экономика» даёт Иванова С.А., которая уточняет что: «открытая экономика - это национальная экономика с высокой степенью включенности в международные экономические отношения» [3]. Поскольку именно международные экономические отношения, осуществляемые в различных формах, таких как: - международная (мировая) торговля товарами и услугами; международное движение капитала; - международная миграция рабочей силы; - международная торговля знаниями (международная передача технологий); - международные валютно-расчетные отношения; характеризуют связи между различными странами. И поэтому, степень их развития может быть отражением открытия экономики.

Важной характеристикой открытой экономики является показатель вовлеченности страны в мирохозяйственные связи, который выражается в степени ее "открытости" внешнему миру. Исследователи во главе с Крохичевой Г.Е понимают под открытостью экономики такое условие, при котором любой экономический субъект, вправе осуществлять внешнеэкономические операции. Иностранные юридические и физические лица на равных условиях со всеми производителями действуют на внутреннем рынке в соответствии с установленным законодательством и общепринятыми международными нормами"[4].

Факторы, влияющие на степень открытости экономики [6]:

- уровень экономического развития страны;
- структура общественного производства;
- обеспеченность ресурсами;
- емкость внутреннего рынка.

По предварительной оценке Росстата, в первом квартале 2017 года рост ВВП составил 0,5%. Это самая лучшая квартальная динамика с 2014 года. Увеличение ВВП произошло на фоне роста промышленного производства и сельского хозяйства. Снизилась темпы падения оборота розничной торговли и строительной отрасли. Однако позитивные тенденции пока не приобрели стабильный характер.

Индекс промышленного производства в 2017г. по сравнению с 2016г. составил 101,0%, в декабре 2017г. по сравнению с декабрем 2016г. – 98,5%, по сравнению с ноябрем 2017г. – 108,2% [5].

Индексы промышленного производства
в % к среднемесячному значению 2014г.

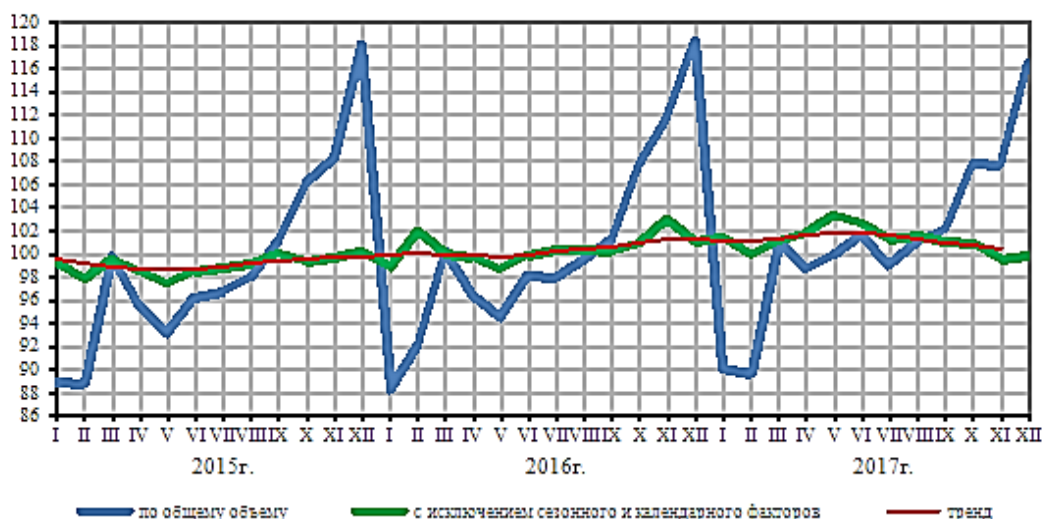


Рисунок 1 – Индекс промышленного производства

Основной вклад в национальное богатство России вносят: природный капитал (40 %), человеческий капитал (50 %), физический капитал (10 %) [2]. Россия входит в первую десятку стран по доступу и владению одних из главных природных ресурсов как водных, лесных, земельных (таб. 1), топливных (газ, нефть, уголь) (таб. 2). Россия входит в число стран с высоким человеческим капиталом [4]. РФ заняла 28 место в 2016 в рейтинге стран по индексу развития человеческого капитала [6].

Санкционные меры и спад цен на нефтепродукты сильно отразились на показателях валового внутреннего продукта в Российской Федерации в течение последних двух лет. ВВП снизился почти на 4 %. Согласно данным Федеральной службы государственной статистики изготовление отечественной продукции снизилось в 1,1 раз, сервисное обслуживание – на 2 %. При этом инфляция набирает обороты. Инвестиции бизнеса в основной капитал благодаря девальвации и инфляции выросли на 4 % [2].

Итак, открытая экономика – это экономика, обладающая устойчивыми экономическими связями с субъектами мирового хозяйства и собственной специализацией на мировом рынке. Открытой экономике не свойственна монополизация во внешней торговле – она требует использования разнообразных видов совместного предпринимательства и подразумевает, что внутренний рынок останется доступным для притока иностранного капитала и трудовых ресурсов.

Список литературы:

1. Воронцовский А.В., Ефимова Е.Г. Крупные открытые экономики: типологизация и проблемы анализа // Вестник СПбГУ. Серия 5: Экономика. 2016. №2. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/krupnye-otkrytye-ekonomiki-tipologizatsiya-i-problemy-analiza> (дата обращения: 22.03.2018)

2. Гриценко Т.С., Передера Ж.С., Тупикина Е.Н. Анализ внешней торговли товарами Российской Федерации // Интернет-журнал Науковедение. 2017. №2 (39). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/analiz-vneshney-torgovli-tovarami-rossiyskoy-federatsii> (дата обращения: 22.03.2018)
3. Иванова С.А. Анализ внешнеэкономической деятельности российской Федерации в условиях неопределенности // Universum: экономика и юриспруденция. 2016. №2 (23). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/analiz-vneshneekonomicheskoy-deyatelnosti-rossiyskoy-federatsii-v-usloviyah-neopredelennosti> (дата обращения: 22.03.2018)
4. Крохичева Г.Е., Архипов Э.Л., Зенцова К.С., Новикова Е.И. Внешнеэкономическая деятельность в системе экономической безопасности // Интернет-журнал Науковедение. 2017. №2 (39). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/vneshneekonomicheskaya-deyatelnost-v-sisteme-ekonomicheskoy-bezopasnosti> (дата обращения: 23.03.2018)
5. Матюшкина А. А. Анализ внешнеэкономической деятельности Российской Федерации в условиях неопределенности // Научно-методический электронный журнал «Концепт». – 2017. – Т. 4. – С. 264–269. – URL: <http://e-koncept.ru/2017/770344.htm>.
6. Махмудова М.М., Королева А.М. Современное состояние внешнеторговой деятельности российской Федерации // Вестник ОмГУ. Серия: Экономика. 2016. №3. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/sovremennoe-sostoyanie-vneshnetorgovoy-deyatelnosti-rossiyskoy-federatsii> (дата обращения: 22.03.2018)
7. Рамазанов Р.Р. Моделирование малой открытой экономики // Вестник Башкирск. ун-та. 2015. №3. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/modelirovanie-maloy-otkrytoy-ekonomiki> (дата обращения: 22.03.2018)
8. Шуклина З.Н. Синергетические процессы в инновационной экономике // Экономика и предпринимательство. 2013. № 2 (31). С. 69-72.

Об авторе

Зернина А.М. – студентка Брянского государственного университета имени академика И.Г. Петровского.

РАЗВИТИЕ КРЕСТЬЯНСКИХ (ФЕРМЕРСКИХ) ХОЗЯЙСТВ В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ

Ивулина В.В.

Научный руководитель – Л. О. Горляк, ассистент кафедры землеустройства

Учреждение образования «Белорусская государственная сельскохозяйственная академия»

В данной статье приедены данные о количестве зарегистрированных крестьянских (фермерских) хозяйствах, их финансовых результатах. Представлены данные о производстве сельскохозяйственной продукции. Данные приведены за последние 12 лет для определения уровня развития данного вида хозяйства в Республике Беларусь. А так же рассматриваются перспективы развития крестьянских (фермерских) хозяйств в Республике Беларусь.

Ключевые слова: землеустройство, крестьянские (фермерские) хозяйства, сельскохозяйственные земли, сельскохозяйственная продукция, растениеводство.

Одна из важнейших задач развития агропромышленного комплекса Республики Беларусь развитие различных форм собственности и хозяйствования на земле. Ведение крестьянского

(фермерского) хозяйства является перспективной деятельностью, которая развивается в основном за счет собственных ресурсов.

Крестьянским (фермерским) хозяйством признается коммерческая организация, созданная одним гражданином (членами одной семьи), внесшим (внесшими) имущественные вклады, для осуществления предпринимательской деятельности по производству сельскохозяйственной продукции, а также по ее переработке, хранению, транспортировке и реализации, основанной на его (их) личном трудовом участии и использовании земельного участка, предоставленного для этих целей в соответствии с законодательством об охране и использовании земель [1].

С каждым годом образовывается все больше крестьянских (фермерских) хозяйств. Так на 2005 г. было зарегистрировано 2270 хозяйств, в 2010 г. это число возросло до 2442. Таким образом в 2016 году было зарегистрировано 3066 крестьянских (фермерских) хозяйств, а это значит, что за 12 лет количество зарегистрированных крестьянских (фермерских) хозяйств увеличилось на 35%.

Увеличивалось не только количество хозяйств, но и выручка от реализации продукции. Если на 2006 год выручка в расчете на одно крестьянское (фермерское) хозяйство составляла 17,1 тыс. бел. руб., то в 2016 – 152 тыс. бел. руб. Размер выручки увеличился в 8 раз по отношению к исходному году.

Но даже при таком интенсивном росте, крестьянские (фермерские) хозяйства составляют лишь небольшой процент от производства всей сельскохозяйственной продукции в Республики Беларусь. Но с каждым годом этот процент увеличивается. Если еще в 2005 г. продукция крестьянского (фермерского) хозяйства составляла 0,7% от продукции всего сельскохозяйственного производства, то в 2016 – 1,9%. А от всей продукции растениеводства продукция крестьянского (фермерского) хозяйства составила на 2016 г. – 3,6 %, что на 2,6 % больше, чем на 2005 г.

Площадь сельскохозяйственных земель под крестьянские (фермерские) хозяйства так же увеличилась, так еще в 2001 году она составляла 72,1 тыс. га., в 2010 - 108,8 тыс. га., а в 2016 – 163,7 тыс. га, а значит на целых 127% больше по отношению к 2001 г. Это при том, что общая площадь сельскохозяйственных земель с каждым годом только уменьшается. В 2001 площадь всех сельскохозяйственных земель была 7674 тыс. га., а в 2017 это значение уменьшилось до 7487,7 тыс. га [3].

Но кроме данных, показывающих положительные стороны ведения крестьянского (фермерского) хозяйства, так же присутствуют и отрицательные. Так в 2010 году процент убыточных хозяйств составлял всего 5,3%, а к 2015 этот процент возрос до 12,8%. Но уже в 2016 это значение опустилось на 1,1% и составило 11,7%. Наиболее высоким процентом убыточных хозяйств обладает Витебская область – 13,6% , Минская область – 13,7% и Гомельская область – 13,1%. Наименьший процент у Гродненской области – 6,7%. Вышеуказанные данные показывают, что крестьянские (фермерские) хозяйства Гродненской области наиболее прибыльные [2].

Исходя из данных, описанных выше, можно сделать вывод, что ведение крестьянского (фермерского) хозяйства является перспективным видом деятельности для Республики Беларусь, т.к. увеличивается не только количество зарегистрированных хозяйств, но и выручка от реализации продукции. А увеличение процента убыточных хозяйств указывает лишь на то, что данные хозяйства не могут удержаться на рынке, так как количество крестьянских (фермерских) хозяйств растет и конкуренция увеличивается.

Список литературы:

1. Закон Республики Беларусь О крестьянском (фермерском) хозяйстве от 18 февраля 1991 г. № 611-ХІІ // Председатель Верховного Совета Республики Беларусь Н. Дементей. Минск, 1991 г.
2. О деятельности крестьянских (фермерских) хозяйств в Республике Беларусь 2013 // Национальный статистический комитет Республики Беларусь. Минск, 2013 г. – 5 с.
3. О деятельности крестьянских (фермерских) хозяйств в Республике Беларусь 2016 // Национальный статистический комитет Республики Беларусь. Минск, 2017 г. – 5 с.

Об авторе

Ивулина В. В., студентка землеустроительного факультета УО БГСХА, г. Горки.,
тел. +375257824562, e-mail: vika.ivulina@mail.ru.

РОЛЬ ТАМОЖНИ В УКРЕПЛЕНИИ ВНЕШНЕЭКОНОМИЧЕСКОЙ БЕЗОПАСНОСТИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Коженок А.А

Научный руководитель - Шуклина З.Н., д.э.н., профессор кафедры таможенного дела и маркетинга

ФГБОУ ВО «Брянский государственный университет имени академика И.Г. Петровского»

В статье автор рассматривает основы экономической безопасности государства, анализирует роль таможенных органов Российской Федерации, изучает некоторые международные и национальные акты, сравнивает мнения ученых и практиков, оценивает эффективность таможенных органов в 2017 году, анализирует международную деятельность ФТС.

Ключевые слова: таможенные органы, таможня, экономическая безопасность, безопасность, регулирование, Россия, РФ

В современных условиях для поддержания национальной безопасности государство должно быстро реагировать на все возможные внешние и внутренние угрозы. Для России на данный момент этот вопрос крайне, уместен в связи с недавним кризисом, в результате - санкции, направленные против России и политически агрессивных государств Европы. Обеспечение национальной безопасности включает такой важный сегмент, как экономическая безопасность страны. От экономической безопасности зависит возможность России занять лидирующие позиции на мировой политической арене.

Экономическая безопасность зависит от таких сфер деятельности, как промышленный, аграрный, технологический, инвестиционный, продовольственный, финансовый, интеллектуальный и т. Д. Именно поэтому уровень экономической безопасности является показателем успешного развития страны, ее экономики и всех стратегически важных показателей. Из всего сказанного можно сделать вывод, что разработка эффективной системы обеспечения экономической безопасности является одним из самых значимых для любого государства и России в частности.

Одной из наиболее значимых ролей в повышении экономической стабильности страны являются таможенные органы России. Особое место для таможенных органов в системе защиты экономических интересов России связано с тем, что им поручено регулировать внешнеторговую деятельность, валютное регулирование и валютный контроль, правоохранительную деятельность, контроль за перемещением товаров и транспортных средств через таможенной границы и других обязанностей.

В Конституции Российской Федерации 1993 года содержится одиннадцать прямых установок по различным аспектам безопасности, указываются виды безопасности [1] (таблица 1).

Таблица 1 – Виды безопасности в соответствии с Конституцией РФ

Вид безопасности	Статья Конституции
безопасность государства	ч. 5 ст. 13; ч. 3 ст. 55; ч. 1 ст.

	82
государственная безопасность	п. «д» ч. 1 ст. 114
оборона и безопасность	п. «м» ст. 71
общественная безопасность	п. «б» ч. 1 ст. 72
безопасность граждан	ч. 1 ст. 56
безопасность людей	ч. 2 ст. 74; ч. 1 ст. 98
экологическая безопасность	п. «д» ч. 1 ст. 72
безопасность труда	ч. 3 ст. 37

Одной из стратегических целей российской таможенной службы в настоящее время является повышение уровня экономической безопасности. Функции таможенных органов подразделяются на экономические и правоохранительные. Экономическая деятельность включает деятельность, направленную на реализацию налоговых и регулирующих функций таможенного бизнеса. Пополнение счета государства путем взимания таможенных пошлин (пошлин, налогов, сборов и т. Д.)

Из-за фискальной функции. Регулирующая функция проявляется в установлении запретов и ограничений, таможенных тарифов, лицензирования, квот, все это стимулирует развитие национальной экономики, защищает отечественных производителей, привлекает иностранные инвестиции в экономику страны и т. Д. В связи с выполнением этих функций таможенные органы пополняют доходы федерального бюджета.

По словам Петрушко Е.Н., Шкилевой В.В., таможенные органы участвуют в поддержании высокого уровня экономической безопасности, принимая во внимание геополитическую ситуацию, зависят от геополитической и экономической-географической ситуации, экономической и военно-политической власти, ориентации институциональных системы, приоритеты экономической, политики. Эффективность деятельности таможенных органов зависит от эффективности формирования федерального бюджета [14].

Интеграция экономики страны в мировую экономику способствовала радикальной реформе внешнеэкономического комплекса, поскольку трансформация, геополитической ситуации значительно повысила роль внешнеэкономического фактора, и усилила влияние внешних рынков на национальную экономику. В то же время запланированное развитие невозможно без установления межгосударственных основ взаимодействия через внешнеэкономические отношения между странами.

Москаленко О.А., Петрушко Е.Н., Шкилев В.В. полагают, что внешнеэкономические связи в экономической литературе принято рассматривать как совокупность механизмов, средств, способов, методов, форм и видов торгово-экономического, научно-технического сотрудничества, осуществляемых на правительственном уровне в торгово-экономическом, производственно-хозяйственном, валютно-финансовом и научно-техническом направлениях между странами с целью рационального использования возможностей общественного разделения труда, преимуществ международных экономических отношений для повышения экономической результативности хозяйственной деятельности и плодотворности проводимой внешнеэкономической политики [12].

Согласно Заключительному отчету о результатах и основных направлениях, деятельности ФТС России в 2017 году основными географическими, партнерами Российской Федерации в 2017 году были страны Европейского Союза, на их долю приходилось более 40% общего внешнеторгового оборота, На долю стран Азиатско-Тихоокеанского экономического сотрудничества приходилось около 30% внешнеторгового оборота. По странам СНГ - более 12%; в страны ЕЭЗ - около 9%. [7]

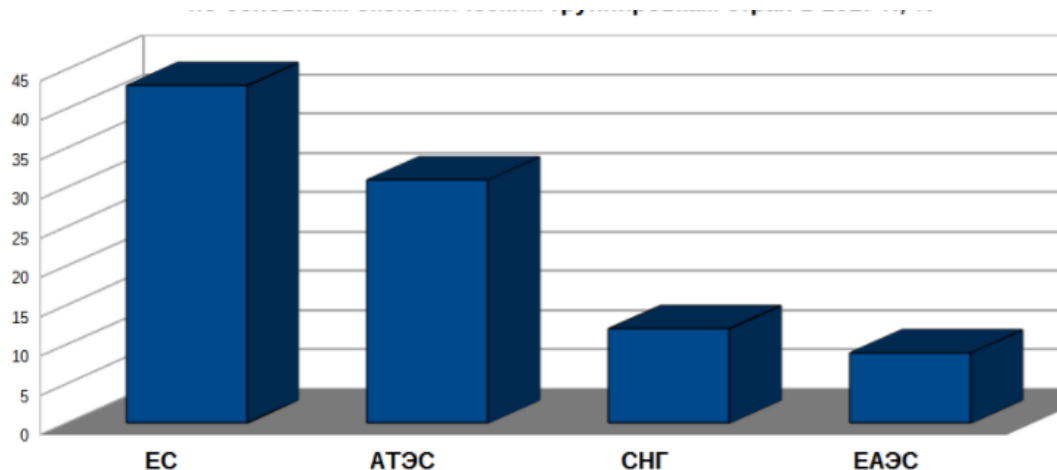


Рисунок 1 – Основные экономические партнеры РФ

Таблица 2 - Основные потребители российских товаров в 2017 году [7]

Страна	Млрд. долл. США
Китай	33
Нидерланды	30
Германия	21
Беларусь	16
Турция	16
Италия	11

Основными внешнеторговыми партнерами Российской Федерации в 2017 году были: Китай - более 14% от общего внешнеторгового оборота Российской Федерации; Германия - более 8%; Нидерланды - около 8%; Беларусь - более 5%; Италия - более 4%, США - около 4% и т. Д. (Рисунок 1). Плановое и целенаправленное включение России в международную внешнеэкономическую систему с целью формирования общей системы безопасности привело к существенным изменениям в структуре таможенных органов России, предопределило ее дальнейшее развитие на будущее, способствовало универсальному внедрению современных информационных технологий, а также эффективному использованию механизмов таможенного контроля и координации товарной биржи на территории Таможенного союза. Работа ведется Федеральной таможенной службой России.

Таблица 3 – Показатели работы ФТС России в 2017 году

Показатель	План	Факт
доля портативных деклараций на товары, зарегистрированных в центрах электронного декларирования	20,0	22,6
доля центров электронного декларирования, размещенных на площадях, находящихся в государственной собственности, от их общего количества	80	86
доля автоматически зарегистрированных электронных деклараций на экспортируемые товары	50	54,8
доля автоматически зарегистрированных электронных деклараций на импортируемые товары	10	11,2
доля автоматически выданных электронных деклараций, представленных участниками внешнеэкономической деятельности с низким уровнем риска для экспортируемых товаров	25	28,2
доля автоматически выпущенных электронных	5	7,3

деклараций, поданных участниками внешнеэкономической деятельности низкого уровня риска, на импортируемые товары		
доля партий с эффективными мерами по минимизации рисков, применяемых в таможенной декларации товаров, от общего количества партий, для которых меры по минимизации рисков	40	42,5
доля автоматических профилей рисков из общего числа существующих профилей рисков	80	80,3
доля преступлений, выявленных оперативными подразделениями таможенных органов, в общем количестве уголовных дел, возбужденных таможенными органами в пределах компетенции таможенных органов	85	92,3

В 2017 году таможенные органы ЦТС осуществили таможенную декларацию экспортно-импортных поставок более 28 000 участников внешнеэкономической деятельности (в 2016-2000 гг.), Которые торгуются с партнерами из 203 стран. В географической структуре внешней торговли на 2017 год страны дальнего зарубежья (91%) все еще преобладали. Основными контрагентами в экспортно-импортных сделках были: Китай, Германия, Италия, Франция и Польша. Из группы стран СНГ наиболее активна внешняя торговля с Украиной [6]. Таможенные операции осуществлялись в отношении 53,1 млн. Тонн грузов (в 2016 году - 53,8). Для всех процедур перемещения товаров было проверено 1040 млн деклараций. Таможенными органами Департамента в 2017 году было переведено 637,15 млрд. Рублей в доходную часть федерального бюджета, что на 4% больше, чем в 2016 году.

Показатели деятельности правоохранительных органов в области административного производства характеризуют эффективность и эффективность функционирования таможенной службы. В последнее время особую актуальность приобрела эффективная международная деятельность таможенной службы России. Существующие представительства в государствах: Республика Беларусь, Казахстан, Кыргызстан, Таджикистан, Абхазия, Южная Осетия, Корея, Индия, Финляндия, Бельгия, Германия, Италия, Китай, Латвия, Япония, Бразилия, Аргентина проводят «мероприятия для следующих цели: угрозы экономической безопасности Российской Федерации на основе анализа информации, полученной в принимающей стране; обеспечение выполнения международных обязательств Российской Федерации в области таможенного дела; формирование и совершенствование правовой базы сотрудничества с таможенной службой принимающей страны; укрепление позиции ФТС России в таможенной службе и деловых кругах принимающей страны; обеспечение реализации межведомственных соглашений между таможенными службами России и принимающей страны; изучение законодательства принимающей страны и разработка предложений по унификации и гармонизации законодательства Российской Федерации в области таможенного дела с международными стандартами.

Таким образом, принимая участие в регулировании внешнеэкономической деятельности государства и его субъектов, осуществляя свои налоговые и правоохранительные функции, таможенные органы развивают деятельность, направленную на повышение национальной безопасности страны.

Список литературы:

1. Конституция Российской Федерации (принята всенародным голосованием 12 декабря 1993 года) (с поправками)

2. Федеральный закон «О безопасности» от 28 декабря 2010 года N 390-ФЗ (последняя версия)
3. Указ Президента от 13 мая 2017 года № 208 «О стратегии экономической безопасности Российской Федерации на период до 2030 года»
4. Алешенков М. Основы национальной безопасности: концепция национальной безопасности и проблемы ее реализации // Основы жизнеобеспечения. 2005. № 11. С. 7.
1. Антонович Я.А. Особенности формирования таможенной политики государства и ее роль в обеспечении экономических интересов // Аллея науки. 2017. Т. 3. № -9. С. 53-55.
2. Гурова Е.С., Безуглов Д.А., Краславская Г.И. Экспортный контроль в системе запретов и ограничений внешней торговли товарами // Фундаментальные исследования. 2017. № 10-2. С. 328-333.
3. Итоговый доклад о результатах и основных направлениях деятельности ФТС России в 2017 году. Официальный сайт ФТС РФ. Режим доступа: http://www.customs.ru/index.php?option=com_content&view=article&id=26323:2017-&catid=475:2015-03-12-09-57-15&Itemid=2588
8. Кадыркулов М.А., Мозер С.В. Институциональные и функциональные аспекты Всемирной таможенной организации // Академический вестник Ростовского филиала Российской таможенной академии. 2017. № 3 (28). Рр. 5-15.
9. Карамышева Е.И., Макрешев В.В. Основные направления реализации концепции сервис-ориентированного таможенного администрирования // Управление экономическими системами: электронный научный журнал. 2017. № 3 (97). С. 23.
10. Косенко В.А. Модель таможенных и таможенных конфликтов обслуживания // Сибирская финансовая школа. 2017. № 4 (123). Рр. 128-131.
4. Малевич Ю.В., Пластуняк И.А. Особенности формирования международных систем доставки // Логистические системы в глобальной экономике. 2017. № 7. С. 215-219.
5. Москаленко О.А., Петрушко Е.Н., Шкилев В.В. Таможенная служба как важнейший регулятор внешнеэкономической деятельности в целях обеспечения экономической безопасности государства // Научные ведомости Белгородского государственного университета. Серия: Экономика. Информатика. 2016. №2 (223). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/tamozhennaya-sluzhba-kak-vazhneyshiy-regulyator-vneshneekonomicheskoy-deyatelnosti-v-tselyah-obespecheniya-ekonomicheskoy> (дата обращения: 20.03.2018).
6. Отева Н.С. Предоставление таможенных услуг в условиях импортозамещения // Вестник факультета менеджмента СПбГУ. 2017. № 1-1. Рр. 428-431.
7. Петрушко Е.Н., Шкилев В.В. Основные направления повышения экономической безопасности Российской Федерации на современном этапе развития таможенной службы // Научные бюллетени Белгородского государственного университета. 2015. № 19 (216). Выпуск 36/1. - С. 91-95. Серия: Экономика. Информатика
8. Цораева В.О. Таможенные запреты и ограничения во внешнеэкономической деятельности // Научный альманах. 2017. № 5-1 (31). Рр. 213-221.
6. Шуклина З.Н. Актуальные проблемы безопасности государства и личности в условиях цифровизации мирового пространства / Международная научно-практическая конференция «ЭКОНОМИКА, БИЗНЕС, ИННОВАЦИИ»: сборник статей в 2 ч. Ч. 2. – Пенза: МЦНС «Наука и Просвещение». – 2018. – 260 с. С. 156-160
7. Шуклина З.Н. Стратегии достижения синергетических результатов в маркетинге таможенных услуг// Дневник науки, 2017. №3
8. Шуклина З.Н., Сердюк Е., Ю., Коротков Д.И. Современное значение протекционизма на уровне государства// Экономика и социум, 2017, № 1

Об авторах

Коженюк А.А, студентка 3 курса, 1 группы, специальность «Таможенное дело».

Шуклина З.Н., научный руководитель, доктор экономических наук, профессор кафедры таможенного дела и маркетинга финансово-экономического факультета Брянского государственного университета имени академика И.Г. Петровского.

ОСНОВНЫЕ РИСКИ ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ СО СТРАНАМИ ЕВРОПЕЙСКОГО СОЮЗА И ЕВРАЗИЙСКОГО ЭКОНОМИЧЕСКОГО СОЮЗА

Королева К.Э.

Научный руководитель - Шуклина З.Н., д.э.н., профессор кафедры таможенного дела и маркетинга

ФГБОУ ВО «Брянский государственный университет имени академика И.Г. Петровского»

В статье представлен обзор и анализ основных проблем и рисков сотрудничества, возникающих при взаимодействии России с Европейским союзом и Евразийским Экономическим Союзом. Рассмотрены такие проблемы как: отсутствие юридически обязывающей, нормативно-правовой базы, антироссийские санкции, конкуренция между странами-участницами ЕАЭС, сложность в отношениях России и стран ЕАЭС связанная с нефтегазовой отраслью, высылка российских дипломатов.

Ключевые слова: Европейский союз, Евразийский экономический союз, Российская Федерация, взаимодействие, проблемы, партнерство.

Внешнеэкономические связи считаются важным условием экономического формирования активно протекающих процессов глобализации международной экономики. Данный тип связей особенно актуален для нашего государства. Российская Федерация располагает огромными резервами для наиболее интенсивного введения во всемирное производство и повышения на базе взаимовыгодных торгово-финансовых взаимосвязей единых итогов экономического формирования. Взаимодействие ЕС и ЕАЭС в регулярно изменяющихся экономических и политических обстоятельствах происходит достаточно продолжительное время, именно поэтому анализ состояния и формирования экономических связей России со странами Европы, выявление трудностей и рисков, мешающих формированию партнерства и установление перспективных направлений сотрудничества становится вполне актуальной проблемой в настоящее время. Абстрактное обобщение вопросов этой актуальной и сложной проблемы имеет важное практическое значение, так как предоставляет возможность научно аргументировать перспективные тенденции партнерства и разработать стратегию наращивания сотрудничества среди представленных альянсов.

Очень важное значение имеют вопросы связанные с ценностью экономических отношений. Воропаева Т.П. утверждает, что формированию торгово-финансового партнерства России и ЕС способствуют географическая близость, дополняемость их экономик и инфраструктур, наличие институциональной основы взаимодействия, давние деловые традиции. Располагая сильным индустриальным, экономическим, торговым, инвестиционным и академическим потенциалом, Евросоюз в стратегическом плане и в перспективе будет играть возрастающую роль во внешних взаимоотношениях России. Непосредственно на рынке ЕС в основном вероятен глобальный сбыт отечественных российских экспортных товаров. [3, С.70] Все вышеперечисленные факторы играют стимулирующую роль для преодоления возникающих проблем и противоречий между альянсами.

Так, Шереметьев Д.В. отмечает, что 2016 год для отношений России и ЕС ознаменовался дальнейшим их ухудшением. Существенные расхождения в подходах к ключевым вопросам международной и региональной безопасности окончательно свели на нет формат двусторонних отношений. В качестве одного из главных факторов, оказывающих негативное влияние на «потепление отношений» Шереметьев указывает отсутствие юридически обязывающей, нормативно-правовой базы с четко закрепленными целями и содержанием сотрудничества. В качестве следующего негативного фактора им рассматривается отсутствие общего целеполагания и единого видения будущего сценария развития международных отношений, что наиболее наглядно проявляет себя в вопросах формирования европейской системы безопасности и

сопутствующей ей архитектуры. Автор не обходит стороной проблему Украинского кризиса. По его мнению, именно на фоне кризиса на Украине дефицит доверия между ЕС и Россией достиг своего апогея : «Украинский кризис с еще большей очевидностью подчеркнул, что дефицит доверия не только существует, но и достиг критической отметки». [7, С.72-76] И действительно, вопрос Украинского кризиса стоит очень остро в данной тематике. Исходя из политических предпосылок его можно связать с экономическими отношениями между Евросоюзом и Российской Федерацией путем санкционных ограничений.

Проблему отсутствия нормативно-правовой базы и четкого соглашения о стратегическом партнерстве также осветила в своих работах Гелла Т.Н. В публикациях российских исследователей, как правило, подчеркивались достаточно сложные отношения России и ЕС в экономической сфере, но тем не менее к 2014 г. у РФ и Евросоюза сложились довольно тесные экономические связи и сотрудничество в экономической сфере развивалось достаточно успешно, что и должно было быть подкреплено новым соглашением о стратегическом партнерстве, но именно вопросы взаимной торговли, инвестиций и бизнеса тормозят переговоры. Так же, по мнению автора очень остро стоит проблема конкуренции между ними на постсоветском и азиатском пространстве. [4, С.156-158] Оба центра преследуют свои цели, которые не в полной мере удовлетворяют государства постсоветского пространства, тем самым, более ярко активизировав назревающую проблему.

Ни один из авторов, занимающихся проблематикой взаимоотношений России и ЕС, не обходит стороной тему санкций. Воропаева Т.П. так же раскрывает данную проблему. По ее мнению именно из-за введения санкций в последние 2 года качество политических отношений резко ухудшилось, а экономические отношения обострились. Обмен санкциями приводит к серьезным последствиям, которые отражаются не только на Россию, но и оказывают негативное влияние на ЕС. Это требует пересмотра такой дискриминационной торговой политики и отказа от введения санкций. Россия сделала первый шаг для примирения с ЕС, отказавшись от ответных мер после последнего раунда западных санкций. Так же и Евросоюзу следует принять меры по урегулированию разногласий и наладить продуктивный диалог с главным экономический партнером – Россией. [3, С.73] Действительно, санкционная проблема очень обширна и требует незамедлительного решения. Все дело в том, что возникающие противоречия оказывают негативное влияние на обе стороны, поэтому как и России, так и Евросоюзу необходимо поставить первостепенной задачей сведение на нет возникающих легких разногласий и решение уже существующих серьезных проблем. Только при плотном сотрудничестве и взаимодействии их разрешение станет возможным, и оба центра выйдут на мировую экономическую арену на равных правах либо как союзники, либо с целью честной конкуренции.

В 2018 году санкционный вопрос так и остается нерешенным, но в стабилизации экономической ситуации, и некой «помощи» Российской Федерации одну из ключевых ролей играет Евразийский Экономический Союз. Кошкин А.П. и Новиков А.В. утверждают, то что формирование подобного интеграционного объединения, как ЕАЭС считается одним из наиболее перспективных направлений нейтрализации результатов внешнеэкономических санкций. Географическая близость, историческая общность государств и поддержание старых хозяйственных связей дают возможность возместить частичное ограничение выхода на западные рынки для России. Оптимальной моделью взаимодействия стран-участников ЕАЭС в условиях санкций является взаимное движение к партнерству, но на деле все оказывается не так. Конкуренция в рамках ЕАЭС продолжает носить политический, а не экономический характер, тем самым разделяя государства на несколько блоков, с разной иерархией национальных интересов, именно поэтому неизбежно возникает проблема согласования решений и интересов (в которой ключевую роль играет Россия, т.к. именно на нее приходится более 84% экономической активности ЕАЭС). [5, С.214-218] Очевидно, что для эффективной работы экономического союза требуется ежегодные консультации между всеми государствами-участниками по всем важным экономическим и внешнеполитическим вопросам.

С данным мнением соглашается и Нарышкин С.Е. Он выдвигает предложение о проведении круглых столов по решению законодательных вопросов в рамках ЕАЭС, а также отмечает

проблему, касаемо дефицита специалистов по различным отраслям евразийской интеграции. По его мнению Ассоциация евразийских университетов должна оперативно разработать учебные курсы по евразийской интеграции и внедрить их в учебный процесс. [6, С.7-8]

Баскакова И.А. отмечает, что сложной отраслью в отношениях России и стран ЕАЭС является нефтегазовая отрасль. В договоре предусматривается «формирование общего рынка газа и обеспечение доступа к услугам субъектов естественных монополий в сфере транспортировки газа, ... формирование общих рынков нефти и нефтепродуктов государств членов и обеспечение доступа к услугам субъектов естественных монополий в сфере транспортировки нефти и нефтепродуктов». Однако это должно произойти только к 2025г. [2, С.80]

Так же Евразийскому экономическому союзу (ЕАЭС) нужен общий алгоритм в сфере цифровых технологий, вопрос будет обсуждаться в ближайшее время, заявил президента России Владимир Путин на ежегодной пресс-конференции 14 декабря 2017 года. Президент России отметил, что, прежде всего, необходимо переходить на современные технологии, на обмен информацией и поддерживать средства массовой информации. "Одним из направлений нашей будущей совместной работы — это информационные технологии. Мы сейчас вырабатываем общие алгоритмы не только в сфере торговли нефтью, газом, в сфере транспорта, но и в сфере цифровых технологий — чрезвычайно важное направление", — отметил Путин. Президент заявил о необходимости взаимодействия таможен. Он подчеркнул, что не видит ничего плохого в том, чтобы на российских постах работали таможенники из Белоруссии или Казахстана и наоборот. «Это не нарушает суверенитет стран, а способствует более тесному сотрудничеству», - заключил Путин.

Новой проблемой, с которой столкнулась Россия в 2018 году стала высылка российских дипломатов. Зарубежные страны 26 марта заявили о высылке в общей сложности 117 российских дипломатов в связи с отравлением бывшего полковника ГРУ Сергея Скрипаля и его дочери Юлии в британском городе Солсбери. Из США будут высланы 60 сотрудников российских дипмиссий, также будет закрыто генконсульство России в Сиэтле. Из Канады вышлют четверых российских дипломатов, столько же — из Германии, Франции и Польши. По двое российских дипломатов будут высланы из Италии, Испании Нидерландов, Дании, Албании и Австралии. Латвию, Швецию, Венгрию, Македонию и Норвегию покинут по одному российскому дипломату, Литву — трое сотрудников российской дипмиссии, из Эстонии вышлют военного атташе России. Украина вышлет еще 13 российских дипломатов. Кроме того, один дипломат покинет Финляндию, а Чехия объявила о высылке трех российских дипломатов. Также по одному российскому дипломату покинут Румынию, Хорватию, Швецию и Ирландию. Глава Евросовета Дональд Туск также допустил дополнительные ограничительные меры против России в связи с «делом Скрипаля» .[9]

Для дальнейшего расширения и углубления сотрудничества внутри интеграционного объединения должна быть разработана комплексная система управления развитием ЕАЭС, которая включала бы разработку стратегии основных направлений развития, выработку приоритетов в построении структуры экономики ЕАЭС и соответствующей торгово-промышленной политики. Только при слаженной работе всех государств в данной сфере развития и четком их взаимодействии в экономических интересах, Евразийский Экономический Союз сможет «играть» на мировой арене одну из решающих ролей, принимать на себя решение международных проблем, повысить экспортный и импортный потенциал, а соответственно товарооборот между странами, что всегда являлось для каждого из государств наиболее приоритетной задачей в своем экономическом функционировании.

Современное общество постоянно испытывает фундаментальные и динамичные изменения, основательно касающиеся круга интересов Российской Федерации и ее граждан. Россия - активный участник этого процесса. Владея существенным потенциалом и ресурсами абсолютно во всех сферах жизнедеятельности, поддерживая активное взаимодействие с ведущими странами мира, она оказывает значительное воздействие на развитие нового мироустройства. Россия - это надежный компаньон в международных взаимоотношениях. РФ доказала, что играет не малозначимую роль в решении как острых международных проблем, так и малых трудностей.

Отличительной чертой российской внешней политики является сбалансированность. Данный факт обуславливается геополитическим расположением России, ролью самой крупной евразийской державы. Этот аспект определяет ответственность России за сохранение и поддержание безопасности в мире как на глобальном, так и на региональном уровне, подразумевает формирование и взаимодополнение общественно-политической работы в одностороннем и многостороннем формате. Именно поэтому Российская Федерация заинтересована в устойчивой системе международных взаимоотношений, основанных на принципах равенства, обоюдного уважения и выгодного партнерства.

Таким образом проблемы и риски взаимодействия связаны именно с такими крупными альянсами как Евразийский Экономический союз и Европейский союз. Процессы, происходящие в ЕС и ЕАЭС, в растущей степени оказывают огромное воздействие на динамику условий в Европе. Это расширение ЕС, переход к общей денежной единице, институциональное преобразование, формирование единой внешней политики и политики в сфере безопасности, оборонной идентичности. Рассматривая эти процессы как непредвзятую часть европейского формирования, Россия будет добиваться надлежащего учета собственных интересов, в том числе применительно к сфере двусторонних отношений с отдельными странами - членами ЕС. В ближайшей перспективе большинство существующих проблем, угроз и рисков экономическим и политическим взаимоотношениям, рассмотренных в данной статье, будут минимизированы, и союзы не допустят возникновения новых противоречий в стремлении к взаимовыгодному сотрудничеству. Российская Федерация видит в ЕС и ЕАЭС своих основных общественно-политических и финансовых партнеров и будет стремиться к формированию интенсивного, стабильного и долговременного сотрудничества.

Список литературы

1. Александров-Деркаченко П. П. Такая глобальная Европа // Вестник МГИМО. 2017. С. 266-273.
2. Баскакова И.А. Проблемы и перспективы Евразийского Экономического Союза // Журнал Вестник РГГУ. Серия «Политология. История. Международные отношения. Зарубежное регионоведение. Востоковедение». 2016. С. 75-82
3. Воропаева Т.Н. Современные особенности внешнеторговой политики ЕС и России: санкционный формат отношений // Инновационная наука. 2015. С. 70-73
4. Гелла Т.Н. Состояние и перспективы взаимоотношений России и Европейского союза накануне украинского кризиса в оценках российских аналитиков // Среднерусский вестник общественных наук. 2016. С. 156-160.
5. Кошкин А.П., Новиков А.В. Политические перспективы развития России и ЕАЭС в условиях западных санкций // Власть. 2015. С. 214-220.
6. Нарышкин С.Е. Евразийский экономический союз: проблемы и перспективы развития // Проблемы современной экономики. 2015. С. 7-8.
7. Шереметьев Д.В. Проблемы формирования архитектуры европейской безопасности во взаимоотношениях России и Европейского союза. // Власть. 2017. С. 71-78
8. Шуклина З.Н. Актуальные проблемы безопасности государства и личности в условиях цифровизации мирового пространства// Международная научно-практическая конференция “ЭКОНОМИКА, БИЗНЕС, ИННОВАЦИИ”: сборник статей в 2 ч. Ч. 2. – Пенза: МЦНС «Наука и Просвещение». – 2018. – 260 с. С. 156-160
9. РосБизнесКонсалтинг: [Электронный ресурс]. М. 1995-2018 URL: <https://www.rbc.ru> (Дата обращения: 27.03.2018)

Об авторах

Королева К.Э., студентка 3 курса, 1 группы, специальность «Таможенное дело».

Шуклина З.Н., научный руководитель, доктор экономических наук, профессор кафедры таможенного дела и маркетинга финансово-экономического факультета Брянского государственного университета имени академика И.Г. Петровского.

ГОЛУБЫЕ И БИРЮЗОВЫЕ СТРАТЕГИИ МАРКЕТИНГА В УСЛОВИЯХ ПРОСТРАНСТВЕННО-ВРЕМЕННОГО ДИНАМИЗМА РЫНКА

Костанян А.А.

Научный руководитель - Шуклина З.Н., д.э.н., профессор кафедры таможенного дела и маркетинга

ФГБОУ ВО «Брянский государственный университет имени академика И.Г. Петровского»

В статье представлены мнения ученых о перспективных стратегиях маркетинга, уточнены понятия "голубые" и "бирюзовые" стратегии, определены направления развития фирм и компаний на основе инноваций, с выбором незанятых ниш и новых приемов маркетингового управления, акцентированы условия создания бирюзовых организаций.

Ключевые слова: маркетинговые стратегии, рыночная конкуренция, «голубой океан», «бирюзовые» организации, фирмы – «газели».

Невозможно представить современную жизнь без маркетинга, который в системе экономических знаний и деятельности обеспечивает связи на рынке, развитие конкуренции и удовлетворение покупателей. Маркетинг – это рождённое рыночной экономикой понятие, включающее концепцию, мировоззрение, этические нормы, технологии и принципы, образ жизни и образ мыслей, и специфическую деятельность по поиску и удовлетворению потребностей покупателей и клиентов. Там, где возникает взаимодействие и взаимовлияние нужды, потребности, спроса и предложения, всегда есть место маркетингу: коммерческому, некоммерческому, стратегическому, персональному, личному и эгомаркетингу [8].

Главной целью маркетинга является поиск и удовлетворение потребностей покупателей или клиентов. Современное развитие маркетинга находится под влиянием отношений, поведения людей, тенденций развития рынка, экономической системы, соответствующих функциональных и структурных институтов государства и общества. Рынок - это совокупность процессов и процедур, обеспечивающих обмен между покупателями (потребителями) и продавцами (поставщиками) отдельных товаров и услуг. Невозможно представить рынок без конкуренции, поэтому каждая организация стремится достигнуть успеха, стараясь предложить покупателям что-то особенное, отличное от аналогических фирм.

Покупатели, выбирая товар или услугу, оценивают маркетинговую стратегию производителей. Маркетинговая стратегия - элемент стратегии деятельности предприятия, направленный на разработку, производство и доведение до покупателя товаров и услуг, соответствующих его потребностям. Шуклина З.Н. подчёркивает то, что доминантой во взаимодействии покупателя и производителя является признание ценности клиента на любом уровне компании[7]. В процессе своего функционирования и деятельности организации не могут обойтись без маркетинговых стратегий, так как без них организация не будет успевать за своими конкурентами и потеряет своё место на рынке. Используя основные принципы стратегии, предприятие не только удержит своё место на рынке, но и продолжит своё развитие [2].

Басовский Л.Е. считает, что стратегический план указывает направление для функционирования фирмы, предоставляет возможность глубже рассмотреть структуру маркетинговых исследований, изучать и учитывать желания потребителей, исполнять планирование продукции и ценообразования, позволяет организации оценивать свои сильные и слабые стороны, возможности и угрозы, а так же найти альтернативные решения. Маркетинговые стратегии могут применять любые организации и предприятия, независимо от масштаба деятельности. По большому счету стратегия маркетинга - это план совершенствования деятельности предприятия, следовательно необходимо поддерживать развитие процесса производства, не оставлять без внимания интеллектуальный потенциал сотрудников, увеличивать продуктивность деятельности организации [1].

Как считает Чуланова О.Л., всем, кто создает новые рынки и отрасли, характерен общий способ стратегического мышления, который называют стратегией голубых океанов. Логика, лежащая в основе стратегии голубого океана, не согласуется с традиционными моделями, нацеленными на конкуренцию в существующем пространстве рынка. За последние 10 лет бизнес в сфере «голубых океанов» стал очень популярным. Авторы книги «Стратегия голубого океана» Ким Чан и Рене Моборн утверждают: «Стратегия голубого океана – это о том, как создать свободную рыночную нишу и перестать бояться конкурентов», выделяют то, что главное отличие стратегии голубого океана от других стратегий в том, что ее сторонники не стремятся обогнать конкурентов, не пытаются вести борьбу [5]. Вместо этого они создают инновацию ценности, выходят на новый рынок или совершенствуют новый товар. В отличие от простых инноваций, которые достигаются, как правило, высокими издержками и при этом не гарантируют успеха у потребителей, понятие «инновация ценности» акцентирует необходимость сочетания новизны, практичности и низких издержек [6].

На современном этапе экономического прогресса приоритетным является не только вариативность инновационной деятельности, которая помогла бы модернизировать бизнес, но в большей степени растет ценность методов и механизмов по борьбе с конкурентами. Это достаточно трудоемкий процесс, даже в условиях относительно свободного рынка, требующего

дополнительных временных и финансовых затрат. Организации, не имеющие обдуманной, рассчитанной до мелочей стратегии поведения на рынке, вряд ли смогут стать сильными игроками в конкурентной среде. Как известно, современный рынок носит организованный (или контрактный) характер, который выражается в значительном числе определенных признаков и характеристик. Например, таких как господство на рынке крупных компаний, стратегия ведения бизнеса которых ориентирована на известных потребителей; существует огромное количество разнообразных контрактов и договоров, регламентирующих количество, качество, номенклатуру производимой продукции; компании постоянно исследуют массовый спрос, по которому выверяют правильность выбранной стратегии [4].

Смысл стратегии «голубого океана» сосредоточен в необходимости расширения границ рынка до такой степени, чтобы стал возможен выход из конкурентного рынка, избегая при этом конкуренцию. Предприниматель должен создать такой уникальный продукт, который будет продавать только он. Роль стратегии голубых океанов в формировании бесконкурентных рынков, по мнению Кузнецовой Е.Л., довольно значительна: «Стратегия голубого океана предлагает отказаться делить с другими компаниями существующий, и зачастую уменьшающийся спрос, постоянно обращая внимание на конкурентов, а вместо этого посвятить себя созданию нового, растущего спроса и отступлению от соперничества». Разработка и реализация стратегии «голубого океана» базируются на следующих принципах :

1. Преобразования границ рынка с целью выйти из мира конкуренции и создать «голубой океан»;
2. Сосредоточение на общей картине, а не на цифрах является основным для снижения риска, связанного с планированием. В этом направлении разрабатывается альтернативный подход к действующему процессу разработки стратегии, построенной не на подготовке документов (контрактов), а на формировании стратегической основы. Следствием данного подхода являются стратегии, раскрывающие творческий потенциал персонала, помогая организации компании увидеть «голубые океаны»;
3. Выход за пределы существующего спроса - это главный компонент, необходимый для достижения инновации ценности. Компании следует бросить вызов двум основным стратегическим практикам. Первая – анкетирование внимания на имеющихся потребителях. Вторая - устремление к большей сегментации с целью приспособления к различиям среди покупателей;
4. Формирование эффективной бизнес-модели подводит к четвертому принципу стратегии «голубого океана»: соблюдению правильной стратегической последовательности. Правильная стратегическая последовательность: полезность для покупателя, цена, затраты, и продвижение[4].

Анализ развития организаций указывает на то, что не существует вечно эффективных экономических компаний (совершенных, долго существующих компаний-лидеров), но имеют место несколько движущих сил создания голубых океанов. Развитие технологий значительно повысило продуктивность производительности и позволило поставщикам производить небывалые объемы продуктов и услуг. В результате получается, что в различных областях предложение все чаще

превышает

спрос.

Необходимость формирования голубых океанов обусловлена, по мнению У. Чан Кима и Р. Моборна, следующими факторами. Во-первых, постоянно развивающиеся высокие технологии, в том числе информационные и коммуникационные, повышают продуктивность производительности, что выражается в большом объеме товаров и услуг. Во-вторых, глобализация влечёт за собой превышение предложения над спросом в различных отраслях, что ведёт к снижению числа участников на ряде развитых рынков. В-третьих, усиливается направления превращения товаров и услуг в предметы массового потребления, что сопровождается ожесточенной борьбой цен и снижением дохода. В-четвертых, люди перестают ориентироваться на бренды основных категорий товаров, они стремятся приобретать их по сниженным ценам [2].

Стратегии маркетинга различаются и по отношению к продукту, выпускаемому фирмой. Исходя из задачи оптимизации общего товарного ассортимента фирмы, на практике применяют

следующие направления маркетинговой стратегии: дифференциацию, вертикальную интеграцию, диверсификацию, узкую товарную специализацию. Кроме того, маркетинговые стратегии в отношении продукта различаются исходя из направления оптимизации экспортного ассортимента товаров [1].

Фредерик Лалу, бывший совладелец компании «Маккинзи», в своей книге «Открывая организации будущего», героями которой являются «бирюзовые организации», рассматривает различные потребности и желания персонала и соотносит их с применяемыми на практике руководящими решениями. Лалу Ф. проанализировал 150 фирм по всему миру, подчеркнул семь способов организации деятельности и расположил их в хронологическом порядке [3]. Первые бирюзовые организации появились 30 лет назад, когда персонал устал от тотального контроля руководства и конкуренции внутри компании. Появились такие фирмы, в которых сотрудники отказывались делать отчеты, нужные высшему руководству компании, в связи с тем, что хотели стать эффективными и не боялись совершать ошибок. Именно поэтому они стремятся к преобразованию организации, в которой работают, или создают компании нового типа. Как показывает опыт, перестроить существующую форму фирмы сложно, поэтому правильнее начинать деятельность сразу с бирюзовой стадии, ведь такие формы взаимодействия внутри компании – это организации будущего, устремленные к успеху [6].

По мнению Чулановой О.Л., бирюзовые организации имеют свои преимущества и недостатки, которые предоставлены в таблице 1 [4].

Таблица 1- Преимущества и недостатки бирюзовых организаций.

Преимущества	Недостатки
Реальная ценность для людей – бизнес со смыслом	Отсутствие должностной инструкции – возможно чрезмерное использование рабочей силы
Отсутствие длинных иерархических пирамид при внедрении решений – высокая скорость реакции на вызовы рынка	Отсутствие чётко сформулированного плана
Вовлеченность сотрудников	Отсутствие повышений по службе
Гибкий рабочий график	Нужна предварительная готовность и активность
Исследование конфликтов	Сложно оценить самоотдачу
Полный доступ к информации	

Применение концепции бирюзовой организации имеет больше выгодных направлений для развития бизнеса, чем рисков и недостатков, но, к сожалению, к новым агрессивно-интенсивным способам ведения бизнеса готовы не все компании. Данная структура больше подходит в таких сферах, где происходит постоянное изменение обстановки и существует необходимость быстрого реагирования, где основой производственной деятельности являются инновации. Инновационное развитие уже много лет рассматривается в экономических сферах всех стран мира. За последние 20 лет инновации стали считаться главным двигателем экономического развития и упоминаются в любой стратегии как корпоративной, так и государственной [1].

Например, бирюзовые структуры эффективно функционируют в таких отраслях, как реклама, консалтинговые услуги, организация досуга, кейтеринг. В бирюзовых компаниях стратегия возникает естественным путем, без приказов руководства. Каждый работник в такой организации понимает, что он делает и зачем. Но это, как мы все понимаем, идеалистический взгляд на жизнь и на людей. В таких компаниях руководители работают вместе с персоналом, который разделен на команды. В этих командах руководитель — не диктатор, а наставник, он не контролирует работу, а обучает, прививает необходимые навыки, и дает рекомендации. Вместо планирования и бюджетирования бирюзовые команды применяют внутреннее консультирование, в котором принимает участие вся команда [9].

Таким образом, главной задачей маркетинговой стратегии является повышение качества оказываемых услуг, что, бесспорно, ведет к повышению спроса и вниманию потребителей, к развитию и реализации интеллектуального потенциала сотрудников компании, а также к повышению эффективности деятельности организации. Бирюзовые организации создают перспективы развития целеустремленным, стремящимся реализовать свои способности людям, в то время как стратегия «голубого океана» предлагает отказаться делить с другими существующий рынок, при этом обращая внимание на действия конкурентов, и вместо этого посвятить себя созданию и совершенствованию нового товара или услуги, растущему спросу и уходу от конкуренции.

Список литературы:

1. Жмудь Т.Ф. Анализ маркетинговых стратегий лидирующих инновационных компаний при запуске нового продукта // Инновационное развитие экономики. 2017. № 4. С. 61-67.
2. Красноручский Л.П. Теоретически подходы к исследованию специфики сетевого поколения // Общество: философия, история, культура. 2017. № 5.
3. Лалу Ф. Открывая организации будущего / Фредерик Лалу; пер. с англ. В. Кулябиной; [науч. ред. Е. Голуб]. – М.: Манн, Иванов и Фербер. 2016. С 432.
4. Полуян Е.В., Брагина М.П., Кузнецова Е.Л. Стратегия «голубых океанов» как современное направление в развитии бизнес-процессов // Научно-методический электронный журнал «Концепт». 2017. № S13.
5. Чан Ким, Рене Моборн. Стратегия голубого океана. Как найти или создать рынок, свободный от других игроков: [рус.]. — М.: Манн, Иванов и Фербер. 2017. С336.
6. Чуланова О.Л. Бирюзовые организации: сущность, основные принципы, возможности реализации в работе с персоналом современных российских организаций // Актуальные проблемы гуманитарных и естественных наук. Москва. 2017. №04.
7. Шуклина З.Н. Формирование новых потребностей и спроса на инновации // РИСК: Ресурсы, информация, снабжение, конкуренция. 2015. № 2. С. 76-80.
8. Шуклина З. Н. Доминанта клиентоориентированности в маркетинге инноваций // Современное общество и власть. 2015. № 1 (3). С. 113-116.
9. Щербинина М.Ю., Матерова А.А., Кузьмин Е.В. Бирюзовые организации: новая концепция развития бизнеса // Современные научные исследования и инновации. 2017. № 1 [Электронный ресурс].

Об авторах

Костянян А.А., студентка 2 курса, направление подготовки «Экономика».

Шуклина З.Н., научный руководитель, доктор экономических наук, профессор кафедры таможенного дела и маркетинга финансово-экономического факультета Брянского государственного университета имени академика И.Г. Петровского.

ПРИЧИНЫ И ПОСЛЕДСТВИЯ ТЕНЕВОЙ ЭКОНОМИКИ В РФ

Кружалин Н.А.

Научный руководитель - Шуклина З.Н., д.э.н., профессор кафедры таможенного дела и маркетинга

ФГБОУ ВО «Брянский государственный университет имени академика И.Г. Петровского»

В рамках работы проводится исследование основных причин и последствий теневой экономики в России. Автором определяются основные составляющие теневой экономики, выявляется связь между теневой экономикой и коррупцией. В ходе исследования определяются положительные и отрицательные последствия теневой экономики, проводится анализ уровня теневой экономики в России. В заключении работы автором определяются основные меры борьбы с теневой экономикой в России.

Ключевые слова: теневая экономика, скрытая экономика, черная экономика, беловоротничковая экономика, фиктивная экономика, черный рынок, серый рынок, криминальная экономика.

В современных геополитических условиях, при обострении внешних влияний и вызовов особенно актуальными становятся причины и последствия теневой экономики в Российской Федерации.

В 2006 г. Российская Федерация ратифицировала Конвенцию ООН против коррупции от 31.10.2003 и Конвенцию об уголовной ответственности за коррупцию от 27.01.1999, которые, бесспорно, являются базовыми международными нормативными правовыми актами, регламентирующими деятельность по противодействию коррупции. Ратификация указанных Конвенций предопределила деятельность государства по имплементации их положений в национальное законодательство. 01.04.2016. Президент Российской Федерации утвердил Национальный план противодействия коррупции на 2016 - 2017 годы, который определил стратегические направления деятельности органов государственной власти в данной сфере. Одним из ключевых моментов явились меры по внесению до 1 июня 2016 г. в региональные антикоррупционные программы и антикоррупционные программы (планы по противодействию коррупции) органов государственной власти субъектов Российской Федерации, а также органов местного самоуправления, в которых такие планы имеются, изменений, направленных на достижение конкретных результатов в работе по предупреждению коррупции, минимизации и (или) ликвидации последствий коррупционных правонарушений, а также контроль за выполнением мероприятий, предусмотренных этими программами (планами).

По мнению Циклаури В.Ю., Белоусова Л.С., Деватилова А.И. теневые тенденции в экономике стали одной из первостепенных проблем мирового сообщества. Теневая экономика, содержащая в себе криминальную составляющую, приводит к появлению прямых угроз национальной и международной безопасности и представляет собой фронтальную атаку политической и законодательной властям, а также создает угрозу самому государству [8, с.15]. Теневая экономика имеет плотные и вполне легальные связи с реальным сектором экономики, а еще она использует государственные услуги, например, рабочую силу или разные общественные факторы. Такая противоправная деятельность помогает получать огромную прибыль, которая не облагается налогами и направлена исключительно на собственное обогащение. Особенности теневой экономики есть преднамеренное уклонение официальной регистрации предприятий (как формы хозяйствования) и их соглашений, а также искаженное выполнение этих соглашений [5, с.48]. По мнению Крохичевой Г.Е. основными составляющими теневой экономики являются:

Таблица 1

Основные составляющие теневой экономики [5, с.48]

№ п/п	Элементы теневой экономики	Пример
1	"вторая" теневая экономика, так называемая "беловоротничковая"	Коррупция в коммерческом секторе среди руководителей, коммерческие экономические правонарушения
2	"серый рынок" теневой экономики, так	неофициальное трудоустройство на

	называемая "неформальная экономика"	рабочее место, незарегистрированные ремонтные и строительные работы, проведения репетиторских занятий, аренда недвижимости без заключения арендного договора и т. д.
3	"черный рынок" теневой экономики, так называемая "криминальная экономика"	бизнес в сфере: наркотиков, контрабанды, рэкеты и т.д.
4	фиктивная экономика	редоставление льгот и субсидий с помощью коррупционных связей и др.

Мы сравнили мнения ученых и выявили факторы и элементы теневой экономики. "Беловоротничковой" называют запрещенную, российским законодательством, экономическую деятельность работников "белой" экономики по месту их работы, которая приводит к тому, что создаются условия к тайному перераспределению ранее полученного дохода. Гуськова А.В. определяет беловоротничковую преступность как совершение длящегося или продолжаемого преступления элитой общества посредством интеллектуальных экономико-криминальных схем в ходе своей профессиональной деятельности в ущерб интересов личности, общества и государства [1, с.297]. По мнению Крохичевой Г.Е. такой вариант подразумевает то, что официально работающие люди занимаются запрещенной деятельностью, что становится причиной скрытого распределения нацдоходов. Понятие теневой экономики, указывает, что субъектом такой деятельности являются люди из деловых кругов, имеющие высокие должности. «Белые воротнички» используют собственное служебное положение и правовые недочеты в законодательстве. Для совершения преступлений часто используются современные технологии [5, с.48]. "Неформальная экономика" или "серый рынок", по словам Крохичевой Г.Е. представляет собой вид деятельности, который имеет законный характер, но масштабы, которой скрываются или занижаются субъектами хозяйствования. Примерами "неформальной" экономики могут быть: неофициальное трудоустройство на рабочее место, незарегистрированные ремонтные и строительные работы, проведения репетиторских занятий, аренда недвижимости без заключения арендного договора и т. д.[5, с.48]

Есть мнение, что структура теневой экономики включает неформальный тип бизнеса, то есть когда деятельность разрешается законом, но она не регистрируемая. Это преимущественно малый бизнес, занимающийся изготовлением и продажей разных товаров и услуг. Этот тип является самым распространенным. "Криминальная экономика" или "черный рынок" - это проведения определенных видов экономической деятельности, которая имеет строго запрещенный характер на любом экономическом уровне. К составляющим данного сектора относится незаконное предпринимательство в сфере оборота наркотиков, легализацию денежных средств; контрабанду культурных ценностей и денежных средств; незаконную торговлю оружием; незаконную трансплантологию и др. [1, с.299]. Таким образом, черная экономика - это экономика организованной преступности, связанная с изготовлением и распространением вещей, запрещенных законом (браконьерство, оружие, наркотики). Фиктивную экономику она определяет как деятельность, которая связана, в основном, с коррупцией (предоставление льгот и субсидий с помощью коррупционных связей и др.).

О том, что нелегальная и скрытая от государства деятельность негативно влияет на уровень жизни человека и на общее положение самой страны, знают многие, но при этом мало кто понимает, что теневая экономика, как социально-экономический феномен имеет собственные преимущества. Именно на этот феномен обращает внимание Старова О.В. [7, с.80]. Если сравнить плюсы и минусы подобной деятельности, то недостатки существенно перевешивают чашу весов. Многие страны ведут активную борьбу с этой проблемой, поскольку она негативно влияет на многие процессы и развитие общества:

- Замедляет рост экономического развития государства, например, снижается ВВП, растет безработица и так далее.

- Уменьшаются государственные доходы, поскольку предприятия, занимающиеся нелегальной деятельностью, не платят налоги.

- Сокращаются расходы бюджета и страдают от этого работники бюджетного сектора, пенсионеры и другие группы людей, получающие социальные выплаты.

- Ловушка теневой экономики связана с тем, что она способствует росту коррупции, но и сама коррупция стимулирует развитие нелегальной деятельности [5, с.48].

Положительных сторон у незаконной деятельности немного, но они есть:

- Положительные последствия теневой экономики обусловлены тем, что такая деятельность приносит инвестиции в легальный сектор.

- Она является неким сглаживающим механизмом существующих скачков в экономической конъюнктуре. Это возможно благодаря перераспределению ресурсов между разрешенным и запрещенным сектором.

- Теневая экономика положительно влияет на последствия финансовых кризисов, когда происходят массовые увольнения работников, которые могут найти место в неформальном секторе [3, с.461].

Позитивное влияние теневой экономики на жизнь общества, Казанцева П. И., Дашиева И. Б. и Иванченко Л.А. благодаря скрытию некоторой части прибыли от налогообложения, предприятия способны направить эту часть прибыли на восстановление деятельности предприятия, если оно находится на ранних стадиях банкротства [3, с.461]. Также по их мнению теневая экономика предоставляет населению огромное количество рабочих мест, что не всегда способна сделать официальная экономика в полном объеме. Благодаря этой черте теневой экономики растет благосостояние общества в целом [3, с.461]. Но при этом авторы указывают на то, что теневая экономика явление в целом негативное для общества. Развитие нелегального сектора экономики наносит ущерб государственному бюджету и косвенно другим экономическим агентам, которые действуют в рамках закона. Среди всех форм криминальной деятельности экономики наибольшую опасность представляет деятельность организованной преступности. Последствия такой деятельности не ограничиваются социально-экономической сферой, они затрагивают практически все стороны общественной жизни [3, с.461].

Теневая экономика и коррупция взаимосвязаны, сущность теневой экономики и коррупции схожи в причинах, целях и других факторах:

Таблица 2

Факторы теневой экономики и коррупции [3, с.461]

№ п/п	Фактор	Характеристика
1	Развитие нелегальной деятельности	три ветки власти и управления коррумпированы
2	Деятельность вне закона	способствует формированию коррупционных отношений во всех областях, которые влияют на ее благополучное существование
3	Коррупция заставляет нелегальные виды бизнеса находиться в тени	создает базу для организации новых сфер для теневого бизнеса

К основным факторам, которые провоцируют появление нелегальной деятельности, относят:

Таблица 3

Факторы провоцирования появления нелегальной деятельности [3, с.461]

№ п/п	Фактор	Характеристика
1	Высокие налоги	Часто вести бизнес официально невыгодно, поскольку вся прибыль уходит на налоги.
2	Высокий уровень бюрократии	Описывая причины теневой экономики нельзя упустить из внимания виновность бюрократизации всех процессов необходимых для оформления и ведения бизнеса
3	Чрезмерное вмешательство государства	Многие люди, занимающиеся легальным бизнесом, жалуются на то, что налоговая инспекция часто проводит проверки, выставляет штрафы и так далее
4	Небольшие наказания за раскрытие нелегальной деятельности	Штраф, наложенный на человека, который занимается нелегальной деятельности, в большинстве случаев гораздо меньше, чем его прибыль
5	Частые кризисные явления	Во время экономического спада вести легальную экономическую деятельность становится невыгодно и тогда все стараются уйти в тень

Ряд авторов (Марцев Ю.П., Переверзин Ю.Н., Дьячкова Т.Ю., Молотова Е.Ю.) в структуре теневой экономики выделяют как криминальные, так и некриминальные типы отношений. Криминальными типами отношений, по мнению авторов, являются различные виды хищений, должностные и хозяйственные преступления, наркобизнес, азартные игры, и т.п. К некриминальным типам они относят параллельную, неформальную и фиктивную экономику [6, с.21]. Незаконный бизнес является разрушительным явлением, которое негативно влияет на всю экономическую систему государства. Чтобы понять, почему теневая экономика это плохо, нужно взглянуть на перечень негативных последствий:

Таблица 4

Негативные последствия теневой экономики

№ п/п	Характеристика последствия	Примечание
1	Происходит сокращение государственного бюджета	поскольку не происходят налоговые отчисления
2	Из-за влияния на кредитно-финансовую сферу происходят негативные изменения в структуре платежного оборота и стимулировании инфляции	-
3	Последствия теневой экономики касаются и внешнеэкономической деятельности	поскольку возникает недоверие со стороны иностранных инвесторов
4	Существенно растет коррупция и злоупотребление властью	в результате этого происходит замедление процесса развития экономики страны и страдает все общество
5	Многие подпольные организации для сокращения расходов и при отсутствии финансирования не соблюдают экологические нормы	негативно влияет на состояние окружающей среды

6	Из-за теневой экономики ухудшаются рабочие условия	поскольку предприятия игнорируют трудовое законодательство
---	--	--

По мнению Старовой О.В. возрастание доли сокрытия доходов и ресурсов неразрывно связано с ослаблением государственной системы. При снижении уровня социальной защищенности населения к постоянной группе представителей организованной преступности, присоединяются ранее законопослушные граждане, предприниматели, вынужденные любыми средствами бороться за свое выживание и сохранение собственного бизнеса. Негативные последствия теневой экономики выражаются в недополучении государством необходимых средств для наполнения бюджетов всех уровней, потере способности своевременно выполнять свои обязательства перед жителями в социальной сфере (выплаты пенсий, пособий, обеспечение надлежащего уровня здравоохранения, образования) [7, с.80].

В конечном итоге, когда в стране на базе накопления огромных теневых капиталов реально управляют бандитские группировки, официальные властные структуры полностью теряют своё назначение во внешней и внутренней политике, что приводит к разрушению государственного управления. Вместе с тем, в периоды финансовых кризисов, «беловоротничковая» и «серая» виды теневого сектора экономики частично способствует сохранению субъектов предпринимательства. Сохранение скрытых рабочих мест, неучтённых доходов, позволяет им выжить в тяжелейших финансовых условиях, что стало бы невозможно при полном объеме выполнения обязательств перед государственным бюджетом.

По мнению Марцева Ю.П., Переверзина Ю.Н., Дьячковой Т.Ю. и Молотовой Е.Ю. теневая экономика превратилась в серьёзный субъект социальной жизни, стала крупным «работодателем» для большой части населения, «воспитателем» значительной части подрастающего поколения. В ряде случаев ею финансируется культура, разрушающая «память нации» и её лучшие традиции. Нередки случаи, когда теневая экономика использует собственные вооруженные формирования [6, с.22].

Ученые экономисты многих стран изучили основные факторы влияния и разработали методики определения размеров экономической «тени». Прямые методы основаны на анализе информации, полученной путем специальных опросов, наблюдений, проверок в сфере доходов и расходов субъектов предпринимательства, трудоспособных граждан и их реальной занятости. Косвенные методы включают в себя тщательный анализ расхождений в расчётных и фактических данных товарных потоков, расходовании основных видов производственных ресурсов. Монетарные методы основаны на сопоставлении и анализе использования наличных денежных средств в обороте. Структурные методы направлены на изучение доли скрытых оборотов в основных сферах теневой экономики.

Авторитетные австрийские эксперты Ф.Шнайдер и Д.Энсте провели подробные расчёты, анализы уровня теневой экономики в различных странах по состоянию на конец 20 столетия. Оказалось, что наиболее высокая доля сокрытия доходов и занятости существует в бывших странах Советского Союза. Главная причина этого негативного факта – слабость, недостаточное развитие государственного управления, массовое нежелание соблюдать правовые нормы и реально побороть коррупцию:

- В России и Армении доля теневых доходов составила до 45%, теневых трудовых затрат 40%;
- В Азербайджане соответственно 60 и 50%;
- На Украине в тени 50% ВВП и 41% трудовых ресурсов [4].

Согласно исследованию Комраков А. В. в странах Центральной и Восточной Европы со стабильной устойчивой государственной и экономической системой уровень теневого ВВП в среднем составил 29%, трудовой занятости «в тени» — 23%. В США «тень» составляет по разным оценкам до 10%, в Германии, Великобритании – 12% [4]. В проведенном исследовании при определении размеров теневых хозяйственных операций в России в 90-е годы прошлого года использовалась «итальянская система» расчётов, основанная на

определении теневой занятости трудоспособных граждан. Показательны некоторые результаты исследований российской экономики за последние годы:

- за 2015-2016 годы около 600000 индивидуальных предпринимателей прекратили свою официальную деятельность;

- по данным Центробанка в 2016 год оборот сомнительных банковских операций турфирм и сопутствующих транспортных агентств составил 80 млрд. рублей;

- летом 2017 года представители Центробанка огласили три основных направления отмывания денег, общим объёмом превышающие десятки млрд. рублей – розничная торговля, обналичивание корпоративных платежных карт, услуги туристических агентств [4].

Согласно исследованию Циклаури В.Ю., Белоусова Л.С. и Деватилова А.И. в 2016 г. в мире от экономических преступлений пострадало 34% предприятий, а в России – 37%. По статистике МВД РФ, в 2016 г. произошёл рост доли тяжких экономических преступлений в крупном и особо крупном размерах, они составили 20,9% от общего числа всех экономических преступлений [8, с.19]. По мнению Комраков А. В. в России доля теневой экономики находится на среднемировом уровне, для европейской страны этот уровень чрезвычайно высок. Аналогичная ситуация наблюдается в относительно развитых странах Африки и Пакистане. В Евросоюзе сходный уровень «тени» имеют лишь Румыния и Болгария. Доля теневой экономики в России достигала 33,7% ВВП. Исследователи отмечают, что к 2025 году глобальный средний показатель объема теневого сектора снизится с нынешних 22,5% до 21,4% от ВВП, но в России он останется почти на том же уровне, и даже немного подрастет до 39,3% [4].

Доля теневой экономики в России составляет около 10-14%, при этом по ряду секторов экономики это число увеличивается до 50%. В сельском хозяйстве она достигает 50% за счет работы личных подсобных хозяйств, в недвижимости - почти 50%, засчет сдают в наем квартир. В торговле доля теневой экономики оценивается в 10-11%; в строительстве - 16-18%; в образовании -5-6% за счет репетиторства.

Справиться с неофициальной деятельностью очень сложно, учитывая масштабность распространения. Борьба с теневой экономикой должна быть комплексной и касаться разных аспектов: проведение реформ налоговой системы, которые помогут вывести часть дохода из тени; ужесточение наказания для коррупционеров; введение мер, чтобы вернуть вывезенные капиталы из страны и создать привлекательный инвестиционный климат, чтобы прекратить финансовый отток; определение производств, которые работают подпольно, и прекращение их деятельности; повышение контроля над денежными потоками, которые не будут давать возможность отмывать крупные суммы; снижение давления на бизнес со стороны государства, например, уменьшение количества надзорных органов и инспекций; запрет на бесконтрольное предоставление и привлечение кредитов; перераспределение власти в судах и других органах власти. Должно быть проведено ужесточение законодательства.

В настоящее время государство активно предпринимает меры по борьбе с теневой экономикой: совершенствует налоговую систему, администрирование правительственных расходов; уменьшает коррупционную нагрузку на бизнес. Правительство и ЦБ РФ приняли ряд мер, которые оказали существенно влияние на сокращение теневого оборота наличных денег в экономике: санация банковской системы; повышение контроля над деятельностью платежных систем; установление лимитов на снятие наличных денег через банкоматы и на перевод средств между физическими лицами и т.п. В целях усиления борьбы с фирмами-однодневками были ужесточены формальные требования для регистрации фирмы и введены новые основания для отказа в регистрации. По мнению Зиновьева И.Ф., Зиновьева Ф.В. и Ярош О.Б. пока в правовом поле страны не будет формализован единый подход к сущности, структуре и содержанию теневой экономики, единая государственная стратегия противодействия ей будет оставаться только формальным призывом, не вполне корректен. Теневая экономика представляет собой слишком сложное, разноплановое и многоуровневое экономическое явление, чтобы определение одной (или даже нескольких) институций могло бы его комплексно охарактеризовать [2, с.71-72]

Анализируя труды различных учёных в различные годы, отметим, что масштабы проявления, причины и последствия теневых процессов экономики до сих пор дискутируются в научной литературе и необходимыми становятся дальнейшие исследования, чтобы улучшить понимание о данном процессе. Теневая экономика с годами становится всё более предприимчивой, гибкой, изворотливой, т. к. ей не требуется рамок для соблюдения формальностей и регламентов, а мотивы прибыли, т. е. самозанятости, как стимулы к действию, могут быть во многом значительными. Решить проблемы серой бухгалтерии и торговли «из-под кассы» в организациях поможет постепенное обязательное внедрение сертифицированной инновационной контрольно-кассовой техники. Следовательно можно делать вывод о том, что теневая экономика оказывает существенное влияние на экономическую безопасность государства. Выявив негативные влияния, необходимо найти способы борьбы с теневой экономикой, устранить, прежде всего, причины ее возникновения.

Список литературы:

1. Гуськова А.В. Параллельная экономика: серфинг по пяти теневым секторам // Вестник Нижегородской академии МВД России, 2017. - №3 (39). – С.296-299
2. Зиновьев И.Ф., Зиновьев Ф.В., Ярош О.Б. Теневая экономика: диалектика теоретических концепций и оценка реальных масштабов // Успехи современной науки и образования, 2017. - №2. Том 3. – С.71-73
3. Казанцева П. И., Дашиева И. Б., Иванченко Л.А. Влияние теневого сектора на национальную экономику // Актуальные проблемы авиации и космонавтики, 2017. – Том 3. – С.460-462
4. Комраков А. В. России уровень теневой экономики сохранится и к 2025 году // Независимая газета. Электронный ресурс. Режим доступа: http://www.ng.ru/economics/2017-07-03/100_shadowec.html
5. Крохичева Г.Е. Теневая экономика в системе экономической безопасности/ Г.Е. Крохичева, Э.Л. Архипов// Интернет-журнал Науковедение. – 2016. – Т. 8. – № 2. С. 48.
6. Марцев Ю.П., Переверзин Ю.Н., Дьячкова Т.Ю., Молотова Е.Ю. Теневая экономика: содержание, сущность и социально-экономические последствия // Актуальные проблемы гуманитарных и социально-экономических наук, 2017. – № 11. – С.20-22
7. Старова О.В. Теневая экономика в современной России: причины, специфика, роль, иной взгляд/ О.В. Старова, Б.А. Зубаков, И.Е. Варыгин// Проблемы современной науки и образования. – 2016. – № 10 (52). – С. 79-83.
8. Циклаури В.Ю., Белоусова Л.С., Деватилова А.И. Теневая экономика в мировом экономическом пространстве // Известия Юго-Западного государственного университета. Серия Экономика. Социология. Менеджмент. 2017. - Т. 7, № 3 (24). - С.15-23
9. Шуклина З.Н. Актуальные проблемы безопасности государства и личности в условиях цифровизации мирового пространства// Международная научно-практическая конференция “ ЭКОНОМИКА, БИЗНЕС, ИННОВАЦИИ”: сборник статей в 2 ч. Ч. 2. – Пенза: МЦНС «Наука и Просвещение». 2018. – 260 с. С. 156-160

Об авторах

Кружалин Н.А., студент Брянского государственного университета имени академика И.Г. Петровского.

Шуклина З.Н., научный руководитель, доктор экономических наук, профессор кафедры таможенного дела и маркетинга финансово-экономического факультета Брянского государственного университета имени академика И.Г. Петровского.

ФАКТОРЫ БЕЗОПАСНОГО ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ В ИННОВАЦИОННОЙ СФЕРЕ

Лобачёва Ю.И.

Научный руководитель - Шуклина З.Н., д.э.н., профессор кафедры таможенного дела и маркетинга

ФГБОУ ВО «Брянский государственный университет имени академика И.Г. Петровского»

В статье сравниваются мнения ученых по проблеме развития инновационной сферы с учетом перспектив экономической безопасности; анализируется влияние инновационной деятельности на безопасность государства, общества, бизнеса и личности; выделяются уровни, глубина и продолжительность нестабильности при возрастающей энтропии инновационных отношений; акцентируется значимость совмещения инновационной политики государства и инновационного поведения бизнеса; уточняется синергетическое воздействие совокупности условий и факторов на обеспечение безопасного взаимодействия в инновационной сфере.

Ключевые слова: инновационная сфера, инновации, инновационное развитие, инновационная безопасность, экономическая безопасность, национальная безопасность.

Глобальные изменения в мировой экономике порождают стратегические вызовы и угрозы, имеющие критическое значение для экономического развития страны. Под влиянием технологических изменений происходит значительное снижение традиционных факторов роста и на этом фоне значительное повышение роли инноваций в социально-экономическом развитии. Формируются новые быстрорастущие рынки, а новая волна технологических изменений усиливает роль инноваций в достижении высоких темпов социально-экономического развития государств. Инновационность экономики сегодня приоритетно определяет экономическую мощь и национальную безопасность Российской Федерации и ее регионов, поскольку именно уровень инновационной активности экономики влияет на такие компоненты национальной безопасности и обеспечения суверенитета, как экономическая, технологическая, информационная, социальная, геополитическая и оборонная безопасность. Причем прослеживается прямая зависимость: повышение инновационной активности экономики, динамика процесса реализации инновационного потенциала способствуют укреплению национальной безопасности государства [3].

Вместе с тем, важнейшей особенностью процесса формирования инновационной экономики является перманентное нарушение стабильности существующей национальной экономической системы. Инновационная деятельность, заключающаяся в совершении технологических прорывов, научных открытий, создании новых управленческих технологий, новых рынков и новых потребностей выводит экономическую систему из состояния равновесия, вызывая неустойчивость и рискованность. Инновационная безопасность в своем развитии, в отличие от экономической безопасности, в первую очередь опирается не на статические подходы экономического развития, а на динамичные инновационно-экономические прорывы.

Следует отметить, что экономическая нестабильность различается уровнем, глубиной и продолжительностью, что связано с отмиранием старых производств, снижением спроса на морально и физически устаревшую продукцию, растущим разрывом между спросом и предложением на традиционную и инновационную продукцию, неустойчивостью коммерциализации и диффузии инноваций [6]. Кроме того, при переходе на инновационный путь развития происходят изменения не только в экономике и ее составляющих частях, но и в мировоззренческой, психологической, политической, образовательной и культурной сферах, институциональных структурах государства и общества, в развитии личности и реализации интеллектуального, образовательного и научного потенциалов [6]. Данные обстоятельства, безусловно, нарушают одно из системообразующих требований безопасности – устойчивость, обуславливая актуальность исследования направлений и факторов обеспечения безопасного взаимодействия в инновационной сфере.

Выделяя понятие безопасность в качестве объекта исследования, нужно отметить, что это интегрированная система устойчивых факторов и условий, системная деятельность, содержание которой формируется в процессе разрешения противоречия между объективной высокорисковой реальностью и разумными потребностями субъектов, стремящихся предотвратить угрозы, локализовать их и устранить негативные последствия [9]. По мнению Туфетулова А.М. и Балабановой Ю.Н., под инновационной безопасностью следует понимать такое состояние экономики, которое обеспечивает конкурентоспособность результатов науки, высоких технологий высокотехнологичной выпускаемой продукции на национальном, региональном и мировых рынках, обеспечивая при этом устойчивое развитие в условиях глобальной конкуренции [7]. Согласно Сакович В.А. и Бровка Г.М., сущностью инновационной безопасности в современных условиях являются состояние, динамика инновационной и социально-экономической систем, общественных отношений между человеком, государством, обществом, позволяющие объективно определять и эффективно реализовывать политические и социально-экономические цели и интересы инновационного развития; устранять опасности, мешающие инновационному пути развития, угрозы политического и социально-экономического развития; обеспечивать сохранение целостности, стабильности бытия как основания существования социально-экономических объектов; гарантировать становление, развитие инновационной системы как переход от прогнозируемых к действительным, реальным состояниям; создавать условия для самосохранения, воспроизводства единства частей в рамках национальной инновационной системы и как целого в конкретных исторических условиях [6].

Активизация инновационных процессов в экономике должна стать на современном этапе основным драйвером экономического роста. Обращение к опыту развитых и динамично развивающихся стран высвечивает все стороны и эффективность инновационной модели развития. Для успешности необходимо совмещение инновационной политики государства и инновационного поведения бизнеса, организаций и предприятий. Это дополнительно подтверждает важность проблемы оптимального соотношения комплекса системы стимулов и бюджетных субсидий как мер прямого регулирования, которые могли бы создать для предпринимателей наиболее благоприятные условия реализации сложных высокорискованных инновационных проектов.

Государственной инновационной политике, проводимой в развитых странах, присущ ряд новых инициатив, укрепляющих связи науки и государства с бизнесом: общим трендом стало создание правовых и организационных условий для симулирования возникновения кооперации между частным бизнесом и государственными компаниями, причем как внутри научной сферы, так и для связи науки с промышленностью. Известна наиболее эффективная форма такого взаимодействия – государственно-частные партнерства, которые могут путем кооперации объединять в различных вариациях и на договорной основе частный бизнес, правительственные организации и ведомства, независимые лаборатории и университеты для выполнения поставленных задач в сфере НИОКР [5].

Варламов М.Г. подчеркивает, что в условиях первичного формирования инновационной среды, сопряженных с общей энтропией, неустойчивостью экономики России, национальная инновационная система находится в неравновесном состоянии, поэтому направления безопасного взаимодействия в инновационной сфере необходимо рассматривать и анализировать с позиций синергетики. Синергетика включает закономерности и принципы самоорганизации, как процессы функционирования системы, в далеких от равновесия состояниях – при приближении к критическим точкам (точкам бифуркации) или при их прохождении. Поиск путей снижения рисков связан с повышением качества управления, в том числе инновационной средой, при этом следует обратить внимание на синергетические эффекты как положительные, так и отрицательные, которые могут проявляться в создаваемой инновационной системе. Важнейшими факторами развития инновационной среды являются уровень развития образования, науки, отношений между ними, связь этих элементов с производством, а также степень включенности в инновационные процессы бизнес-структур. Поиск, открытие, разработка новшеств, усовершенствование, освоение, коммерциализация новых продуктов и процессов, организационных структур и методов хозяйствования – представляют собой этапы инновационного процесса. Инновационный процесс

всегда связан с неопределенностью, даже в стабильной, динамичной экономике, а в условиях нестабильности экономики эта неопределенность еще больше усугубляется [2].

Обеспечение безопасного взаимодействия в инновационной сфере целесообразно реализовывать через определенную совокупность условий и факторов, позволяющих поддержать стабильность и устойчивость национальной инновационной системы, ее способность к саморегулированию, самоорганизации и саморазвитию при экзогенных и эндогенных негативных воздействиях, позволяющие сохранять свое качество. Следовательно, в структуру национальной инновационной безопасности следует включить восемь взаимосвязанных подсистем с соответствующими функциями и задачами по обеспечению безопасности на каждой стадии инновационной деятельности:

- образование и развитие персонала – подготовка и переподготовка человеческих ресурсов для эффективного ведения инновационной деятельности;
- наука – решение проблемы деструктивной интеллектуальной миграции, создание условий для научной деятельности, производства инноваций, новых научных идей и разработок;
- инновационно-финансовая инфраструктура – обеспечение инновационной экономики финансовыми ресурсами, повышение степени доступности кредитных ресурсов, привлечение инвестиций в инновационную деятельность;
- информационная инфраструктура – содействие развитию цифровой экономики, обеспечение информационной безопасности инновационной деятельности;
- защита интеллектуальной собственности – защита прав на изобретения, инновационные модели, промышленные образцы;
- производственная – создание спроса на инновации, подготовка производства к внедрению инноваций и внедрение инновационных научно-технических и научно-технологических разработок;
- консалтинговая – консультативная поддержка и продвижение результатов инновационных научно-технических и научно-технологических разработок, мотивирование к ведению инновационной деятельности;
- реализация и коммерческое использование – продвижение инновационных научных разработок на рынках [6].

Особенности представленных подсистем инновационной безопасности подтверждают, что сама категория инновационной безопасности является сложной, многоуровневой и комплексной, в связи с чем формирование ее как системы предполагает проведение конкретных мероприятия по обеспечению безопасности инновационного цикла на каждой стадии, на каждом уровне. Только сохраняя целостность можно обеспечить безопасные условия для формирования национальной инновационной, информационной экономики и национальной инновационной системы [6].

Также нам представляется важным сделать акцент на том, что формирование инновационной экономики означает превращение интеллекта, творческого потенциала человека в ведущий фактор экономического роста, что позволит России выдержать конкуренцию как с дешевой рабочей силой экономик Китая и Индии, так и с высококачественной современной продукцией США и развитых стран Европы [1]. Сегодня востребована не только качественная профессиональная подготовка работников, но креативность и гибкость их мышления, способность работника находить верные организационно-управленческие решения в нестандартных ситуациях. В связи с этим важнейшим направлением многогранной и целенаправленной деятельности государства, предприятий, органов самоуправления, здравоохранения, культуры, науки, ориентированной на обеспечение устойчивого инновационного развития, должно стать формирование человека – гражданина, осознающего свое положение в новой гибридной социальной реальности [6]. Маркетинговое управление спросом и потребностями в инновациях должно стать идеологией и доктриной развития каждого субъекта инновационного рынка, нацеленного на повышение конкурентоспособности и эффективности рыночного поведения [8]. От мотивации к инновационному поведению граждан, созданию и потреблению инноваций, и от отдачи, которую приносит труд каждого человека, действительно зависит будущее России [1].

Однако мотивация рождается не только внутри каждого творчески настроенного, одаренного гражданина, но и стимулируется на уровне власти, образования, науки, СМИ, маркетинговых коммуникаций. В отношении человека, творца и новатора также действует система факторов явной и скрытой опасности, что заставляет искать баланс между рисками и достижениями, между затратами и эффектами. Такие опасности связаны с отсутствием уверенности в будущем, с неопределенностью цели развития, неустойчивостью инновационной среды, со стрессами и дистрессами в обществе, с несформированностью образа новой жизни, антропогенными и экологическими рисками.

Итак, необходимость перехода на инновационный путь развития является одной из стратегических задач современной России. Внедрение инноваций можно рассматривать как важнейшее условие повышения конкурентоспособности отечественной экономики, роста ВВП и укрепления экономической безопасности страны. На фоне снижения традиционных факторов роста под влиянием новой волны технологических изменений усиливается роль единого инновационного цикла, включающего фундаментальные и прикладные исследования, объем инвестиций в инновации, восприимчивость экономики к техническим и технологическим инновациям, кадровое обеспечение высокотехнологичных отраслей. Постановку стратегических задач, видимо, следует сопровождать повышением уровня жизни своих граждан, развитием науки и образования, гарантированными правовыми решениями в отношении инновационного бизнеса, только тогда страна не окажется под влиянием факторов утери национального суверенитета. Безопасное инновационное развитие экономики государства в соответствии с национальными приоритетами приведет к активному формированию инновационного имиджа, конкурированию и доминированию на внешних рынках (как минимум по отдельным направлениям производства и секторам экономики), к оптимальной и выгодной интеграции в систему мирохозяйственных связей, установлению высокой степени национальной безопасности, авторитетному и репутационному влиянию на глобальные связи и отношения.

Список литературы:

1. Барейко С.Н. Инновации как фактор обеспечения устойчивого социально-экономического развития России // Экономика нового мира. 2017. № 4 (8). С. 89-95.
2. Варламов М.Г. Развитая инновационная среда как фактор экономической безопасности // Вестник Воронежского государственного университета инженерных технологий. 2017. Т. 79. № 2 (72). С. 231-234.
3. Коровина А.Н. Влияние уровня инновационной активности экономики на состояние национальной безопасности // Экономика нового мира. 2017. № 1 (5). С. 33-54.
4. Кузнецова Е.И. Национальные приоритеты России в обеспечении инновационной безопасности // Вестник экономической безопасности. 2016. № 2. С. 300-303.
5. Липина С.А., Смирнова О.О. Инновации как драйвер безопасного экономического роста на макро- и мезоуровнях национальной хозяйственной системы // Региональная экономика. Юг России. 2017. Т. 17. № 4 (18). С. 16-27.
6. Сакович В.А., Бровка Г.М. Инновационная безопасность: основные понятия, сущность // Наука и техника. 2016. Т. 15. № 2. С. 144-153.
7. Туфетулов А.М., Балабанова Ю.Н. Инновационное предпринимательство в системе экономической безопасности в Российской Федерации // Инновационное развитие экономики. 2017. № 2 (38). С. 371-375.
8. Шуклина З.Н. Формирование новых потребностей и спроса на инновации // РИСК: Ресурсы, информация, снабжение, конкуренция. 2015. № 2. С. 76-80.
9. Шуклина З.Н. Актуальные проблемы безопасности государства и личности в условиях цифровизации мирового пространства // Экономика, бизнес, инновации. Сборник статей МНПК: в 2 ч. 2018. С. 156-159.

Лобачёва Ю.И., студентка 3 курса, 1 группы, специальность «Таможенное дело».

Шуклина З.Н., научный руководитель, доктор экономических наук, профессор кафедры таможенного дела и маркетинга финансово-экономического факультета Брянского государственного университета имени академика И.Г. Петровского.

ПОВЫШЕНИЕ СТЕПЕНИ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ БЕЗОПАСНОСТИ В СТРАНАХ ЕАЭС

Максимова Н.С.

Научный руководитель - Шуклина З.Н., д.э.н., профессор кафедры таможенного дела и маркетинга

ФГБОУ ВО «Брянский государственный университет имени академика И.Г. Петровского»

В статье рассматривается ключевая цель образования ЕАЭС, связь с обеспечением экономической безопасности в странах – участниках. Автор провел сравнительный анализ подходов к понятию экономической безопасности. В статье также приводится анализ заявлений президента РФ и премьер-министра РФ в отношении перспектив развития экономических связей между странами-участниками, а также основные направления повышения экономической безопасности союза стран.

Ключевые слова: экономическая безопасность, ЕАЭС, кризисы, интеграционные проекты, страны ШОС, уровень долларизации.

В сложившихся условиях внешнеэкономических напряжений, связанных с украинским кризисом и усилением антироссийских мер на Западе, огромную актуальность приобретает интеграционный успех России в сплочении своих ближайших соседей – синхронное заключение Россией, Казахстаном и Белоруссией договора о создании Евразийского экономического союза (ЕАЭС), к которому позднее присоединились Армения и Киргизия. Одной из ключевых целей образования союза является обеспечение экономической безопасности стран-участниц. Экономическая безопасность – это состояние экономики, обеспечивающее достаточный уровень социального, политического и оборонного существования, и прогрессивного развития страны, неуязвимость её экономических интересов по отношению к возможным внешним и внутренним угрозам и воздействиям

По мнению Ганеевой М.В. существуют различные трактовки понятия экономической безопасности, при этом под ней она предлагает понимать такое состояние экономической системы, при котором она способна обеспечить – эффективное удовлетворение общественных потребностей при условии поддержания на достаточном уровне социально-политической стабильности государства [2]. Андреева Л.В. считает, что экономическая безопасность – это технико-экономическая независимость, расширяющая понятие экономической самостоятельности, а также неуязвимость страны по отношению к внешним и внутренним угрозам и влиянию [1]. Также под экономической безопасностью понимают защиту экономических интересов на внутреннем и внешнем рынках вне зависимости от изменения тактических целей государства и соответствующих им трансформаций внутренних и внешних угроз и влияний. Селиванов А.И.

отмечает, что имеется необходимость рассматривать экономическую безопасность в тесной взаимосвязи с безопасностью военной, информационной, технологической, продовольственной и так далее, поскольку речь идёт о целостной системе национальной безопасности, которая имеет сложную структуру, характеризуется серьёзной зависимостью не только от состояния внутренних факторов, но ещё в большей степени от внешнего окружения. Сложные процессы, проходящие в системе, изменение характера взаимодействия между элементами и приводят к кризисным ситуациям, которые усложняют процесс обеспечения экономической стабильности. Негативное воздействие на экономическую безопасность оказывают введенные против Российской Федерации ограничительные экономические меры, глобальные и региональные экономические кризисы, усиление недобросовестной конкуренции, неправомерное использование юридических средств, нарушение стабильности тепло- и энергоснабжения субъектов национальной экономики, а в перспективе будет оказывать влияние также дефицит минерально-сырьевых, водных и биологических ресурсов [6].

Таблица 1 – Сравнительный анализ подходов к определению экономической безопасности

Подход	Определение экономической безопасности
Ганеева М.В.	такое состояние экономической системы, при котором она способна обеспечить – эффективное удовлетворение общественных потребностей при условии поддержания на достаточном уровне социально-политической стабильности государства
Селиванов А.И.	тесная взаимосвязь военной безопасности, информационной, технологической, продовольственной
Андреева Л.В.	это технико-экономическая независимость, расширяющая понятие экономической самостоятельности, а также неуязвимость страны по отношению к внешним и внутренним угрозам и влиянию
Экономический словарь	защита экономических интересов на внутреннем и внешнем рынках вне зависимости от изменения тактических целей государства и соответствующих им трансформаций внутренних и внешних угроз и влияний

В соответствии со Стратегией экономической безопасности на период до 2030 года, к угрозам экономической безопасности отнесены дискриминационные меры против ключевых секторов, рост конфликтного потенциала в зонах интересов России, истощение экспортно-сырьевой модели экономического развития России и изменение структуры мирового спроса на энергоресурсы. В связи с формированием на евразийском пространстве многочисленных интеграционных проектов, проблема углубления интеграционных процессов и определения потенциального состава участников Евразийского экономического союза (ЕАЭС) приобретает все большую остроту и актуальность. Как отметил на заседании глава Кабинета министров РФ Нарышкин С.Е., ЕАЭС состоялся как эффективный союз, он приносит результат даже в период проблем в экономиках. Он состоялся как современное и эффективное интеграционное объединение, которое работает на пространстве государств-членов и которое приносит реальные результаты - как в период, когда экономики растут, так и в период, когда экономики находятся в непростом состоянии [8].

Премьер министр Медведев Д. отметил также, что «в последнее время РФ получает больше сигналов о заинтересованности в совместной работе со стороны европейских партнеров. Еще некоторое время назад они к этому не были готовы, сейчас как будто бы такие сигналы есть. Но двигаться необходимо на основе принципов равноправия, учета интересов друг друга и взаимной выгоды» [8]. Глава МИД РФ Сергей Лавров в интервью СМИ Японии, Монголии и Китая заявил, что либерализация торговли между Евразийским экономическим союзом (ЕАЭС) и Шанхайской

организацией сотрудничества (ШОС) создаст сильные стимулы для обеспечения экономического роста в странах-членах двух объединений. Если либерализовать торговлю между этими двумя объединениями, особенно с учетом того, что в ШОС вступают Индия, Пакистан и в перспективе, конечно же, Иран, то получится весьма мощное объединение. Стимулы для экономического роста на этом огромном пространстве будут максимальны [9].

В мае 2015 года было подписано заявление лидеров РФ и КНР о начале сопряжения ЕАЭС и китайского проекта Экономического пояса "Шелкового пути". По словам министра, первым практическим элементом в этой работе является подготовка соглашения о торгово-экономическом сотрудничестве между ЕАЭС и КНР, а также "дорожной карты" приоритетных интеграционных проектов в формате ЕАЭС-Китай. В Пекине также заинтересованы инициативой, сформулированной президентом РФ Владимиром Путиным, о создании зоны свободной торговли между ЕАЭС и ШОС. Глава МИД РФ также напомнил, что помимо связей между ЕАЭС и ШОС, Москва заинтересована в том, чтобы привлекать к этому взаимодействию и АСЕАН (Ассоциацию государств Юго-Восточной Азии) [9]. Как ранее заявляли в Минэкономразвития РФ, страны ШОС и ЕАЭС готовят соглашение об экономическом континентальном партнерстве. Соглашение предусматривает свободу движения товаров, движения капиталов, инвестиций, содействие товарообороту, создание комфортной среды для увеличения доли расчетов в национальных валютах и преференциальный доступ к рынкам услуг и строительным услугам.

Армения, одна из стран участниц ЕАЭС, является важным союзником России, хотя в последнее время в отношениях двух стран наметились разногласия. Учитывая, что в Армении есть силы, выступающие за сближение с Западом, в этом контексте Ереван посылает сигналы, что любые отношения с Турцией, в том числе, по вступлению в ЕАЭС, будут отражаться на двусторонних отношениях с Москвой, тем более, что есть определенные тенденции к похолоданию [7]. В целом, можно говорить о том, что Евразийское экономическое сообщество и непосредственно его функциональный орган Евразийская экономическая комиссия в этом году занималась претворением в жизнь тех положений договора о союзе, которые предусматриваются по плану. Правда, по общим позициям и по темпам формирования единых рынков на сегодняшний день ЕЭК констатирует некоторое отставание. По разным рынкам это отставание составляет от полугода до года. Эти проблемы связаны с тем, что на сегодняшний день в странах-участницах существуют очень серьезные разногласия по поводу вопросов унификации и гармонизации этого законодательства.

В качестве достижений можно перечислить следующие [12]. Во-первых, 2017 г. ознаменовался тем, что показатели макроэкономического состояния практически всех стран ЕАЭС характеризовались ростом. В целом, по ЕАЭС рассматривают пока прогнозные, не окончательные варианты данных — это прирост ВВП на 1,8%, промышленного производства — на 2,7%, взаимный товарооборот вырос на 27%. Это считается наибольшим достижением, особенно учитывая тот спад, который предшествовал в 2014—2015 гг. в связи с кризисными явлениями. Кроме того, удалось сформировать положительное торговое сальдо объединения — около \$47 млрд. Но положительным моментом является то, что в торговых отношениях на рынки стран ЕАЭС практически все участники направляют в большей степени продукцию более глубокой степени переработки, то есть с большей добавленной стоимостью. Это означает, что внутри Евразийского экономического союза востребована собственная продукция промышленной переработки, и уровень технологичности в рамках общего рынка серьезно подтягивается. В частности, Россия экспортирует на рынки стран ЕАЭС около 17% продукции технологического свойства (продукция машиностроения, продукция, характеризующаяся высокой степенью переработки, в том числе и по продовольственным товарам). Россия экспортирует своим партнерам не сырьевые ресурсы, а уже переработанную продукцию, что уже является хорошим показателем.

В 2017 г. был запущен общий рынок фармацевтической продукции, и это является одним из достижений [12]. Для России это актуально, так как наибольшую долю производства именно фармпродукции имеет Россия и, конечно же, для нее очень важно расширение собственного рынка сбыта. Так как условия ЕАЭС более привлекательны для российских производителей, то здесь они

получают определенные конкурентные преимущества. Кроме того, ведется работа по подготовке объединения рынков электроэнергии в соответствии концепцией, утвержденной еще в 2016 г. Готовится концепция по общему рынку газа и нефти. Но наиболее значимым достижением в работе концептуального характера и подготовке национальных законодательств к большей степени их сближения являются вопросы, связанные с формированием общего финансового рынка и так называемой валютной интеграцией, которая на сегодняшний день имеет определенные подвижки.

В качестве примера: расчеты в национальных валютах достигли 72% к концу 2017 г. Если говорить о 2016 г., то уровень расчетов во взаимных валютах составлял лишь 56%. То есть вытеснение доллара из взаимных расчетов достаточно серьезное. Вместе с тем, происходит интеграция банковского сектора. Уже есть серьезные подвижки по выходу банков стран ЕАЭС на взаимные фондовые биржи, в частности, на ММВБ — Московскую межбанковскую валютную биржу — вышло уже около 12 банков стран-партнеров. Ведутся консультации по формированию согласованной, скоординированной и, возможно, единой политики валютного регулирования.

Еще один момент — это формирование национальных платежных систем, которые не вытесняют международные платежные системы. Взаимодействие по приему кредитных и депозитных карт на сегодняшний день уже происходит достаточно активно. Если ранее использование взаимных карт составляло чуть менее 5%, то на сегодняшний день это достаточно актуально. В частности, Россия имеет договоренность с Арменией по взаимному признанию национальных платежных карт и их хождению на территории этих стран. Ведутся переговоры по той же схеме с Казахстаном и другими партнерами. Таким образом, в настоящее время Евразийский экономический союз, исходя из тех затрат, которые несет Российская Федерация, и плюсов, которые получает, — это проект геополитический. Основная задача, на наш взгляд, сегодня заключается в том, чтобы перевести этот проект в плоскость экономических интересов и усиления взаимосвязи между экономиками, поскольку экономические выгоды, которые принесло нашим партнерам создание ЕАЭС, носят несистемный и не долгосрочный характер [12].

1 января 2018 года Путин В.В. обратился с посланием к Высшему Евразийскому экономическому совету, в котором обозначил основные направления повышения экономической безопасности союза стран [11]. Такие как, координировать действия по развитию «интернет-экономики», формированию общих правил ведения цифровой торговли, единых стандартов обмена информацией и её защиты; внедрение высоких технологий в государственное управление, промышленность, системы таможенного регулирования, другие сферы, запуск совместных конкурентоспособных, инновационных и наукоёмких производств; курс на сближение валютно-финансовой и денежно-кредитной политики государств-членов ЕАЭС и создание в перспективе единого финансового рынка; повышение уровня доверия к банковской системе, защиты интересов граждан и государств от действий, связанных с легализацией преступных доходов и финансированием терроризма; наращивание связей между странами «пятёрки» имеются в таких областях, как атомная энергетика, возобновляемые энергоисточники, экология, медицина, космос, туризм, спорт; углубление межрегионального и приграничного сотрудничества государств-членов ЕАЭС.

Таким образом, экономической безопасности стран ЕАЭС актуальна, проблемы региональных интеграций остаются темой острых дискуссий. Высказывается мнение о несоответствии участия стран, входящих в ЕАЭС концепциям и стратегиям национальной безопасности, в том числе экономической.

Список литературы:

1. Андреева Л.В. Правовые средства обеспечения экономической безопасности при создании общего рынка государственных закупок в ЕАЭС и СНГ в условиях присоединения к ВТО//Международное сотрудничество евразийских государств: политика, экономика, право. 2017. Т. 2. № 11. С. 61-70.

2. Ганеева М.В. Внутренние угрозы экономической безопасности Евразийского экономического союза // Вестник РУДН. Серия: Экономика. 2017. №2. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/vnutrennie-ugrozy-ekonomicheskoy-bezopasnosti-evraziyskogo-ekonomicheskogo-soyuza> (дата обращения: 19.03.2018).
3. Гуреева М.А. Евразийский экономический союз как фактор региональной стабильности в условиях нестабильности мировой экономики // Вестник Российского нового университета. Серия: Человек и общество. 2017. № 1. С. 50-54.
4. Красавина Л.Н., Лукьянович Н.В. Интеграционное взаимодействие государств - участников евразийского экономического союза как фактор обеспечения их национальной экономической безопасности// Мир новой экономики. 2017. № 4. С. 55-62.
5. Кудайкин Е.И. Вопросы обеспечения военной безопасности в контексте развития и сотрудничества стран ЕАЭС// Научные труды Северо-Западного института управления. 2017. Т. 8. № 1 (28). С. 41-43.
6. Селиванов А.И. Экономическая безопасность России: теоретический и практический Ренессанс системного подхода // Финансы: Теория и Практика. 2017. №2. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/ekonomicheskaya-bezopasnost-rossii-teoreticheskiy-i-prakticheskiy-renessans-sistemnogo-podhoda> (дата обращения: 26.03.2018).
7. Желание Турции войти в ЕАЭС может изменить отношения России и Армении. Режим доступа: https://rueconomics.ru/269001-zhelanie-turcii-voiti-v-eaes-mozhet-izmenit-otnosheniya-rossii-i-armenii#from_copy https://rueconomics.ru/269001-zhelanie-turcii-voiti-v-eaes-mozhet-izmenit-otnosheniya-rossii-i-armenii#from_copy
8. Медведев: ЕС все больше заинтересован в совместной работе с ЕАЭС. Режим доступа: <http://tass.ru/ekonomika/3200145>
9. Лавров: либерализация торговли между ЕАЭС и ШОС поможет росту экономики стран-участниц. Режим доступа: <http://tass.ru/politika/3197616> <http://tass.ru/politika/3197616>
10. О влиянии валютной политики на конкурентоспособность стран ЕАЭС. Режим доступа: http://russiancouncil.ru/analytics-and-comments/analytics/o-vliyanii-valyutnoy-politiki-na-konkurentosposobnost-stran-eaes/?sphrase_id=9299922
11. Обращение Председателя Высшего Евразийского экономического совета, Президента России Владимира Путина к главам государств-членов Евразийского экономического союза. Режим доступа: <http://www.eurasiancommission.org/ru/nae/news/Pages/18-01-2018-2.aspx>
12. Евразийский экономический союз – 2018. Итоги года и сценарии будущего. Режим доступа: <http://www.ca-portal.ru/article:39977>
13. Шуклина З.Н. Актуальные проблемы безопасности государства и личности в условиях цифровизации мирового пространства// Международная научно-практическая конференция “ЭКОНОМИКА, БИЗНЕС, ИННОВАЦИИ”: сборник статей в 2 ч. Ч. 2. – Пенза: МЦНС «Наука и Просвещение». – 2018. – 260 с. С. 156-160

Об авторах

Максимова Н.С., студентка 3 курса, направление подготовки «Таможенное дело» финансово-экономический факультет Брянского государственного университета имени академика И.Г. Петровского.

Шуклина З.Н., научный руководитель, доктор экономических наук, профессор кафедры таможенного дела и маркетинга финансово-экономического факультета Брянского государственного университета имени академика И.Г. Петровского.

Минченко В.М.

Научный руководитель - Полесская О.П., к.э.н., доцент кафедры экономики и управления.

ФГБОУ ВО «Брянский государственный университет имени академика И.Г. Петровского»

Рассматриваются способы и методы оценки уровня удовлетворенности клиентов, роль оценивания уровня удовлетворенности клиентов.

Ключевые слова: удовлетворенность клиентов, принципы управления удовлетворенности клиентов, индекс удовлетворенности потребителей.

Высокий уровень удовлетворенности покупателей - важный принцип любого предприятия. Именно поэтому выбранная мною тема является актуальной в современном обществе. Основой устойчивого функционирования банка являются его клиенты.

Удовлетворенность клиентов - это, прежде всего, восприятие клиентами степени выполнения их требований.

Таблица 1

Варианты оценивания удовлетворенности клиентов (Исследование магазина «Эдем» Брянской области описанными способами оценок)

Способ оценки	Частота использования, %
Мониторинг заключенных договоров	15
Сбор жалоб и предложений	40
Использование клиентов – «невидимок»	35
Анализ причин уменьшения числа клиентов	10

Также очень важен и индекс удовлетворенности потребителей. Это индикатор, синтезирующий информацию о восприятии клиентом качества продукции и услуг, предоставляемых производителем. ИУП дает информацию с точки зрения клиента, одновременно замеряя ощущения и ожидания и позволяя определить профили и тенденции в отношении качества, выявить приоритеты среди возможностей улучшения и мотивировать их достижение. [6]

На удовлетворенность клиентов оказывает влияние множество факторов, приведу пример исследования и выявления оценки удовлетворенности кафе (таблица 2). Исследование было проведено методом оценки товаров.

Таблица 2

Оценка респондентами степени важности критериев кафе «Кристина» г. Сураж:

№ п/п	Параметр оценки	Балльная оценка
1	Широта ассортимента	2,45
2	Уровень цен	2,37
3	Персональная униформа	3,28

4	Известность на рынке	3,83
5	Внешний вид	2,7
6	Частота обновления ассортимента	4,18
7	Скорость обслуживания	2,32
8	Наличие удобной парковки	4,75
9	Уровень обслуживания	2,28
10	Внутреннее оформление	2,68

Удовлетворенные потребители важны компании, так как велика вероятность того, что, во-первых, они могут стать постоянными клиентами, во-вторых, они будут готовы оплачивать наценку, так как они уже уверены в качестве произведенного товара, в-третьих, они будут рекомендовать своим знакомым продукцию этой компании, что обеспечит прибыль.

С учетом основных направлений развития теории менеджмента, маркетинга, управления удовлетворенностью потребителей, квалиметрии, накопленных научно-практических знаний в данной области сформулированы следующие основные принципы управления удовлетворенностью потребителей. [7]

1. Принцип научной обоснованности указывает на то, что модель управления удовлетворенностью клиентов должна базироваться на научных положениях и не противоречить социально-экономическим законам.

2. Принцип моделируемости заключается в том. Что управление ведется на выявлении закономерностей изменения конъюнктуры рынка и сравнения показателей конкуренции.

3. Принцип непрерывности управления обуславливается динамичностью явлений во внутренней и внешней среде предприятия.

4. Принцип ориентированности на потребителя подразумевает то. Что производитель учитывает все пожелания клиентов и стремится максимально удовлетворить их потребности.

5. Принцип комплексности означает, что принятия всех решений должно происходить с учетом всех аспектов внутренней и внешней среды.

С учетом вышеизложенных принципов была создана модель управления удовлетворенностью потребителей.

Обработка полученных данных происходит в следующей последовательности:

1. Собранные данные об удовлетворении потребностей клиентов по критериям сводятся в общие таблицы

2. Для определения наиболее и наименее важных для потребителей критериев на основе таблиц важности строится диаграмма оценок важности.

3. Оценивая величины стандартных отклонений отдельных критериев важности/удовлетворенности, можно произвести дифференциацию потребителей относительно данных критериев.

4. Сравнивая оценки важности и удовлетворенности, производим анализ расхождений средних оценок важности и удовлетворенности по одним и тем же критериям.

5. На основании пожеланий по улучшению работы проводится заключительный этап анализа и выявляются моменты, на которые следует обратить особое внимание для наибольшего удовлетворения потребностей клиентов. [5]

Необходимо отметить, что удовлетворенность потребителя – показатель весьма субъективный, зависящий главным образом от субъективного личного восприятия клиента. Впервые определение данному термину с научной точки зрения было дано Кардозо Р.Н. в 1965 г.

С тех пор в работах различных исследователей понятие потребительской удовлетворенности трактовалось по-разному. К примеру, с точки зрения Д.Дж. Хемпела удовлетворенность подразумевает соответствие между фактическим и ожидаемым результатом использования продукта или услуги. Г.А. Черчил и С. Сурпренант в определении удовлетворенности делают акцент на сравнение стоимости и ожидаемого результата от приобретения и использования продукта или услуги. Анализ работ различных авторов позволяет делать вывод о том, что в основе общепринятой концепции клиентской удовлетворенности лежит сравнение ожиданий с фактическим восприятием продукта или услуги. Соответственно, об удовлетворенности потребителя свидетельствует превышение ожиданий, а о неудовлетворенности – обратное соотношение.

Измерение удовлетворенности потребителя позволяет:

- точно определить запросы потребителей и относительную важность этих запросов;
- понять, как потребители воспринимают организацию и соответствует ли деятельность организации их запросам;
- определить приоритеты для улучшения те области, в которых улучшение характеристик даст наибольшее увеличение уровня удовлетворенности потребителя;
- увеличить прибыль за счет увеличения лояльности потребителя.

Таким образом, измерение удовлетворенности покупателя помогает компании «прислушаться» к клиенту, выяснить его мнение о том, каким должно быть оказание услуг высокого качества. [4] В результате компания должна постараться учесть все свои ошибки и недочеты с тем, чтобы повысить уровень сервиса и как следствие удовлетворенность и постоянство своих наиболее ценных клиентов.

Список литературы:

1. Герасимова Е.Д. Современные подходы к управлению качеством проектов с помощью оценки потребительской удовлетворенности и лояльности // Торгово-экономический журнал. — 2015. — Том 3. — № 1. — с. 27-40
2. Котлер, Ф. Основы маркетинга. 5-е изд. / Ф. Котлер, А. Гари. - М.: Вильямс, 2016. - 752 с.
3. Морозов, Ю.В. Основы маркетинга: Учебное пособие, 8-е изд / Ю.В. Морозов. - М.: Дашков и К, 2016. - 148 с.
4. Лебедева, О.А. Маркетинговые исследования рынка: Учебник / О.А. Лебедева, Н.И. Лыгина. - М.: ИД ФОРУМ, НИЦ ИНФРА-М, 2013. - 192 с.
5. Реброва, Н.П. Основы маркетинга. учебник и практикум для спо / Н.П. Реброва. — Издательство Юрайт, 2016. - 277 с.
6. Сафронова, Н.Б. Маркетинговые исследования: Учебное пособие для бакалавров / Н.Б. Сафронова, И.Е. Корнеева. - М.: ИТК Дашков и К, 2015. - 296 с.
7. Скляр, Е.Н. Маркетинговые исследования: Практикум / Е.Н. Скляр, Г.И. Авдеенко, В.А. Алексунин. - М.: ИТК Дашков и К, 2016. - 216 с.

Об авторах

Минченко Валерия Михайловна, студентка 3 курс, 9 группа Брянского государственного университета имени академика И.Г. Петровского, ФЭФ, направление «Социально-культурный сервис».

Полесская Ольга Петровна, научный руководитель, кандидат экономических наук, доцент кафедры экономики и управления Брянского государственного университета имени академика И.Г. Петровского.

ПРОБЛЕМЫ РАЗВИТИЯ МАЛОГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА В ТУРИСТСКОМ БИЗНЕСЕ

Михайловская Е.А.

Научный руководитель - Полесская О.П., к.э.н., доцент кафедры экономики и управления

ФГБОУ ВО «Брянский государственный университет имени академика И.Г. Петровского»

В статье рассмотрены основные проблемы, связанные с развитием малого предпринимательства в сфере туристского бизнеса. Определены важнейшие направления поддержки со стороны органов государственного и муниципального управления малых предприятий, создаваемых для оказания услуг по приему туристов.

Ключевые слова: малое предпринимательство, туристский бизнес, поддержка малых предприятий.

Предпринимательство – особый творческий тип экономического поведения, который составляет неотъемлемое свойство факторов с целью достижения наибольшего экономического успеха. Предпринимательство способствует развитию конкуренции, вывозу и ввозу капитала, а также увеличению открытости национальной экономики. Также предпринимательство играет очень важную роль в достижении успехов в экономике любого государства. Основная цель предпринимательской деятельности – снабжение рынка определенными товарами и услугами с целью снижения социальной напряженности в виде выплаты налогов, а также создания ценностей, которые необходимы для обеспечения социальных благ населению страны.

Проблемы, которые возникают при развитии малого предпринимательства можно разделить на следующие 4 группы:

- 1) организационные: юридическое оформление документов; регистрация бизнеса; открытие расчетных счетов;
- 2) проблемы, которые связаны с материально-техническим обеспечением: нехватка производственных помещений и оборудования; низкая квалификация персонала; низкая правовая защищенность деятельности;
- 3) проблемы, которые связаны с капитализацией и финансированием сбережений индивидуальной ликвидности;
- 4) проблемы, которые связаны с кредитной необеспеченностью.

На сегодняшний день в российском обществе нет развитых институтов рыночной экономики, а население в большинстве своём не готов к предпринимательской деятельности. В этих условиях особое внимание государство должно уделять формированию нормативно-законодательной базы, обеспечению создания упрощенной системы регистрации, сокращению административных барьеров, созданию благоприятных условий для взаимодействия крупного и малого предпринимательства.

Туризм является одной из наиболее привлекательных сфер в деятельности предпринимателей. Туризм – одна из ведущих отраслей экономики многих стран, таких как Греция, Турция, Испания, Египет, Таиланд, Индия, Франция и др. В этих странах предпринимательская деятельность по оказанию туристических услуг является одним из наиболее динамичных секторов экономики. Развитие туристических услуг и самого туризма в целом позволяет реализовать права на отдых и здоровье, на охрану окружающей среды. Несмотря на огромный туристический потенциал, наша страна занимает скромное место на мировом туристическом рынке. Менее 1,5% мирового туристского потока приходится на Россию. Основными проблемами, которые сдерживают развитие предпринимательства, являются:

- дефицит объектов отдыха и развлечений;
- неразвитость законодательной базы;

- низкий показатель комфортности;
- неразвитость транспортной инфраструктуры;
- несовершенство системы страхования;
- проблема в управлении качеством туристических услуг;
- проблема кадрового обеспечения;
- недостаточность финансовых и инвестиционных ресурсов [3, с. 90].

Наиболее ярко выраженной проблемой в туристской сфере можно считать качество предоставляемых туристических услуг. Качество услуг является одним из наиболее эффективных средств по удовлетворению потребностей потребителей. В соответствии с этим, высокое качество предоставляемых услуг способствует повышению конкурентоспособности предприятий и достижению устойчивого положения на рынке туристических услуг.

Стратегия государства по вопросам регулирования предпринимательства на рынке услуг туризма в сложившихся условиях должна быть направлена на реализацию мер по совершенствованию управления предпринимательством в туристской сфере. В нашей стране развитие туризма зависит от того, как на государственном уровне может восприниматься отрасль и насколько она может пользоваться поддержкой государства. Для эффективного развития туристической отрасли в регионах нужно внедрить комплексную стратегию регулирования предпринимательства – сформировать и реализовать принципы государственного регулирования предпринимательства в туристской сфере, обеспечить реализацию условий, а также заявленных программ по развитию предпринимательства.

Решение проблем подобного рода может идти по пути создания благоприятных условий развития производительного предпринимательства в туристической отрасли.

Эффективное развитие предпринимательства в туристской сфере может обеспечиваться за счет создания благоприятной предпринимательской среды. Государству следует обеспечить предоставление консалтинговых услуг, уделить внимание созданию предпринимательской инфраструктуры, оказать помощь в формировании новых тур-продуктов, а также направлений деятельности в сфере туризма, использовать различные сертификаты в приоритетных направлениях деятельности отрасли туризма.

Развитие предпринимательства в туристической отрасли позволит пополнять бюджет государства, даст мощнейший толчок развитию предпринимательского сектора экономики, создаст большое количество рабочих мест. Туризм в структуре экономики – один из ключевых факторов, катализатор социально-экономического развития регионов нашей страны.

В современных условиях развития мировой экономики туристическая отрасль – одна из ведущих и активно развивающихся, потому государство способствует развитию данной отрасли при помощи предоставления финансовых и материальных ресурсов на льготных условиях, созданию экономических и правовых условий государственными исполнительными органами для его дальнейшего успешного развития и т.д.

Государственное регулирование деятельности малого предпринимательства основывается на применении законодательства, системы целевых программ технологической, финансовой, кадровой и информационной поддержки.

Анализ тенденций в социально-экономическом развитии государства и регионов показывает, что в современных условиях значительная доля ВВП производится в сфере услуг. Сфера услуг – одна из наиболее перспективных, а также быстроразвивающихся отраслей экономики нашей страны. При этом туризм, как подсистема сферы услуг, стал главной отраслью региональных и национальных экономических систем во множестве мировых государств, зачастую, темпы его развития имеют опережающий характер по отношению к сфере услуг и отечественной экономике в целом. Этот факт обуславливает предпринимательскую деятельности в туристской сфере как сферу приоритетного внимания органов власти, так как его стимулирование содействует активации социально-экономического развития.

Малое предпринимательство в туризме – сложная социально-экономическая система, которая имеет индивидуальную качественную определенность. С развитием туризма усиливается взаимосвязь между экономикой региона и туризмом. Во-первых, регион выступает в качестве

комплексного целевого ресурса для развития туризма и устойчивого функционирования, во-вторых, туризм, обладая мультипликативным эффектом, может создавать предпосылки для экономического развития в регионе посредством решения его социально-экономических проблем.

На пути развития малого предпринимательства в современных условиях наблюдается большое количество административных ограничений, которые приводят к долгосрочному принятию разрешительных процедур вследствие неэффективной нормативно-правовой базы. Не развит финансово-кредитный механизм, который характеризуется сложностью получения займов для большинства субъектов малого предпринимательства. Наблюдается нехватка квалифицированных кадров для предпринимательских структур, а также инфраструктуры поддержки малого предпринимательства, особенно среди гостиничного и санаторно-курортного бизнеса [4, с. 87-88].

Сущность государственного регулирования развития туризма определяется целями и теми методами, которые имеются в наличии у государственных органов при осуществлении данной политики. Государственное регулирование туристской деятельности осуществляется при помощи:

- содействия в продвижении туристского продукта на национальном и мировом туристских рынках;

- разработки нормативно-правовых актов, которые направлены на развитие взаимоотношений в сфере туристской индустрии;

- фискальной и таможенной политики, льготного кредитования субъектов, которые осуществляют туристскую деятельность на территории России и привлекают иностранцев для занятия туризмом;

- лицензирования, стандартизации в туристской индустрии, сертификации туристского продукта;

- совершенствования научных исследований в сфере туристской деятельности;

- привлечения туристов, туроператоров, тур-агентов, а также их сателлитов в международные туристские программы, обеспечения картографической продукцией [5].

К показателям, которые характеризуют развитие малого предпринимательства, относятся объем оборота, количество субъектов малого бизнеса, объем капиталовложений, количество занятых, объем оборота, величина налоговых платежей. Помимо ряда других существенных параметров, на динамику приведенных показателей воздействуют инструменты государственной политики. Основной недостаток такого перечня показателей – внеочерёдность критериев социального характера.

Для создания и внедрения эффективного механизма регулирования развития сферы туризма необходимо выделить комплекс проблем и вопросов, связанных с определением роли туристской сферы на уровне региона и в национальной экономике, охарактеризовать сущность регулирующей функции государственных органов в сфере туризма, установить функции туристских фирм в различных отраслях, а также динамику их развития.

На региональном уровне совершенствование интересов находится в зависимости от сопоставления уровня жизни населения с местными и государственными стандартами; от наличия возможностей и условий для применения духовного, интеллектуального и производственного потенциала конкретной территории, национально-этнической, общественной и экономической ситуации в регионе. Множество проблем, которые стоят перед муниципальными и региональными органами управления, предопределяет необходимость совершенствования механизма государственного регулирования развития туристской сферы и структурных преобразований в процессе организационных изменений системы. Это должно сформировать благоприятные условия для достижения поставленных целей развития во всех отраслях национального хозяйства региона, что обуславливает рост регулируемости хозяйственной деятельности на всех уровнях. Данный подход в то же время связан с ростом требований к государственному регулированию туристской сферы на современном этапе развития экономики страны в целом.

Главная цель государственного регулирования туристской сферы – рост эффективности ее функционирования, а также динамики развития. Реализация динамики развития сводится к решению комплекса задач, связанных с формированием задач и целей развития туристской сферы

на определенной территории, созданием системы управления, разграничением функций управления, определением объектов регулирования, оценкой итогов государственного влияния, а также поддержки развития туристской сферы.

Государственная поддержка малого предпринимательства в туристской сфере должна быть направлена на содействие туристским предприятиям, демонстрирующим наибольшую социальную эффективность, а также положительные экономические эффекты [1, с. 66-67].

Список литературы:

1. Федеральный закон от 24.11.1996 № 132-ФЗ «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации». В ред. от 29.06.2015 // «Российская газета», № 231, 03.12.1996. // Информационно-правовая система «Консультант-Плюс».
2. Гаврилова, И.В., Каблукова, А.А., Колосова, К.С. Развитие малого бизнеса в сфере туризма в России // Молодой ученый. – 2016. – №10. – С. 659-663.
3. Иванова, В.А. Современное состояние и проблемы развития малого и среднего бизнеса и власти в регионах России // Actualscience. – 2016. – № 12. – С. 304-306.
4. Мигалкина, А.Л. Сущность малого предпринимательства // Международный научно-исследовательский журнал. – 2015. – № 1-2 (32). – С. 64-65.
5. Скороход, Т.С., Костромицкий, В.С. Понятие и сущность малого бизнеса // Приоритетные направления развития науки, техники и технологий. – 2016. – С. 26-28.
6. Ефремова, М.В. Анализ проблем и перспектив развития нижегородского рынка туристических услуг [Электронный ресурс] // Режим доступа: <https://elibrary.ru/item.asp?id=19035217>
7. Чернявая, А.Л. Анализ и механизмы государственной поддержки малого предпринимательства в туристической отрасли [Электронный ресурс] // Режим доступа: <https://elibrary.ru/item.asp?id=25398265>

Об авторах

Михайловская Екатерина Александровна, студентка Брянского государственного университета имени академика И.Г. Петровского.

Полесская Ольга Петровна, научный руководитель, кандидат экономических наук, доцент кафедры экономики и управления Брянского государственного университета имени академика И.Г. Петровского.

ВЫЯВЛЕНИЕ УГРОЗ И ОПАСНОСТЕЙ РАЗВИТИЯ В УСЛОВИЯХ ЦИФРОВОЙ ЭКОНОМИКИ

Нефедов С.С.

Научный руководитель - Шуклина З.Н., д.э.н., профессор кафедры таможенного дела и маркетинга

ФГБОУ ВО «Брянский государственный университет имени академика И.Г. Петровского»

В статье проводится анализ угроз и опасностей развития в условиях цифровой экономики. Автор анализирует подходы к определению понятия «цифровая экономика», рассматриваются варианты цифровой валюты. Также анализируется новый вид преступности – киберпреступность. Обозначены направления предотвращения киберугроз.

Ключевые слова: электронная экономика; цифровая экономика; информационные угрозы; информационные опасности.

Современные тенденции развития экономики связаны с особым использованием такого ресурса как информация. А развитие научно-технического прогресса – процесс неумолимый и порой формирующий инновации, которые в корне перестраивают жизнь обычного человека. Цифровая экономика, начав свое становление с развитием информационно-телекоммуникационных технологий, привела к существенным изменениям во всех сферах жизнедеятельности человека. В настоящее время приняты Указом Президента от 09.05.2017 г. Стратегия развития информационного общества в РФ на 2017-2030 годы и Распоряжением Правительства от 27.07.2017 г. программа «Цифровая экономика Российской Федерации».

Таблица 1 – Подходы к определению цифровой экономики

Подход	Определение
Удалов Д.В.	экономическая деятельность, основанная на цифровых технологиях
Соколова С.Н.	хозяйственная деятельность, в которой ключевым фактором производства являются данные в цифровом виде», что повышает ее эффективность по сравнению с традиционными формами хозяйствования
Бокшицкий В.И., Мельцева И.С.	это деятельность, непосредственно связанная с электронной коммерцией, в которую входят: сервисы по предоставлению онлайн услуг, интернет магазины, информационные сайты, зарабатывающие на рекламе и прочие виды деятельности. В итоге можно сказать, что к цифровой экономике можно причислить практически любые способы заработка в сети Интернет

Несмотря на название, проект «Цифровая экономика» не содержит сведений об экономике, но предполагает кардинальную трансформацию российского общества на период с 2017 до 2025 года и описывает принципиально новую модель общественного устройства. В его рамках предполагается изменить восемь сфер нынешнего устройства России, а именно: государственное регулирование, информационная инфраструктура, исследования и разработки, кадры и образование, информационная безопасность, государственное управление, умный город, цифровое здравоохранение.

По мнению экспертов, проанализировавших указанный проект и ряд сопутствующей информации, в рамках планируемой авторами политики Россия должна превратиться в интернет-платформу, базой для которой станет технология «блокчейн», основанная на децентрализации и отмене «регулятора», а само государство должно принять форму простого территориального объединения с компактным проживанием на нём некоторого количества человек, рассортированного в зависимости от их уровня овладения цифровыми технологиями.

Это приведёт к отмене управляющей и контролирующей роли государства, расплавлению механизмов государственности, разрушению государственного управления и экономики; потере государством возможности осуществлять свои функции и защищать свой суверенитет.

Основой новой экономики страны предполагается сделать виртуальную валюту («цифровую», «криптовалюту», «биткойны», «руткойны» и т.п.), которая представляет собой просто цифровые комбинации (единицы и ноли), не имеет под собой обязательного подкрепления в виде базовых активов, но при этом способна в итоге передать под внешний контроль национальные ресурсы и реальную экономику [8].

«Цифровая валюта» является громадной мистификацией, способной, как и в любой финансовой пирамиде, принести огромные деньги инициатору, но оставить ни с чем прочих игроков, и, по мнению ряда экспертов, создана как совместный проект американских спецслужб и программистов из Кремниевой долины. Во многих странах мира цифровая валюта запрещена в силу того, что позволяет легализовать платежи за наркотики и оружие. При включении государств

в эти «виртуальные напёрстки» на уровне цивилизации прогнозируется «дестабилизация мировой экономики и построение цифрового и банковского концлагеря».

Авторы проекта «Цифровая экономика РФ» намерены построить новый курс России вокруг «цифровой нефти» — массивов данных, полученных с помощью механизмов, предусмотренных содержанием документа. Информация должна превратиться в «цифровые продукты», капитализация которых станет осуществляться с помощью «цифровых валют», и на наших глазах уже активно создаются новые рынки, в которых делят сферы влияния представители крупного бизнеса мобильной связи, IT-технологий, банковской сферы [8].

Термин «цифровая экономика» связан с интенсивным развитием информационно - коммуникационных технологий (ИКТ), началом процесса информатизации второго поколения, что является основой формирующегося VI технологического уклада. Фактически все сферы человеческой жизнедеятельности (экономическая, социальная, политическая, культурная, социальная и другие) в той или иной мере изменились благодаря открытию и развитию ИКТ. Все больше отраслей и секторов национальной экономики: главное: финансы, торговля, а также машиностроение, сельское хозяйство, строительство, транспорт, связь, медицина, образование и др. включаются в электронную и цифровую экономики [3].

По мнению Коновалова А.А., Наумова С.А., Колесниковой Д.Д., развитие современной экономики, основанной на использовании новейших цифровых технологий, создании новых материалов, анализе больших массивов данных, разработке новых систем управления, приводит к изменению принципов конкурентных отношений [4]. Конкурентная борьба происходит не только за передел существующих рынков в «красном океане», но больше за формирование новых рынков товаров, услуг, технологий в «голубом океане», конкуренция систем управления на базе новых цифровых платформ. В таких условиях цифровая экономика изменяет понимание и сущность экономической безопасности государства, бизнеса, домохозяйства, частных лиц, порождает новые угрозы и риски для участников экономических процессов и связей. Бокшицкий В.И., Мельцева И.С. отмечают, что возникновение нового вида преступности — организованной киберпреступности — заставляет экономических агентов и государство выделить основные задачи по предотвращению киберугроз в следующих направлениях [3]:

- 1) защита персональных данных человека;
- 2) безопасность коммерческих информационных систем;
- 3) безопасность информационных систем государственных структур;
- 4) защита рабочей среды, технологий и инструментов.

Согласно Удалова Д.В., информационная среда постоянно подвергается воздействию новых вредоносных хакерских программ, атакам вирусов-шифровальщиков, что вынуждает службы информационной безопасности развиваться теми же темпами и находить «противоядие» угрозам проникновений, например, массированные атаки doc-файлами на HR-отделы предприятий. Однако киберпреступникам часто в нарушение всяческих инструкций содействуют сами граждане, сотрудники фирм, банков и государственных организаций, пользуясь поддельными или непроверенными сайтами, теряя мобильные переносные устройства и носители информации, оставляя их без присмотра или защищая электронные данные простыми комбинациями паролей «дат рождения», используя служебную электронную почту для личной переписки, фотографируясь на фоне «закрытых» объектов или документов, лежащих на столах, несанкционированно перенося информацию с бумажного носителя на электронный, чем открывают широкий доступ к секретам компаний и госструктур [7].

Соколова С.Н. отмечает, что в эпоху быстрого развития цифровых технологий основные направления поддержания экономической безопасности страны и пути решения по предотвращению угроз и рисков киберпреступлений состоят в следующем [6]:

- 1) постоянный обмен информацией об информационных инцидентах и технологиях защиты между компаниями и общественными организациями на международном уровне, внедрение на объектах центров круглосуточного реагирования на киберинциденты (CERT) для выявления, анализа и предотвращения киберугроз;

2) международное сотрудничество российских организаций с Европолом и Интерполом по совершенствованию процедур информирования, взаимопомощи и совместных мер противодействия киберпреступникам;

3) повышение компетенций в информационной безопасности ИТ-специалистов, всех служб компаний и госструктур, организация взаимодействия бизнесподразделений, «ай-тишников» и отделов экономической безопасности.

Бокшицкий В.И., Мельцева И.С. считают, что необходимы [3]:

- организация мер безопасности и защиты не только основных объектов экономики, но и критической инфраструктуры, дальнейшая работа центра кибербезопасности ЦБ РФ (FinCERT) по повышению безопасности банковской и платёжных систем;

- постоянное освещение в средствах массовой информации результатов борьбы с киберпреступностью, публикация решений судов по преступлениям в информационной среде, действий силовых структур по уничтожению организованной киберпреступности;

- распространение цифровой «гигиены» со школьной скамьи, организация школьных программ, уроков киберграмотности и осведомлённости в вопросах информационной безопасности;

- повышение технического обеспечения информационной безопасности систем, постоянное обновление антивирусов, установка межсетевых экранов, средств защиты от утечек (ОБР), использование телеметрических сервисов и маршрутизаторов, защита автоматизированных систем управления технологическими процессами от вредоносного программного обеспечения, установка выключателей для программируемых логических контроллеров.

«Электронное правительство» как «сервис госуслуг» предоставляет гражданам всю предыдущую «заботу государства» в виде платных услуг по принципу «одного окна»; оно отслеживает в режиме реального времени «цифровые траектории» жизни и развития граждан и стратифицирует их в зависимости от степени овладения цифровыми навыками. Определять этот уровень у человека станет искусственный интеллект (робот), о правах личности которого уже заговорили в Госдуме [8].

Запланированная масштабная роботизация жизни выбросит на улицы миллионы человек, которые будут лишены возможности найти даже кратковременную работу, а обсуждаемый сейчас в качестве возможной компенсации «безусловный базовый (основной) доход», предполагает постоянную выплату всем гражданам фиксированного минимума, но отмену всех остальных социальных льгот и пенсий; это станет дополнительным средством контроля населения и актуализирует в перспективе тему «лишних людей».

Формирование единого реестра данных граждан, который в нарушение Конституции сейчас создаётся в рамках проекта «Цифровая экономика РФ» чиновниками Минюста, не имеет аналогов в мире, а где-то, как например, в Германии, запрещён постановлением Конституционного суда, и представляет прямую угрозу суверенитету России.

Авторы проекта, представляя его содержание Президенту В.В. Путину на заседании Совета, говорили только о технической стороне, о самих технологиях, о том, что нужно не опоздать их внедрить, чтобы «не оказаться в услужении у тех стран, кто окажется в этом отношении проворнее» [8].

Таблица 2 - Вызовы и угрозы цифровой экономики

Характеристики цифровой экономики	Угрозы для России	Возможности для России
индивидуализированный спектр услуг	усложнение контроля за рынком	возможность конкурировать в новых областях
повышение и глобализация конкуренции	завоевание рынка западными компаниями	возможность привлечения инвестиций
рост роли информационных услуг	информационные войны и манипуляции	продвижение интересов России за рубежом

повышение социализации населения	активизация протестных настроений	возможности консолидации населения
повышение самообслуживания	рост мошенничества и обмана населения	вовлечение населения в управление
повышение прозрачности управления	утечка информации	повышение эффективности управления
переход к Индустрии 4.0	диверсии на производстве	возможности продвижения новых технологий

Так, например, расширение спектра и индивидуализация цифровых услуг ведут к тому, что контроль в области цифровых сервисов снижается, а возможности для мошенничества усиливаются.

Эффективное и безопасное развитие электронной экономики возможно только при адекватном развитии человеческого капитала в России. Успехи России в области развития электронной экономики не будут заметны в мире, если государство целенаправленно не станет поддерживать научные исследования в области компьютерных наук, причем с привлечением вузов, которые, помимо научной базы, обладают также людским ресурсом (студентами), необходимым для инновации в области ИКТ.

Новые электронные технологии требуют не только обновления человеческих ресурсов, повышения компетенций людей. Необходимо активно реформировать общественные коммуникации, больше внимания уделять новым электронным СМИ, качественной работе с ними.

Эффективное и безопасное развитие электронной экономики возможно только при адекватном развитии человеческого капитала в России.

На первый план выходит и потребность в объединении мирового сообщества для снижения киберпротивостояния между странами как в части неправомерного доступа к информационным ресурсам, так и в части информационных войн. Электронная экономика оцифровывает не только бизнес, но и всю жизнь общества, потерять управление этим процессом недопустимо для сохранения безопасности России.

Итак, в условиях развития цифровой экономики без серьезных и кардинальных изменений в мировосприятии и международных отношениях в среднесрочной перспективе рискуем столкнуться с дальнейшим все ускоряющимся ростом социального неравенства, появлением новых, ранее неидентифицируемых угроз личной и коллективной безопасности, стремительному дисбалансу отношений в мире в целом.

Как результат – существующая система международного контроля и управления, система сдержек и противовесов не сработает и мир окажется в крайне нестабильном состоянии, когда даже малейший конфликт может спровоцировать большую войну.

Список литературы:

1. Указ Президента РФ от 09.05.2017 N 203 "О Стратегии развития информационного общества в Российской Федерации на 2017 - 2030 годы". Электронный доступ: <http://www.consultant.ru/cons/cgi/online.cgi?req=doc&base=LAW&n=216363&f...> – Консультант Плюс.
2. Распоряжение Правительства РФ от 28.07.2017 N 1632-р <Об утверждении программы "Цифровая экономика Российской Федерации">. Электронный доступ: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_221756/ – Консультант Плюс.
3. Бокшицкий В.И., Мельцева И.С. Совершенствование защиты общественно значимых информационных ресурсов // Вопросы кибербезопасности №2(20) – 2017 С. 11-14
4. Коновалов А.А., Наумов С.А., Колесникова Д.Д. Киберпреступность как глобальная угроза экономической безопасности: виды, особенности, проблемы противодействия//Ростовский научный журнал 2018. № 1 С. 20-27.

5. Осовецкий Л. Г., Суханов А. В., Ефимов В. В. Меры по обеспечению безопасности и защиты информации для сложных информационных систем // Системы управления, связи и безопасности №1. 2017 С. 16-25
6. Соколова С.Н. Риски и угрозы гибридных войн в современном обществе: парадоксы реальности//Вестник Полесского государственного университета. Серия общественных и гуманитарных наук. 2017. № 2 С. 35-40
7. Удалов Д.В. Угрозы и вызовы цифровой экономики // ИБР. 2018. №1 (30). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/ugrozy-i-vyzovy-tsifrovoy-ekonomiki> (дата обращения: 22.03.2018).
8. Проект «Цифровая экономика РФ» как угроза безопасности страны. Режим доступа: <https://aftershock.news/?q=node/555669&full>

Об авторах

Нефедов С.С., студент Брянского государственного университета имени академика И.Г. Петровского.

Шуклина З.Н., научный руководитель, доктор экономических наук, профессор кафедры таможенного дела и маркетинга финансово-экономического факультета Брянского государственного университета имени академика И.Г. Петровского.

РОЛЬ ГОСУДАРСТВА В СОЗДАНИИ БЛАГОПРИЯТНЫХ УСЛОВИЙ ДЛЯ РАЗВИТИЯ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

Привалова М.В.

Научный руководитель - Полесская О.П., к.э.н., доцент кафедры экономики и управления

ФГБОУ ВО «Брянский государственный университет имени академика И.Г. Петровского»

Вопросы, касающиеся государственной поддержки малого и среднего предпринимательства, особенно остро нуждаются в быстром решении. Предпринимательская деятельность всегда связана с риском, поэтому нужно обеспечить помощь предпринимательской деятельности со стороны государства, органов местного самоуправления. Без этого не утвердиться престиж в обществе, не будут созданы благоприятные условия развития.

Ключевые слова: предпринимательская деятельность, малый и средний бизнес, предпринимательство, финансовая поддержка.

Активная предпринимательская деятельность – важное условие развития экономики страны. Успешность хозяйствования любого государства зависит от того, какое количество предприятий функционирует на территории страны и то, насколько эффективно они организуют свою деятельность. Продуктивная предпринимательская деятельность стимулирует рост доходной части бюджета государства, а также прирост покупательной способности населения за счет увеличения доходов граждан.

В настоящее время основу поддержки предпринимательской деятельности составляет государство; региональные и муниципальные власти в этом процессе участвуют более чем умеренно. Непропорциональные зоны ответственности, а также большая нагрузка федеральных органов власти, направленная на стимулирование предприятий, являются одними из основных проблем экономики Российской Федерации. Чем же вызван рост внимания к этой проблеме в современной России?

Во-первых, необходимо отметить тот факт, что история предпринимательства в России составляет менее трех десятков лет, а темпы государственной поддержки в стране всегда уступали темпам развития экономики. На данный момент экономика Российской Федерации относится к

одной из ведущих экономик мира, что требует более профессионального подхода к управлению ее отдельными аспектами, включая предпринимательскую деятельность в стране.

Во-вторых, хорошо функционирующий бизнес – это основной драйвер развития экономики страны. Как отмечалось ранее, он помогает решать такие важные задачи, как создание адекватной конкурентной среды в стране, снижение влияния предприятий-монополистов, позволяет создавать привлекательный инвестиционный климат в стране, а также предлагает рынку столь необходимые в ситуации экономической нестабильности рабочие места.

Третьей причиной является то, что в большинстве цивилизованных стран – Соединенных Штатах Америки и большинстве стран Западной Европы – на предпринимательство приходится существенная доля валового внутреннего продукта. В Российской Федерации доля мелкого и среднего бизнеса, формирующего ВВП, составляет не более 15%, что является негативным показателем для страны, планирующей упрочить свои позиции в мировом экономическом сообществе. По этой причине поддержка предпринимателей видится одной из основных задач государства.

В-четвертых, малый и средний бизнес сильнее, чем крупный бизнес или государственные предприятия зависят от условий внешней среды, начиная от курса доллара и заканчивая положениями налогового законодательства. Незащищенность и, как следствие, нестойкость этого сектора предполагают, что он должен иметь дополнительную подушку безопасности в виде поддержки государства [3, с. 57-58].

Государственная поддержка предпринимательской деятельности представляет собой комплекс юридических, политических и экономических мероприятий и состоит из двух основных элементов – обеспечивающего и управленческого. Первый из них представляет собой обеспечение предприятий ресурсами, которые необходимы для его функционирования, второй – участие государства в планировании деятельности предприятий, контроль за достижением запланированных результатов и последующую корректировку финансовых, маркетинговых и иных планов этих предприятий. И обеспечивающий, и управленческий элемент тесно связаны друг с другом, и оба являются обязательным условием поддержки предпринимательской деятельности в стране.

К основным мероприятиям, государственной поддержки предпринимательства относятся:

- создание и реализация программ, направленных на поддержку малого бизнеса;
- определение драйверов развития предпринимательской деятельности в стране и создание условий для их достижения;
- усиление социального аспекта предпринимательской деятельности, включающего привлечение к бизнесу разных, в том числе социально незащищенных групп населения;
- оптимизация законодательных актов, касающихся предпринимательства в России, приближение их к реальным экономическим условиям в стране;
- финансовая поддержка, включая предоставление льготных условий кредитования для предприятий, предоставление государственных займов, предоставление налоговых льгот, которые позволяют сделать приемлемым уровень налогового бремени для малых и средних предприятий [2, с. 124].

Основными инструментами реализации этих мероприятий являются:

- инфраструктура, направленная на поддержку бизнеса, куда входят объединения коммерческих и некоммерческих предприятий;
- государственный аппарат, ответственный за корректное функционирование сферы предпринимательства;
- система нормативно-правовых актов, направленная на содействие развитию бизнеса.

В целом, система государственной поддержки предпринимательства в Российской Федерации выглядит следующим образом (см. Рис 1).



Рисунок 1 - Система государственной поддержки предпринимательской деятельности

Финансовая поддержка является ключевым аспектом поддержки предпринимательской деятельности государством. Она включает в себя кредитную и налоговую поддержку. Как показывает опыт западных стран, именно корректное воздействие этих двух финансовых аспектов играют решающую роль в развитии предпринимательства.

Существует еще один подход к классификации финансовой поддержки, предполагающий ее деление на прямые и косвенные виды. Так, к прямой финансовой поддержке относятся:

- предоставление государственных займов;
- создание финансовых организаций, направленных на поддержку бизнеса и управляемых государством;
- предоставление льгот и субсидий;
- создание специализированных государственных фондов.

К косвенным финансовым рычагам поддержки бизнеса относятся:

- помощь предприятиям в обучении и переквалификации специалистов;
- индивидуальные способы расчета амортизации основных средств;
- налоговые льготы;
- в ряде случаев – полное освобождение от налогов.

Предприятия могут использовать полученное финансирование на нужды развития бизнеса по своему усмотрению, но в рамках действующего законодательства Российской Федерации.

Основными направлениями использования финансирования являются:

- создание и развитие бизнеса;
- создание новых производственных мощностей для увеличения выпуска реализуемой продукции или оказываемых услуг;
- оптимизация производства с целью уменьшения себестоимости, производимой или реализуемой продукции;
- вложение средств в инвестиционные проекты, непосредственно связанные с основным бизнесом предприятия, например, вложение в новые эффективные виды рекламы;
- выход на новые рынки сбыта [2, с. 125-126].

Важным условием разработки корректной системы финансирования предпринимательской деятельности является планирование страхования имущества и рисков собственников бизнеса. Страхование подразумевает возмещение убытков, которые были понесены компанией в результате нанесения ущерба ее имуществу или наступления рисков, которые также привели к финансовым или материальным потерям компании. На данный момент страхование является достаточно

дорогим, а его отсутствие снижает вероятность сотрудничества с компанией кредиторов и инвесторов. В данном случае требуется содействие государства в организации страхования активов российских компаний.

Важную роль при поддержке предпринимательства играет лизинг. Лизинг – вид инвестиционной деятельности по приобретению имущества и передаче его на основании договора лизинга физическим и юридическим лицам за определенную плату на определенный срок и на определенных условиях, обусловленных договором, с правом выкупа имущества лизингополучателем. Наиболее целесообразен лизинг при запуске бизнеса и поиске под него разовых источников финансирования. Лизинг позволяет приобрести основные фонды для начала бизнеса при минимальных начальных инвестициях.

На данный момент в стране действует программа поддержки малого и среднего бизнеса, осуществляемая силами Министерства экономического развития РФ. Программа направлена на предоставление субсидий указанным группам компаний из государственного бюджета и действует с 2005 года. С декабря 2016 года в стране действуют новые правила предоставления данных субсидий. Всего в рамках программы запланировано порядка 20 мероприятий, которые направлены на стимуляцию бизнеса.

Основной задачей в рамках данной программы является создание адекватной инфраструктуры, в которую входят:

- центры консультирования и поддержки предпринимательской деятельности;
- кредитные организации;
- бизнес-инкубаторы;
- центры кластерного развития;
- центры поддержки экспорта;
- центра кластерного развития регионов;
- центры инжиниринга;
- многофункциональные центры для предпринимателей и другие организации и учреждения [1, с. 14-15].

Также необходимо отметить, для развития молодежного предпринимательства, его популяризации среди школьников и поддержки инновационного творчества детей, в том числе для их профессиональной реализации, Министерством выделяются субсидии на создание Центров молодежного инновационного творчества.

Реализация части прямых мер господдержки предусмотрена в рамках программ развития монопрофильных муниципальных образований. Так, при реализации указанного мероприятия субъектам малых и средних предприятий, зарегистрированным в моногородах, предоставляются субсидии на компенсацию затрат для модернизации производства, гранты начинающим предпринимателям по франшизе и субсидии социальным предпринимателям.

Список литературы:

- 1) Барменкова, Н.А. Роль государства в создании благоприятных условий для развития предпринимательской деятельности // Наука в России. Угрозы и возможности. – 2017. – С. 13-19.
- 2) Колмыкова, Т.С., Горелова, А.Ю., Лобачев, В.В. Государственная поддержка малого и среднего бизнеса // Финансы. Управление. Инновации. – 2017. – С. 123-126.
- 3) Предпринимательство: Учебник. / Под ред. М.Г. Лапусты. – М.: ИНФА-М, 2014. – 448 с.

Об авторах

Привалова Марина Владимировна, студент Брянского государственного университета имени академика И.Г. Петровского.

Полесская Ольга Петровна, научный руководитель, кандидат экономических наук, доцент кафедры экономики и управления Брянского государственного университета имени академика И.Г. Петровского.

КАДРОВАЯ ЭКОНОМИЧЕСКАЯ БЕЗОПАСНОСТЬ В СИСТЕМЕ УПРАВЛЕНИЯ КОМПАНИЕЙ

Рыбницкая Е.В.

Научный руководитель - к.э.н., Севрюкова С.В.

Брянский филиал ФГБОУ ВО «РЭУ им. Г.В. Плеханова»

В статье рассмотрены вопросы формирования финансовой стратегии компании, которая направлена и связана с развитием экономического потенциала государства в целом. В системе стратегического управления более подробно освещены проблемы, связанные с установлением кадровой безопасности компании и дана оценка рисков, возникающих в системе обеспечения кадровых ресурсов

Ключевые слова: финансовая стратегия, стратегия управления, экономическая безопасность, кадровая безопасность, риски.

Разработка финансовой стратегии компании – это разновидность функциональной системы, которая позволяет достигать поставленные долгосрочные цели в финансовой структуре деятельности предприятия, разрабатывать политику привлечения и использования финансовых ресурсов корпорации, с использованием механизмов достижения положительных, эффективных результатов от вложения финансовых ресурсов и получения дополнительной прибыли для компании [2, с.55].

Одним из направлений разработки финансовой стратегии компании является обеспечение экономической безопасности функционирования разных структурных подразделений, обеспечивающих реализацию всех производственных, финансовых, информационных процессов в деятельности фирмы.

При проведении исследования установлено, что финансовая стратегия компании - это совокупность направлений долгосрочного характера, связанные с обеспечением экономической и финансовой безопасности в деятельности компании, позволяющие предвидеть возникающие угрозы или риски во внутренней или внешней среде функционирования предприятия.

Основной задачей, поставленной перед обеспечением экономической безопасности компании является возможности, направленные на установление максимальной стабильности финансовой и производственной работы, а также создание перспективных направлений для роста и выполнения целей бизнеса, без учета текущих объективных и субъективных угрожающих факторов (негативных воздействий, факторов риска).

Кадровая безопасность - это процесс предотвращения негативных воздействий на экономическую безопасность компании за счет рисков и угроз, связанных с персоналом, его интеллектуальным потенциалом и трудовыми отношениями в целом. Кадровая безопасность занимает доминирующее положение по отношению к другим элементам системы безопасности компании, так как она работает с персоналом, кадрами, а они в любой составляющей первичны [4,с.69].

Считается, что кадровой безопасностью должна заниматься служба безопасности, но по нашему мнению, в первую очередь такого вида безопасностью должна заниматься кадровая служба.

Деятельность кадровой службы может быть разделена на несколько этапов, в течении которых выявляются риски и методы борьбы с ними (табл.1).

Первый этап представляет собой разработку представлений о необходимых качествах, знаниях и навыках для соискателей работы, а также их отбор. На данном этапе основными рисками являются неправильно разработанные критерии отбора на должность, недобросовестный отбор, а также недостоверная информация, предоставляемая кандидатами.

Таблица 1

Последовательность оценки рисков в деятельности кадровых служб

Риски	Метод устранения риска
Первый этап — Разработка представлений о качествах кандидатов на должность и их отбор	
Неправильное представление о качествах кандидата на должность	Продумывание критериев отбора кандидатов
Недобросовестный отбор	Строгое придерживание регламента приема на работу, исключая возможное получение взятки и приема «по связям».
Недостоверность информации, предоставляемой кандидатами	Запрос резюме и проверка информации
Второй этап — Обучение персонала	
Плохая обучаемость	Мотивация сотрудника на обучение
Плохой подбор преподавателей и их программ	Изучение прошлых работ преподавателей, их результатов, программ и компаний, а также динамики развития компаний, где уже проводилось обучение
Третий этап - этап непосредственной работы	
Промышленный шпионаж	Охрана материальных ценностей и документов компании с помощью сейфов и помещений ограниченного доступа, досмотр сотрудников, а также подписание договора о запрете использования социальных сетей и иных интернет-способов на рабочем месте, периодическое изменение паролей от корпоративной почты
Подрыв трудовой дисциплины и ценностей компании	Выговор, штраф, увольнение
Разжигание конфликтов внутри коллектива	Постоянное наблюдение за состоянием атмосферы в коллективе и своевременное, аккуратное вмешательство
Четвертый этап - этап увольнения	
Распространение информации из-за обиды на работодателя	Сохранение хороших отношений с сотрудниками, своевременная выплата заработной платы
Распространение информации из-за плохо проработанного трудового договора	Точное составление трудового договора

Второй этап - это система обучения персонала. На этом этапе проводится обучение персонала особенностям работы в определенной компании или отделе. Для этого проводятся групповые тренинги, если набирается несколько новых работников, или персональное обучение с куратором. На этом этапе важно дать знания о внутрикорпоративном регламенте, системе функционирования отделов и их специфике работы [2,с.101].

Так же обучение может проводиться и во время работы и рассматриваться как переподготовка кадров или повышение квалификации.

Основными рисками на данном этапе является плохая обучаемость и плохой подбор преподавателей и учебных программ. Первый риск устранить сложнее, ведь здесь все зависит от сотрудника, руководство может только мотивировать его желание учиться.

Третий этап - этап непосредственной работы. На данном этапе от кадровой службы требуется следить за действиями сотрудника и его взаимоотношениями с коллегами, ведь основными рисками являются промышленный шпионаж, подрыв трудовой дисциплины и ценностей компании, а так же попытки розжига конфликтов внутри коллектива.

Как уже сказано выше, первым риском на данном этапе является промышленный шпионаж. Это - форма недобросовестной конкуренции, при которой осуществляется незаконное получение, использование, разглашение информации, составляющей коммерческую, служебную или иную охраняемую законом тайну с целью получения преимуществ при осуществлении предпринимательской деятельности, а равно получения материальной выгоды.

Кадровая безопасность нацелена на обеспечение сохранности конфиденциальной информации, которая может быть получена материальным путем (кража документов, опытных образцов, разработок и другое); а также с помощью информационных технологий (кража информации с помощью технических средств, мониторинг корпоративной почты и иных средств связи внутри компании, передача информации в неформальном общении по средствам социальных сетей и иных интернет-способов).

На четвертом этапе (увольнения) основным риском является распространение известной информации из-за обиды на работодателя или плохо разработанного договора с сотрудником. Честный, авторитетный руководитель, выплачивающий заработную плату вовремя и имеющих хорошие отношения с подчиненными, может рассчитывать на преданность сотрудников и после окончания работы.

На протяжении всех этапов кадровый отдел должен следить за психологическим состоянием сотрудников, что может помочь устранить всевозможные риски еще в начале их зарождения. Поэтому подходить к подбору сотрудников в кадровый отдел необходимо очень тщательно - от них зависит качество кадровых ресурсов.

Формирование финансовой стратегии должно быть направлено, прежде всего, на поддержание устойчивого финансового положения корпорации посредством выявления максимального уровня прироста объема продаж, ограниченного темпом прироста прибыли в заданном диапазоне финансовых рисков [3, с.124].

Список литературы:

1. Геращенко И.П. Финансовая стратегия [Текст]: учебное пособие. – СПб.: Книжный дом, 2014. 350 с.
2. Давыдова Л.А. Финансовая стратегия предприятия [Текст]: учебное пособие. М.: Финансы и кредит, 2014. 125 с.
3. Никонец О.Е., Севрюкова С.В. Динамика институционального развития финансового рынка в системе трансформации инвестиционных и кредитных ресурсов // Вестник НГИЭИ. 2018. № 1 (80). С. 123-134.
4. Экономическая безопасность: Учебное пособие / Под ред. В.А. Богомолова. - М.: ЮНИТИ, 2015. - 295 с.

Об авторах

Рыбницкая Екатерина Викторовна - 2 курс направления подготовки "Экономика" Брянский филиал ФГБОУ ВО «РЭУ им. Г.В. Плеханова»

Научный руководитель: Севрюкова Светлана Валентиновна., к.э.н., ст. препод. кафедры экономики, таможенного дела, информационных технологий и дисциплин естественно-научного цикла

МЕЖДУНАРОДНЫЕ ЭКОНОМИЧЕСКИЕ КОНФЛИКТЫ В УСЛОВИЯХ ГЕОПОЛИТИЧЕСКОЙ ЭНТРОПИИ

Саманцов И.М.

В статье рассмотрены вопросы возникновения и проявления экономических конфликтов в условиях геополитической энтропии, приводятся проблемы, связанные с Сирийским и Украинским кризисом, разногласия между США и Россией, зависимость Южной Кореи от ядерных держав. Анализируются отношения России с ведущими странами мира, выявляется тенденция установления благоприятных связей и отношений. Определяется политическая ситуация, при которой сверхдержавы, втянутые в международные экономические конфликты, стараются с минимальными потерями выйти из них, повысить имидж на мировой арене.

Ключевые слова: экономические конфликты, геополитическая энтропия, политический кризис, геополитическая картина мира.

Международные экономические конфликты всегда были неотъемлемой частью геополитической энтропии. Актуальность проблемы заключается в том, что в нестабильном политическом мире агрессивная внешняя стратегия государств приводит к экономическому хаосу, который проявляется через: кризис, упадок в стране, отставание в экономическом росте стран третьего мира, войнах. Так в своей энциклопедии Дергачев В.А. дает определение геополитической энтропии как стихийное возрастание хаоса как наиболее вероятного состояния. Таким образом, в состоянии неопределённости страны начинают вести агрессивную внешнюю политику, при которой появляются экономические конфликты. Так Тимачёва Е.В. считает, что «экономический конфликт – это конфликт, прежде всего по поводу присвоения и распоряжения, и использования средств производства, а также организации и управление производством материальных благ и их распределением. Для проявления экономической агрессии может служить огромное количество факторов такие как: экономическая блокада, эмбарго, забастовка и т.д. Проблема разделения труда также относится к причинам международных конфликтов, которая развивается в уплотнении социальной массы.

В наше время геополитическое положение стран в экономике существует в той ситуации, при которой Запад уже не является главным неформальным лидером. США после избрания Д.Трампом новым президентом будет выбирать два пути развития страны: увеличение мощи или сопричастность к мировым делам. Внутренние проблемы захватят ЕС. Большое количество вопросов уже решается без участия Запада, а то, кто хотел получить свободу от Белого дома добились своего. В 2017 -2018 годах мировое сообщество будет жить в надежде на то, что главные трудности позади. В целом для РФ внешняя политика в прошлом году складывалась положительным образом. В следующих годах важно сохранить проложенный путь динамики в Трансатлантике, Евразии, и на Ближнем Востоке. Важным аспектом в этом деле является игнорирование провокаций в Европе. Вероятнее всего новые веянья кризиса будут со стороны членов НАТО или союзников России из-за нехватки внимания России и США. Кремль также, как и Белый дом, располагает тем, что может давать гарантии защиты странам, которые солидарны с ним. Кризис на Украине не должен вызывать большую реакцию со стороны РФ. [5], [9]

По мнению Безрукова А. и Сушенцева А. главной неясностью 2017 года являются новые российско-американские отношения. По мнению экспертов и аналитиков, от четкого взаимодействия Белого дома и Кремля в большей степени зависит полное направление внешней политики России. Специалисты считают, что существует некоторое количество сценариев развития этих отношений, условием наступления которых будут положительные или отрицательные плоды внутриэкономической программы Д. Трампа. С приходом нового президента США, обновилась администрация Белого дома. От ее высокого или низкого уровня конфликтности внешней политики также зависит успех американского лидера. Скорость, с которой Д. Трамп сможет ввести налоговые реформы и инфраструктурные инвестиции, несмотря на оппозицию демократической партии – станет основным победным флагом в действиях президента. Противодействие России и НАТО в Восточной Европе, заглянув на стратегический план во внешней торговле, и способность

помогать в нормализации обстановки на Ближнем Востоке. Для того, чтобы уладить отношения необходимо, чтобы между Россией и США было стратегическое равенство. [4]

Как считает Ивашов Л.Г. важное значение российско-американских отношений будет заключаться в Сирийском кризисе. Под действием третьих сил в 2017 году упадок в Сирии прошел через рубежный период, при котором начинали закладываться условия мира в войне. После удачных операций в 2018 году со стороны России на территории воюющего народа и отказа Белого дома поддерживать оппозицию Исламское государство должно понести поражение. Однако Министерство обороны США обвиняет Российскую Федерацию в соучастии в преступлениях режима Асада в Сирии и предлагает обратить внимание гуманитарную помощь. Но даже после таких сенсационных заявлений Кремль не собирается отступать от своего внешнеполитического курса в Сирии. Эта перемена может произойти только если Москва сможет быстро реагировать на новый международный кризис вблизи своих границ. [3], [9]

В исследованиях Астахов Е. отмечается, что в Сирийском кризисе существует множество неопределённостей. Так в 2013 году начался политический кризис на Украине. По сведениям специалистов, к 2017 году упадок в стране не закончится, потому что его разрешение откладывается до новой смены власти. Для России важным аспектом является то, чтобы братский народ сохранял социально-политическую стабильность. Если игнорировать военное положение на Украине, то под угрозой окажутся главные транзитные пути российских энергоресурсов, повысится риск катастроф, ухудшится международно-политическая ситуация. И сейчас реалии таковы, что братский народ во главе с премьер-министром Владимиром Гойсман разорвала все торговые соглашения с Россией отказавшись от программы, действие которой должно было прекратиться в 2020 году. Анализируя все эти аспекты Россия направила свой взор на Восток для поиска новых союзников. Так в российско-японских отношениях «встал на рельсы» процесс заключения мирного договора. В продолжении 2-х лет Японский лидер планирует достичь исторического результата в отношении с Россией. Однако переговоры продолжались бы не зависимо от того победит или нет В.Путин на выборах 2018 года. Россия в свою очередь привержена декларации 1956 года о передаче двух островов, но не будет вести переговоры, если Япония будет давить. [1], [9]

По мнению политика, бывшего премьер-министра Швеции Карла Бильдта непредсказуемые моменты и периоды последних лет во многом все переменяли наоборот. В новой геополитической картине мира Россия представляет для США куда меньшую угрозу, чем набирающий силу Китай. Большая масса людей, живущие в настоящее время в мире, озабочены тем, что привычный нам мир исчезнет словно мираж. «... когда речь заходит о долгосрочных перспективах глобального развития, для беспокойства причины всё-таки есть», — отмечает в статье для DagensIndustri Карл Бильдт. Для последующих годов будут характерны три «мегатенденции», в которых совершится развитие глобального общественного процесса. Во-первых, геополитика ставит под вопрос процесс глобализации, что меняет существующие правила игры и убеждения. Во-вторых, в западных демократиях преобладают беспокойства о будущем. В-третьих, нынешняя цифровая эра изменит мир. Принципы глобального развития подвергнутся колебаниям и изменениям. В новой стратегии национальной безопасности администрация Трампа США стремится построить мировой порядок не на законе, а на силе - важнейшем инструменте в борьбе с так называемыми суверенными мировыми державами. Эти преобразования в стратегии вызваны ростом влияния Китая, который к 2030-му стремится занять ведущие позиции в области искусственного интеллекта, а к 2049 году — стать главной мировой державой. «Китайский вопрос» тесно переплетается с Россией, которая попала в список «держав», угрожающих США. Однако реальность такова, что Россия представляет собой тактическую и региональную угрозу, в то время как Китай — стратегическую и глобальную», — уверен Карл Бильдт. [8]

Премьер-министра Швеции Карл Бильдт считает, что в геополитическом плане США именно Китай, а не Россия, по мнению политика, рассматривается в качестве главной потенциальной угрозы. «Россия — в лучшем случае стагнирующая держава, которая в долгосрочной перспективе увянет. Россия, которая отворачивается от Запада, вряд ли может стать чем-то большим, чем вассалом набирающего силу Китая. Возможно, однажды это начнут понимать. Поэтому нам не

следует закрывать перед ней дверь» — утверждает премьер министр Швеции. Президент США Дональд Трамп в начале марта в целях возвеличивания Америки, защиты американского рынка объявил о введении высоких таможенных пошлин на алюминий (10%) и сталь (25%). Ограничения затронули европейских, китайских, канадских и южнокорейских поставщиков. Действия американского президента были восприняты враждебно. Глава Европейской комиссии Жан-Клод Юнкер предложил действовать на опережение: "Мы в этом случае тоже повысим тарифы. Сам факт того, что мы будем вынуждены этим заниматься, довольно глупый. Но нам придется. Увеличим пошлины на мотоциклы HarleyDavidson, джинсы Levi's и бурбон" [6].

Канцлер Австрии Себастьян Курц категорически назвал планы Трампа "полным идиотизмом". Гюнтер Эттингер, еврокомиссар по цифровой экономике и обществу заявил: «Наша цель - любой ценой избежать торговой войны. Если трансатлантический торговый конфликт случится, победителями выйдут азиаты». Лидеры Китая, Японии и Южной Кореи выразили недовольство политикой Трампа. Но пессимизм азиатских партнеров США рядом экспертов не разделяется. Так, по докладу агентства Moody's, «Китай производит и экспортирует половину мировой стали, и страна едва ли будет затронута торговыми ограничениями, найдя новых покупателей и предложив более выгодные условия». Действия Трампа поддерживают девиз "Америка прежде всего". Но введенные США пошлины запустят механизм введения торговых ограничений со стороны других стран, в том числе членов ЕС, что может привести к хаосу в мировой торговой системе. Мир сегодня стоит на пороге всеобщего перераспределения капиталов и центров политического влияния, факторов производства. Американский этап достиг своих естественных пределов, и сейчас происходит преобразования мирового экономического пространства. На любом направлении экономического пространства, где США сдают позиции, немедленно появляется Китай, который сейчас начинает получать выгоду от глобализации и крайне заинтересован в росте мировой торговли и открытости рынков. [6]

Сильвестров С.Н. считает, что Южная Корея на 2018 год находится в окружении Китая, России, США, а также среди давнего оппонента Японии и старого «друга» Северной Кореи. Что нужно сделать Сеулу, чтобы не быть марионеткой в чужих руках? Во-первых, Южной Кореи необходимо стремиться не находиться в центре набирающей обороты напряженности между США и Китаем. Главной региональной стабильностью будет гарантия безопасности между Соединёнными штатами Америки и Кореей, однако Сеул будет оставаться на коне из-за увеличения торговых отношений с Пекином. В тактическом решении национальной безопасности команды президента США в 2018 году Китай обозначен как главный стратегический конкурент, который хочет спустить на нет превосходство сверхдержавы и их политических ценностей. Из-за того, что этих две страны все чаще и чаще не могут найти компромисс в разных вопросах, они, возможно, захотят держать Южную Корею ближе к собственной сфере влияния. Так Вашингтон захочет подтолкнуть Сеул к проведению четырёхсторонних диалогов по вопросам безопасности, в которых на данный момент находится США, Австралия, Индия и Япония. Заглядывая в будущее, Белый дом наверняка захотел бы внедрить Сеул в свою региональную противоракетную защиту. [7]

По мнению редакторов журнала Вести, в Китае, наверняка, есть свои планы на Сеул. Так Пекин с легкостью воспользуется Северной Кореей в виде спускового крючка Южной Кореи, для того чтобы вывести систему ТНААД или просто отдать власть над Южно-Китайским морем. Даже после того, как Китай многократно вмешивался в государственные дела Сеула, он сдержанно относился к силовым принуждениям Южной Кореи. Но эти хрупкие весы с легкостью смогут сломаться, когда, возможно, будет predetermined, что союз между Америкой и Кореей ушёл от сдерживания Северной Кореи, трансформировавшийся в структуру, которая не давала свободу Китаю. Также присоединение к системе противоракетной обороны неоправданно будет противодействовать Китаю: присоединение к оборонным системам в Японии не улучшит возможности перехвата северокорейских ракет. Не менее важным аспектом является то, что Пекин думает, что уязвимость с Америкой главный вопрос в конфликте двух сторон. Тактическая стабильность заключается в том, что Китай считает, что при военных действиях обе стороны

потерпят ненужные потери. Готовая система противоракетной защиты будет воспринята как шанс помешать Китаю совершить второй удар в национальном конфликте, возложив на Америку возможность нанесения первого удара. [2], [7]

Анализируя, Сильвестров С.Н. считает, что вовлеченность Сеула поставила бы под удар свою безопасность, но и безопасность всего региона. Союз между США и Кореей ослабевает при чрезмерной уступчивости к требованиям Китая, что также наносит ущерб безопасности Кореи. Армия США во главе с ракетами и 23000 военнослужащими, находящиеся в южной части полуострова, есть один из важных сдерживающих факторов среди северокорейских угроз. Проще говоря, Южная Корея должна принять утилитарный подход, который не будет под замком из-за идеологических обид. Прогрессисты нередко видят в Америке державу, которая хочет полностью контролировать Сеул, а консерваторы все также видят в Китае маоистского врага. Конечно в большинстве случаев внешняя политика — это отражение внутренней политики, прагматичный подход, важен для дальнейших побед Южной Кореи. Ему жизненно необходимо научиться выживать в современных реалиях, для того чтобы вступать в отношения с главными странами мира [2], [7].

Таким образом, геополитическая энтропия «как стихийное возрастание хаоса как наиболее вероятного состояния» все чаще встречается в международных конфликтах. Примером может служить кризис в Сирии и на Украине, противоречия между США и Россией в различных экономических вопросах, выход на международную арену новой ядерной сверхдержавы Китая. Все эти неопределённости несут за собой плеяду негативных факторов, которые напрямую воздействуют на другие страны, не замешанные в данных противоречиях. Тем самым международные экономические конфликты затрагивают весь мир, таким образом, мешают развитию всех государств в целом.

Список литературы:

1. Астахов Е. Роль России в межкультурном диалоге / Е. Астахов // Международные отношения. – 2017. – № 6. – Режим доступа: <https://interaffairs.ru/jauthor/material/1876>, свободный. – Заглавие с экрана. - Яз. рус.
2. Балтачева М. НАТО занялось прославлением фашистских недобитков / М. Балтачева, М. Мошкин // Взгляд. – 13 июля 2017. – Режим доступа: <http://www.vz.ru/politics/2017/7/13/878479.html>, свободный. – Заглавие с экрана. – Яз. рус.
3. Безруков А., Сушенцев А. Международные угрозы 2017 // Аналитическое агентство «Внешняя политика». 2017, № 5. С 27.
4. Боброва А.В. Экономика политических конфликтов // Управление в современных системах. 2017, №1(12) С.
5. Галустьян А. Н. Торгуюсь как хочу. Дональд Трамп объявил торговую войну // «Солидарность» центральная профсоюзная газета - 16.03.2018 – Режим доступа: https://www.solidarnost.org/articles/Torguyus__kak_hochu.html, свободный. – Заглавие с экрана. – Яз. рус.
6. Дергачев В.А. / Геополитика. Русская геополитическая энциклопедия. / 2010 – 2014г. Режим доступа: <http://dergachev.ru/Russian-encyclopaedia/25/41.html>, свободный. – Заглавие с экрана. – Яз. рус.
7. Сильвестров С. Н. Подход к выявлению угроз и оценке состояния экономической безопасности // Экономические науки. Экономическая теория. – 2017г. №11.С 156.
8. Тимачева Е. В. Международные экономические конфликты как форма международных отношений. Вестник Волгоградского государственного университета. Серия 9: Исследования молодых ученых. 2010. № 8-2. С. 97-101.
9. Ивашов Л. Г. Операции «Мягкой силы» в гибридной войне / Общие проблемы геополитики и безопасности. 2017г, №1. 9-13С.
10. Южная Корея: опасная игра в окружении сверхдержав // Вести. Экономика. – 21.02.2018. – Режим доступа: <http://www.vestifinance.ru/articles/98089>, свободный. - Заглавие с экрана. –

Яз. рус.

11. DAGENS INDUSTRI. Экс-премьер Швеции: для США «стагнирующая» Россия куда менее опасный противник, чем Китай // Ино ТВ. – 2 января 2018. – Режим доступа: <https://russian.rt.com/inotv/2018-01-02/Eks-premer-SHvecii-dlya-SSHA-stagniruyushhaya>, свободный. – Заглавие с экрана. – Яз. рус.

Об авторах

Саманцов И.М., студент финансово-экономического факультета, 3 курс, направление подготовки «Таможенное дело».

Шуклина З.Н., научный руководитель, доктор экономических наук, профессор кафедры таможенного дела и маркетинга финансово-экономического факультета Брянского государственного университета имени академика И.Г. Петровского.

ОРГАНИЗАЦИЯ СЕВООБОРОТОВ В СПК «ОЛЕШЕВИЧИ» ГОРЕЦКОГО РАЙОНА МОГИЛЕВСКОЙ ОБЛАСТИ

Сапоненко Д. В.

Научный руководитель - Пшибыш Елена Владимировна, старший преподаватель кафедры землеустройства

Белорусская государственная сельскохозяйственная академия, г. Горки,
Республика Беларусь

В статье рассмотрены вопросы формирования и группировки рабочих участков в СПК «Олешевичи» Горецкого района Могилевской области.

Ключевые слова: севооборот, плодородие, рабочий участок, экологическая группа.

Введение. Севооборот - это научно обоснованное чередование сельскохозяйственных культур и пара во времени и размещении на полях. Бессменные посевы, когда сельскохозяйственная культура постоянно возделывается на поле, приводят к резкому снижению величины и качества урожая. Повторные посевы многих видов растений также снижают их урожайность. Практикой земледелия и наукой доказано, что правильные севообороты в хозяйстве являются организующим звеном системы земледелия.

Размещаемые севообороты и посевы сельскохозяйственных культур должны обеспечить планируемое производство продукции растениеводства, эффективное использование плодородия земель, вносимых удобрений; защиту почв от истощения и эрозии, повышение их окультуренности и плодородия, максимальный учет рельефа местности почвенных разновидностей и конфигурации пахотных массивов, с целью получения высоких урожаев сельскохозяйственных культур, наилучшего использования техники и охраны земель.

Обсуждение результатов. При организации севооборотов в СПК «Олешевици» было разработано два варианта. Первым вариантом являлся традиционный вариант размещения с чередованием культур во времени и пространстве, по второму варианту – с ежегодным размещением посевов по эколого-технологическим однородным рабочим участкам с учетом предшественников культур.

Количество севооборотов по первому варианту соответствует количеству эколого-технологических групп полученных в результате объединения рабочих участков по обобщенному показателю-степени их пригодности для возделывания основных сельскохозяйственных культур.

В результате группировки участков в СПК «Олешевици» рабочие участки объединены в три экологические группы по первому производственному подразделению, а по второму производственному подразделению выделено две группы рабочих участков, каждая из которых принята в качестве севооборота.

Первая группа - это участки, на которых можно возделывать все сельскохозяйственные культуры.

Вторая группа – группа, на которой можно выращивать все культуры кроме пропашных (удаленность участков от производственного центра 3-5 км)

Третья группа – группа, на которой также можно выращивать все культуры кроме пропашных (удаленность участков от производственного центра 5 км и более).

Таким образом, в СПК «Олешевици» запроектировано 5 севооборотов общей площадью 871,1 га.

Второй вариант размещения севооборотов – размещение посевов сельскохозяйственных культур по рабочим участкам – разработан с учетом данных матрицы энергетической эффективности, предшественников. С этой целью создано два файла: технологическая характеристика рабочих участков и балл экономической оценки.

С использованием ПЭВМ была получена матрица условного энергетического эффекта возделывания сельскохозяйственных культур по годам.

Выбор лучшего варианта производится путем сравнения и оценки вариантов организации севооборотов по техническим и экономическим показателям.

По каждому варианту установлены следующие технические показатели: количество севооборотов, площадь, средняя площадь севооборотов, средний размер поля, рабочая длина гона, средневзвешенное расстояние до хозяйственного центра, максимальное отклонение от средней площади поля в процентах.

Заключение. По техническим показателям не представлялось возможным окончательно выбрать лучший вариант, поэтому производилась их экономическая оценка. С этой целью рассчитан среднегодовой выход энергии от возделывания сельскохозяйственных культур. По первому варианту выход энергии составил 59375122 Мдж по второму – 79140382 Мдж, что на 19765260 Мдж эффективнее.

Список литературы:

1. Ландшафтная организация территории: учеб. пособие / М.И. Лопырева [и др.] / Воронеж. гос. аграр. ун-т. – Воронеж: ФГОУ ВПО ВГАУ, 2004. – 170 с.
2. Сулин, М.А. Землеустройство / М.А. Сулин. – СПб.: Изд-во «Лань», 2005. - 448 с.

Об авторах

Сапоненко Дмитрий Вячеславович, студент 4 курс 1 группа, землеустроительный факультет, Белорусская государственная сельскохозяйственная академия, г. Горки, Республика Беларусь.

ЭКОНОМИЧЕСКИЕ ПРОБЛЕМЫ РАЗВИТИЯ АГРОПРОМЫШЛЕННОГО КОМПЛЕКСА В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ

Семашко А.А.

Научный руководитель - Крундикова Н.Г., старший преподаватель кафедры кадастра и земельного права

УО «Белорусская государственная сельскохозяйственная академия»

Агропромышленный комплекс – это совокупность взаимосвязанных отраслей хозяйства, участвующих в производстве, переработке сельскохозяйственной продукции и доведении её до потребителя. АПК занимает особое место в жизни государства, так как обеспечивает страну продовольствием и товарами народного потребления. Уровень жизни населения страны зависит от состояния и темпов развития агропромышленного комплекса и, особенно, от сферы пищевой и перерабатывающей промышленности [1, с.32].

Ключевые слова: Экономика, агропромышленный комплекс, производство, фермерство, население.

Экономические проблемы развития агропромышленного комплекса могут носить как долгосрочный, так и краткосрочный характер. Проблема в долговременном периоде касается тех факторов, которые способствовали отставанию сельскохозяйственных цен и доходов сельхозпроизводителей от тенденций изменения цен и доходов в экономике в целом. Проблема в краткосрочном периоде часто связана с крайней нестабильностью фермерских доходов в различные годы.

Причины фермерской проблемы в долговременном периоде состоят в ценовой неэластичности спроса на сельскохозяйственные продукты; сдвигах с течением времени в кривых спроса и предложения сельскохозяйственных продуктов.

Неэластичный спрос на сельскохозяйственные продукты. В Беларуси для фермерской продукции в целом коэффициент эластичности составляет от 0,20 до 0,25. Это значит, что цены сельскохозяйственных продуктов должны были бы понизиться на 40-50% для того, чтобы потребители увеличили свои закупки всего лишь на 10%. Основным фактором, определяющим эластичность спроса, является замещение. Это значит, что, когда цена продукта падает, потребитель склонен заменить им другие продукты, цены на которые, вероятно, не снизились. Но в богатых обществах для пищевых продуктов этот "эффект замещения" является очень умеренным.

Технический прогресс вызвал значительный рост предложения сельскохозяйственных продуктов. Технический прогресс, имеет несколько источников: фактически полная электрификация и механизация ферм; улучшенная технология обработки земли и сохранения почвы; ирригация; выведение гибридных культур; доступность улучшенных удобрений и инсектицидов; усовершенствования в разведении домашнего скота и уходе за ним и т. д. Эти технические достижения являются очень значительными.

Отстающий спрос на сельскохозяйственные продукты. Увеличение спроса на сельскохозяйственные товары оказалось не в состоянии поспевать за ростом их предложения, вызванным техническим прогрессом. Причина кроется в двух главных факторах, определяющих спрос на сельскохозяйственную продукцию, - доходах и населении. Спрос на сельскохозяйственные продукты является неэластичным по доходу, то есть спрос на большинство сельскохозяйственных продуктов совершенно нечувствителен к увеличению дохода. Приблизительные подсчеты показывают, что 10% рост реального дохода на душу населения влечет за собой увеличение потребления сельскохозяйственных продуктов максимум на 2%. Некоторые особые сельскохозяйственные продукты могут уступать по своим свойствам другим

товарам, это значит, что по мере роста доходов покупки этих товаров могут фактически сокращаться [2, с.76, 141].

Значительные годовые колебания цен на сельскохозяйственную продукцию и, следовательно, доходов сельхозпроизводителей отражают краткосрочную проблему. Эта нестабильность в краткосрочном периоде является результатом сочетания неэластичного спроса на сельскохозяйственную продукцию с колебаниями объемов производства и колебаниями внутреннего и внешнего спроса на продовольствие.

Колебания объема производства. Неэластичный спрос на продукцию сельского хозяйства является причиной того, что небольшие изменения объемов производства провоцируют относительно крупные изменения фермерских цен и доходов. Урожайный год, как правило, приводит к падению доходов сельхозпроизводителей, поскольку спрос неэластичен, увеличение объема проданного товара будет сопровождаться более чем пропорциональным падением цены. В итоге валовой доход, то есть валовая выручка фермеров уменьшается. Низкий урожай может повысить совокупный доход сельхозпроизводителей, поскольку при неэластичном спросе падение производства вызовет более чем пропорциональное увеличение цены.

Колебания внутреннего спроса. Нестабильность доходов крестьян в кратковременном периоде связана с колебаниями спроса на сельскохозяйственные продукты. Из-за неэластичности спроса на сельскохозяйственные продукты кратковременные колебания спроса на них повлекут за собой заметные различия в ценах и доходах. Относительно небольшое снижение спроса дает коренное уменьшение денежного вознаграждения фермеров за то же самое количество продукции. Наоборот, незначительное увеличение спроса повлечет за собой столь же резкое увеличение фермерских доходов за тот же самый объем продукции. Такие большие изменения цен и доходов связаны с тем, что спрос является неэластичным.

Неустойчивый внешний спрос. В странах с экспортно-ориентированным аграрным сектором причиной процветания сельхозпроизводителей может быть растущий сельскохозяйственный экспорт, в то время как крах экспортных рынков будет являться основной причиной кризиса сельского хозяйства. Например, изменение доходов в Европе и Японии могут изменить спрос на американские сельскохозяйственные продукты. Международная политика также может усиливать нестабильность спроса. Изменения в политических отношениях между различными странами может способствовать как увеличению объема продаж и сокращению [3, с.56, 86, 127].

Таким образом, рассмотренные проблемы носят общеэкономический характер и могут проявляться в хозяйственной деятельности как в Республики Беларусь, так и в других странах.

Список литературы:

1. Зеленовский А.А. Экономика предприятий и отраслей АПК. Практикум: учеб. Пособие. – Минск: Изд-во Гревцова, 2009. – 320 с.
2. Лещиловский П.В. Экономика предприятий и отраслей АПК. - Мн.: БГЭУ, 2007. – 465с.
3. Лещиловский П.В., Ульянов Б.В. Экономика агропромышленного комплекса в вопросах и ответах. –Мн.: Ураджай, 1992. – 352 с.

Об авторах

Семашко Александр Анатольевич, студент 2 курса 3 группы, землеустроительного факультета, специальности 1 56 01 02 – Земельный кадастр.

Крундикова Наталья Григорьевна, старший преподаватель кафедры кадастра и земельного права, УО «Белорусская государственная сельскохозяйственная академия», город Горки, Республика Беларусь

МАРКЕТИНГОВЫЕ КОММУНИКАЦИИ В СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЯХ: ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ

Сентяй А.П.

Научный руководитель - Шуклина З.Н., д.э.н., профессор кафедры таможенного дела и маркетинга

ФГБОУ ВО «Брянский государственный университет имени академика И.Г. Петровского»

В статье рассматриваются маркетинговые коммуникации в социальных сетях, которые являются одним из инструментов поддержания двухсторонней связи. Сравниваются определения маркетинговых коммуникаций разными учеными. Представлена связь маркетинговых коммуникаций с социальными сетями выявлены инструменты, которые обеспечивают взаимосвязь покупателей и клиентов. Проведен анализ ошибок и преимуществ использования рекламы в социальных сетях.

Ключевые слова: маркетинговые коммуникации, Интернет, социальные сети, реклама, инструменты продвижения товаров

В современном мире развитие информационных технологий не стоит на месте, с каждым днем динамично развиваются и усложняются связи и направления контактов. В бизнесе активно используют различные коммуникации для продвижения своей продукции. Маркетинговые коммуникации, как отмечает Разноглазова А.К., являются средством связи, которые образуются между фирмой с потребителями посредством различных методов воздействия. Основная задача маркетинговых коммуникаций — донести до целевой аудитории основное конкурентное отличие бренда, которое в свою очередь повлияет на выбор и покупку товара [10]. Голубкова Е.Н. считает, одна из основных коммуникационных тенденций заключается в более активном применении интегрированных маркетинговых коммуникаций (ИМК). ИМК объединяют все инструменты маркетинговых коммуникаций: рекламу, стимулирование сбыта, связь с общественностью, личную продажу, прямой маркетинг [3]. По мнению Романова А.А. и Панько А.В., маркетинговые коммуникации (МК) — это связи, образуемые фирмой с контактными аудиториями (потребителями, поставщиками, партнерами и т.п.) посредством различных средств воздействия, к каковым относятся реклама, PR, стимулирование сбыта, пропаганда, личная продажа, а также неформальных источников информации в виде молвы и слухов [9]. Отличительной чертой маркетинговых коммуникаций в социальных сетях является то, что данная деятельность взаимосвязана с таким «социальным явлением», как Интернет, что в свою очередь предполагает огромный охват аудитории по всему миру, при этом деятельность фирм в социальных сетях, где ключевым элементом является размещение и распространение рекламы, является эффективным способом для продвижения как товара, так и самой фирмы на рынке товаров и услуг. Такие фирмы не только создают свою клиентскую базу, применяя маркетинговые коммуникации в социальных сетях, но и в более доступном формате информируют обычных людей.

Для того, чтобы эффективно работал тот или иной метод продвижения товара, необходимо совершенствовать методы для их продвижения. В следствии этого спрос на инновации растет с каждым днем все больше, поэтому при отсутствии спроса и понимания ценности инновации на рынке трудно рассчитывать на интерес и покупки. Шуклина З.Н., которая подчеркивает, что в этой связи для коммерциализации, применения и потребления инновационных продуктов, процессов и технологий следует признать важным и усилить клиентоориентированный подход в отношениях с покупателями и потребителями. Доминанта ориентированности на клиента является целью, мотивом и результатом маркетингового влияния и взаимодействия [17]. Например, для потребителя 1990-х стало характерным стремление к интерактивному двустороннему общению с производителем, к более полной информированности о нем. Именно на 1990-е годы пришлось

становление понятия интернет- маркетинга – это проекция традиционных маркетинговых методов и подходов на среду распространения и генерирования информации – «Интернет», которой в большей степени присуща коммуникационно-информационная составляющая [1].

В настоящее время произошла «эволюция инструментов», которые используются в сети Интернет, и сейчас активно применяются методы SEO, SEM, SMM, а также и более ранние и устоявшиеся методы (медийная реклама, вирусный маркетинг), но на кардинально новом уровне благодаря техническому развитию сети Интернет [1]. Технологии SMM – процесс привлечения трафика или внимания к бренду или какому-либо продукту через социальные платформы. С их помощью подбирается необходимый комплекс мероприятий, который в свою очередь направлен на использование социальных сетей как каналов продвижения компаний, а вместе с ними товаров, услуг и решения для других бизнес задач. Как отмечает Кусина О.А. «Одно из главных плюсов SMM маркетинга перед традиционными инструментами продвижения в социальных медиа является его долговечность: этот метод работает на перспективу, создавая желаемый образ или позитивное восприятие бренда у целевой аудитории» [6].

По мнению Степановой Т.А. можно обозначить, что при использовании интернет-маркетинга нужно учитывать, что он подразумевает использование стратегий маркетинга, которые применяются в бизнес пространстве Интернета. Системы маркетинговых коммуникаций должны разрабатываться индивидуально в зависимости целевого рыночного сегмента. Схема системы маркетинговых коммуникаций в интернете представлена на рисунке 1 [13].

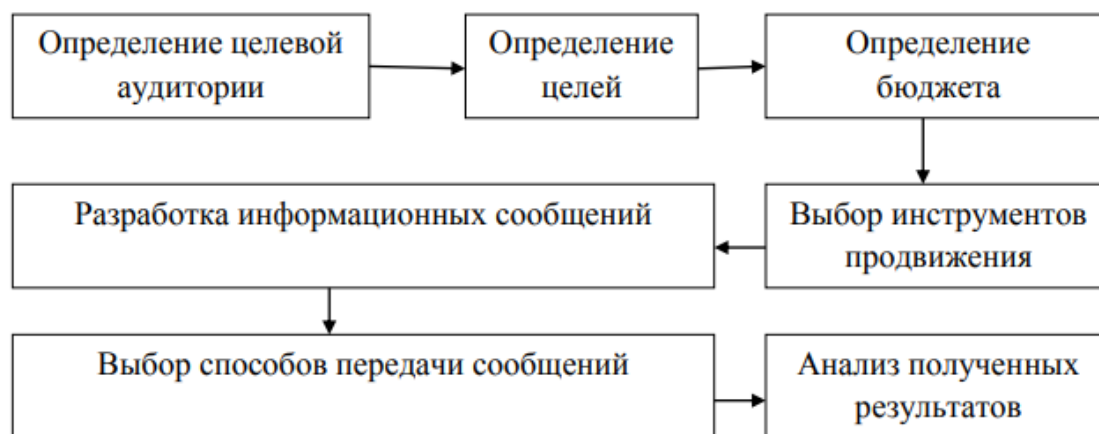


Рисунок 1 – Схема системы маркетинговых коммуникаций в интернете

Ориентация на клиента при создании определенного продукта – основная задача маркетинга. Русин В.Н. считает, что маркетинг позволяет решить главную проблему компании – восприятие ее потребителем. Исследования показывают, что средний клиент – это адресат нескольких сотен маркетинговых обращений в день [8]. Благодаря этому, маркетологи создают различные инструменты, которые в свою очередь усиливают внимание потенциальных клиентов. Такими инструментами можно считать маркетинговые коммуникации.

Маркетинговые коммуникации многие ученые трактуют по-разному. Например, известные западные специалисты Котлер Ф. и Келлер К.Л. определяют маркетинговые коммуникации как «средства, с помощью которых фирмы пытаются информировать, убеждать и напоминать потребителям, о своих товарах и торговых марках» [5]. Щетинина Е.Д. считает, что коммуникации в маркетинге – это процесс передачи сообщения от производителя к аудитории с целью представить товар (услугу) или компанию в привлекательном для целевой аудитории свете. Аудиторией, с которой устанавливаются коммуникации, могут быть потребители, сфера торговли, служащие компании, акционеры, государственные учреждения и группы общественности. не смотря на то, что наиболее действенным средством коммуникации являются личные контакты для доведения информации компании до ее аудитории и продвижения товаров организации используют специальные инструменты – маркетинговые коммуникации [18].

Сравнивая отечественные и зарубежные источники можно видеть, что проблема в сфере маркетинговых коммуникаций существует во всем мире. Шуклина З.Н. отмечает, что, практически все компании рассматривают коммуникационные элементы как самостоятельные виды деятельности, которые практически не взаимодействуют между собой и не увязаны в единую систему. Для того, чтобы эти элементы начали между собой взаимодействовать, в странах начал формироваться спрос на инновации. Отсутствие таких потребностей или слабое проявление сказывается на мотивация бизнеса развивать наукоемкое производство, применять инновации в маркетинге, менеджменте и производстве новых товаров. При этом сам рынок в линейном развитии не реагирует на новые разработки и не формирует спрос на новые товары [16].

Коммуникативные процессы играют очень важную роль в маркетинге, именно эффективность определяет глубину работы предприятия по созданию продукции хорошего качества и ее реализации на рынке. В связи с высоким уровнем разработанных маркетинговых коммуникаций, предприятие может иметь выход на новые рынки, повысить лояльность потребителей или увеличить продажи не только отдельного продукта, но и реализовывать весь спектр производимой продукции. Поэтому с развитием коммуникаций развивается и организация, и тем самым компания может рассчитывать на успех в будущем. В настоящее время построение системы эффективных коммуникаций с заинтересованными группами находится в тесной взаимосвязи с развитием деловой активности, в частности с экономическим ростом.

Клюева Е.С. считает, что первостепенным звеном для распространения информации о своих услугах и продажах, обмена мнениям (при этом расширяется круг информированных лиц и привлекаются новые потребители) в качестве одного из наиболее прогрессивных методов повышения эффективности маркетинговой коммуникационной деятельности предприятия рассматривается внедрение современных информационных технологий, в первую очередь интернет-технологий [7], в которых используются социальные сети для продвижения товаров и которые носят характеристику нового, быстрорастущего инструмента для любого бизнеса виртуальным рынком сбыта товаров и услуг. Интернет носит революционный характер по отношению к обществу, ведь благодаря большому количеству обращений, использование сайтов социальных сетей в маркетинговой деятельности – один из мощных инструментов для обращения на рынке товаров и услуг. Большим плюсом играет то, что осуществление деятельности маркетинга в сети Интернет в среднем на четверти дешевле, чем использование существенных форм и методов.

Проанализировав различные источники, мы пришли к выводу, что наличие в Интернете различных медиа-ресурсов, в особенности нового типа, позволило не только привлечь внимание и наладить контакт, но и перевести общение с потребителями и партнерами на новый уровень. Несомненно, Интернет служить как инструмент по продвижению рекламы, а если учитывать тот факт, что внушительная часть населения по всему миру пользуется им (в среднем пользователи Интернета проводят около 8 часов в день), то производители размещают свою рекламу в социальных сетях. Интернет привлекает все больше пользователей со всего мира путем сочетания в себе различные средства массовых коммуникаций, инструменты финансовых операций, которые несут потенциал для любого бизнеса. Помимо этого, нужно учитывать, что рекомендации и советы друзей и близких с большей скоростью распространяются именно в социальных сетях, поэтому это вдвойне выгодно для производителей [4].

По нашему мнению, главной характеристикой Интернета является интерактивность, или возможность обратной связи/взаимодействия. Интерактивность Интернета и его технические возможности позволяют хранить неограниченные объемы информации создают идеальные условия для поиска, сбора, организации и распространения информации, в том числе и коммерческой. Но доступность Интернета более ограничена по сравнению с традиционными средствами коммуникаций. Интернет представляет собой собрание web-сайтов, которые создаются различными компаниями в целях организации доступа на эти сайты многочисленных пользователей Интернета. Компании могут создавать в Интернете как виртуальные магазины, функционально ничем не отличающиеся от обычных, так и представительские сайты рекламно-информационного характера.

Всероссийский центр изучения общественного мнения (ВЦИОМ) 12.02.2018 представил данные исследования о том, сколько россиян в декабре 2017 пользовались интернетом. Всего интернет - пользователей - 80% опрошенных. Ежедневно выходят в Сеть - 64%, несколько раз в неделю - 11%. Фонд «Общественное мнение», 05.10.2017 представил отчет о количестве пользователей интернета в России летом этого года (слитый массив данных всех опросов 19,5 тыс. респондентов, проходивших в июне, июле и августе). Всего пользователей (выходили в Сеть не реже 1 раза в месяц) - 70% от всех россиян 18 лет и старше или 81,8 млн чел. Ежедневно пользуются интернетом - 60% или 70,4 млн чел (весной и зимой 2017 было 61%) [19]. Помимо этого, согласно данным прогноза, основанного на статистике за 2010-2015 гг., число пользователей социальных сетей в 2016 г. должно достигнуть 2,13 млрд., что на 1,16 млрд. больше, чем в 2010 году, а к 2018 году ожидается, что их количество остановится на отметке практически 2,5 млрд. чел. [20].

Как отмечает Хубулова Т.Д., различные компании для продвижения своего товара активно используют маркетинговые коммуникации в социальных сети, где самым популярным является создание сообществ бренда, работа с блогосферой, репутационный менеджмент и другое [14]. В целом социальная сеть – это социальная структура, которая представляет собой группы узлов, представляющие собой социальные объекты (люди, группы людей, организации) и связь между ними, обладает рядом преимуществ: популярность среди всех возрастных групп, максимальных охват молодежи, возможность детальной сегментации целевой аудитории, достижение различных маркетинговых целей. С момента своего появления, социальные сети активно используются для предоставления потребителям рекламы, которая в свою очередь предназначена для: повышения узнаваемости (раскрутки бренда) путем «сарафанного маркетинга»; привлечение на сайт конверсионного трафика; увеличение хвата потенциальных покупателей путём рассказа о различных акциях.

Бочкова Е.В. считает, что реклама в социальных сетях делится на:

1. Контекстная реклама- самый популярный, недорогой и эффективный маркетинговый инструмент в интернет среде – объявления показываются с содержанием web-страницы
2. Баннерная реклама – размещенные на тематических сайтах и системах поиска графические изображения, нажимая на которые пользователь переходит на сайт рекламодателя
3. SEO или поисковая оптимизация представляет собой комплекс мер, направленных на выведение сайта в первые позиции поисковых систем по определённым ключевым фразам
4. E-mail-реклама подразумевает передачу информации о товарах и услугах до целевой аудитории через электронную почту.

Реклама в мобильных приложениях – относительно новый способ интернет-рекламы, взаимодействующий с операционными системами на базе ios и android [2].

На сайт SmartMedia представлены следующие виды реклам, которые используются при раскрутке социальных сетей:

- Таргетированная реклама – предназначена для размещения, где целевая аудитория представлена лучшим образом. Однако такой рекламы мало и необходимо ее использовать в совокупности с другими видами реклам.
- Партизанский маркетинг – контакт с потребителем устанавливается напрямую (люди доверяют отзывам больше, чем рекламе). Затем создается вымышленный аккаунт, где происходит общение с пользователем сообщества, создается имидж, популярность и определенная степень доверия, где в конечном итоге «партизан» высказывает мнение о том или ином продукте.
- Вирусный маркетинг –подходит для распространения вирусных роликов в специализированных социальных сетях («YouTube» или «RuTube») [21].

По материалам исследований Слугиной Ю. Н., мы выявили, что социальные сети можно представить в виде wiki-ресурсов, социальных закладок, сетевых сообществ, форумов, сайтов с отзывами и рейтингами, блогами, сетевыми играми. Распространение таких социальных сетей, как «Facebook», «Twitter», «YouTube» в значительной мере повлияло на деятельность предприятий. Социальные сети разделяют на массовые, хостинги фото и видео, тематические, и их активно

применяются в маркетинге в качестве адресных каналов, позволяющих маркетологам вести постоянный двусторонний персонифицированный диалог с каждым потребителем для увеличения осведомленности, знания, приверженности, интереса, намерения купить, совершения пробных покупок, удовлетворения, кросс-продаж, удержания и пропаганды своих продуктов, услуг, идей [12].

Рынок социальных сетей включает в себя большое количество сайтов. Массовые социальные сети (Одноклассники, Twitter, Вконтакте, Facebook,) предназначены для общения интернет – пользователей, тематические социальные сети (LinkedIn, Last.fm) имеют особую направленность общения. Другие социальные сети предназначены только для общения через комментирование фотографий, видео (Instagram, YouTube, Foursquare, Flickr). В настоящее время не менее 63% владельцев частного бизнеса используют социальные медиа в качестве каналов для продвижения и решения прочих бизнес задач. При правильном использовании SMM – специалистом данных видов социальных сетей, позволяет компании направлять свое маркетинговое сообщение целевой аудитории и тем самым учитывать прибыль. Следует указать, что популярность социальных сетей можно подтвердить растущими темпами рекламной прибыли. На сайте «Российский бизнес-журнал» мы выяснили, какие социальные сети пользуются большей популярностью в России, что можно представить в виде таблицы 1 [11].

Таблица 1

Самые популярные социальные сети в мире в 2017 году, млн. человек

Социальная сеть	Ежемесячная аудитория
Facebook	1968
WhatsApp	1200
YouTube	1000
Facebook Messenger	1000
WeChat	889
QQ	868
Instagram	600
QZone	595
Tumblr	550
Twitter	319

Исследуя научные источники, мы выявили, что к преимуществам социальных сетей можно отнести то, что при социальных сетях имеют возможность выхода на международный рынок; применение трекинга, что в свою очередь дает возможность проводить анализ поведения посетителей, модернизировать сайт и продукцию исходя из отзывов. К ряду преимуществ относят круглосуточную доступность и гибкость, оперативность распространения и получения информации и быструю обратную связь с целевой аудиторией путем комментариев, отзывов, которые совмещают в себе доступность общения на удаленных географических объектах. Но Чугунова Н.Ю. отмечает, что в последние годы процесс проектирования и разработки сайтов претерпел существенную трансформацию, связанную с появлением новых парадигм мышления читателей – пользователей глобальной сети. Большое влияние на структуру и дизайн веб-страниц оказывают изменения, происходящие и в экономике, и в сфере культуры, и в формировании коммуникаций между интернет- пользователями [15].

Как указывает Слугина Ю.Н., во время работы маркетинговых коммуникаций в социальных сетях могут возникать некоторые проблемы, которые связаны с некорректным выбором целевой аудитории и площадок социальных сетей, отсутствие квалификационных кадров, которые могут управлять процессом маркетинговых коммуникаций, со стороны компаний, соблюдением регулярности работы в социальных сетях, помимо этого должна быть сбалансированность контента, способного заинтересовать широкую аудиторию и сделать из нее последователей бренда и в конечном итоге постоянным потребителем продукта. Маркетинговые

коммуникации в социальных сетях хорошо работают в комплексе с другими инструментами, но подходят они не для всех рынков и потребителей [12].

В любой сфере есть и негативные стороны, которые не исключены и в маркетинговых коммуникациях, связанных с социальными сетями.

Таблица 2

Проблемы и неточности в работе и «раскрутке» компании в социальной сети

Проблемы	Характеристика
Ошибочный выбор целевой аудитории и социальных сетей.	Многие пользователи социальных сетей зарегистрированы не в одной социальной сети
Недостаток компетенций во время работы с социальными сетями	Негативное отношение целевой аудитории к компании, что может привести к ухудшению показателей деятельности
Регулярность работы с социальными сетями	Работа требует определенной регулярности, так как аудитория привыкает к периодичности получения информации
Баланс контента развлекательного и информационного характера	Новости могут восприниматься как спам, что влечет к потере целевой аудитории

Маркетинговые коммуникации на сегодняшний день являются как самый эффективный метод по продвижению товара на рынке. К достоинствам можно отнести следующее: контент сохраняется на многие годы, поэтому к нему можно обращаться в любое время. Но не смотря на это, традиционные методы (ТВ, пресса, радио) остаются в приоритете, но и они стремятся к интерактивности, запуская онлайн ресурсы, создавая страницы в социальных сетях. По данным сайта Tass.ru, который провел статистику объема Интернет-торговли в РФ на 2017 год, можно видеть, что объем вырос на 22% по сравнению с аналогичным периодом 2016 года и составил 498 млрд руб., говорится в совместном сообщении "Почты России" и Ассоциации компаний интернет-торговли (АКИТ). АКИТ прогнозирует, что по результатам 2017 года доля трансграничной торговли в обороте интернет-торговли в России составит 37%, или 420 млрд руб. [22].

Итак, маркетинговые коммуникации- это средства связи, которые возникают между потребителем и фирмой посредством воздействия рекламы, которая используется в социальных сетях, с целью побудить целевую аудиторию к покупке той или иной продукции. Перспектива использования социальных сетей для продвижения продукта на рынке растет с каждым днем, а вместе с тем происходит увеличения товарооборота товара. Используя социальные сети можно быстро распространять информацию благодаря «сарафанному радио», когда любой потребительский отзыв и комментарий (положительный или отрицательный), оставленный одним пользователем, может быть катализатором для другого пользователя и, как следствие, побуждать к выбору (отказу) той или иной компании, бренда, товара, услуги. В целом сетевые коммуникации обладают такими возможностями обеспечения людей через удовлетворение общественных и индивидуальных потребностей путем взаимодействия в сети Интернет; осуществления быстрого взаимодействия; мобилизации человеческих и финансов ресурсов в сжатые сроки; совместного решения проблем социума или человека.

Список литературы:

1. Бакланова Е.М. Эволюция инструментов и методов маркетинговой коммуникации в сети Интернет // УНИВЕРСИТЕТ им. В.И. ВЕРНАДСКОГО. №2(46). 2013. С. 155-159
2. Бочкова Е. В., Лим А. И. Классификация интернет-рекламы и её роль в продвижении предприятия // Научно-методический электронный журнал «Концепт». –2017. –№ S19. С. 25-33

3. Голубкова Е.Н. Интегрированные маркетинговые коммуникации: учебник и практикум для академического бакалавриата / Е. Н. Голубкова. — 3-е изд., перераб. и доп. — М.: Издательство Юрайт, 2017. - 363 с. — (Серия: Бакалавр. Академический курс).
4. Жучков В.В., Алтунина Ю.О. Преимущества использования социальных сетей в маркетинговых коммуникациях // Успехи современной науки и образования. 2017, Том 1, №1. С 196.
5. Котлер Ф., Келлер К. Л. Маркетинг, менеджмент. 12-е изд. Спб. : Питер, 2007. С.389
6. Кусина О.А. Социальные сети как эффективный инструмент маркетинга в индустрии встреч// Креативная экономика. — 2013. — № 1 (73). — с. 118-123
7. Ключева Е. С. Интернет-брендинг как инструмент маркетинговых коммуникаций / Е. С. Ключева // Траектория науки. 2015. Т.1. № 2–3. С. 3–5
8. Русин В.Н. Современный маркетинг – вариативность видов и сотрудничество с потребителем // Научные труды Вольного экономического общества России. 2016. Т. 198. С. 196 – 201
9. Романов А.А., Панько А.В. Р 69 Маркетинговые коммуникации / А.А. Романов, А.В. Панько. — М.: Эксмо, 2006. — 432 с. — (Прицельный маркетинг).
10. Разноглазова А.К. Тренды маркетинговых коммуникаций в социальных сетях // Инновационная наука. 2016. №11-1. С. 152
11. Российский бизнес-журнал [Электронный ресурс]. URL: ресурс]. URL: <http://www.rosbj.ru> (дата обращения: 27.03.2018)
12. Слугина Юлия Николаевна Маркетинговые коммуникации в социальных сетях: проблемы и перспективы // Финансы: Теория и Практика. 2015. №2 (86). С 132.
13. Степановой Т.А. [«Научно-практический электронный журнал Аллея Науки» №1(17) 2018. С.15
14. Хубулова Т.Д. Осуществление маркетинговых коммуникаций в социальных // European Student Scientific Journal. – 2013. – № 2. С. 26].
15. Чугунова Н.Ю. Инструменты повышения эффективности интернет- коммуникаций в маркетинговой деятельности организации // Вестник Хабаровского государственного университета экономики и права. 2017. № 4–5. С 90-91
16. Шуклина З.Н. Формирование новых потребностей и спроса на инновации // РИСК: Ресурсы, информация, снабжение, конкуренция. 2015. № 2. С. 76-80.
17. Шуклина З.Н. Доминанта клиентоориентированности в маркетинге инноваций // Современное общество и власть. 2015. № 1 (3). С. 113-116.
18. Щетинина Е.Д. Маркетинговые коммуникации: учебное пособие / Щетинина Е.Д., Стариков М.С., Дубино Н. В., Козлова Н.В., Пономарева Т.Н., Микалут С.М., Потимко А.М. – Белгород: Издательство БГТУ, 2012
19. BIZHIT [Электронный ресурс]. URL: http://www.bizhit.ru/index/users_count/0-151 (дата обращения: 16.03.2018)
20. 1Dougnon, R. Inferring social network user profiles using a partial social graph // Journal of intelligent information systems. 2016 №2. P. 313 – 344
21. SmartMedia [Электронный ресурс]. URL: <http://www.smart-media.ru> (дата обращения: 26.03.2018)
22. Tass.ru [Электронный ресурс]. URL: <http://tass.ru/ekonomika/4554953> (дата обращения: 26.03.2018)

Об авторах

Сентяй А. П., студентка 2 курса, направление подготовки «Экономика»;

Шуклина З.Н., научный руководитель, доктор экономических наук, профессор кафедры таможенного дела и маркетинга финансово-экономического факультета Брянского государственного университета имени академика И.Г. Петровского.

РОЛЬ МАЛОГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА В УСЛОВИЯХ ГЛОБАЛИЗАЦИИ ЭКОНОМИКИ

Сергееенкова Е. А.

Научный руководитель - Полесская О.П., к.э.н., доцент кафедры экономики и управления.

ФГБОУ ВО «Брянский государственный университет имени академика И.Г. Петровского»

В настоящее время мировая экономика шагнула далеко вперед, для её характерно усиление интернационализации и глобализации. Глобализация мировой экономики способствует увеличению доли малого бизнеса как основного источника социально-экономического развития страны. В данной статье изучается вопрос функционирования субъектов малого бизнеса в условиях глобализации мировой экономики.

Ключевые слова: глобализация, малый бизнес, предпринимательство, политика поддержки малого предпринимательства.

Малый бизнес представляет собой один из главных секторов экономики стран, и во многом определяет темп экономического роста, состояния занятости населения, структуру и качество валового национального продукта. Развитие малого предпринимательства отвечает общемировым тенденциям к формированию гибкой смешанной экономики, сочетанию разных форм собственности и адекватной им модели хозяйственности, в которой реализуется сложный синтез конкурентного рыночного механизма и государственного регулирования крупного, среднего и мелкого производства. Малое предпринимательство - основа рыночной экономики.

На современном этапе развитие мировой экономики характеризуется высокими темпами глобализации. Процесс глобализации подразумевает под собой интернационализацию социальных, экономических, политических, а также культурных процессов. Глобализация характеризуется качественным изменением содержания всех видов деятельности современного общества. Отдельные авторы определяют глобализацию как процессы технологической (в том числе информационной), экономической, культурной и политической интеграции человечества, в связи с чем, в корне меняется мироустройство и мировой порядок.

В настоящее время почти каждая страна старается не отставать от быстро развивающихся процессов интернационализации и глобализации экономики. Участие в них разрешает как насущные экономические проблемы, так и помогает активно войти в мировые технологические потоки, эффективно использовать и осваивать опыт зарубежных организации и производств.

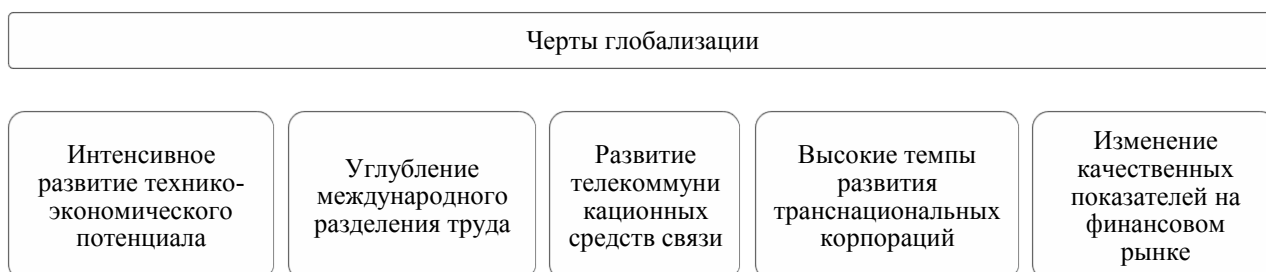


Рисунок 1 «Черты глобализации» [2, с. 104]

Как известно в условиях глобализации малые предприятия мобильны, более гибкие в условиях изменения конъюнктуры рынка, и поэтому быстрее реагируют на экономические изменения в стране, и являются источниками занятости для значительной части населения. Только малый и средний бизнес, стремясь получить заказы, проявляет себя более конкурентоспособным в отличии от крупных организаций.

В развитии конкурентоспособности страны большую роль играет малый бизнес. Основные характеристики малого бизнеса:

- 1) высокая гибкость организаций;
- 2) высокий уровень мотивации к осуществлению инновационной деятельности;
- 3) узкая специализация организаций;
- 4) склонность к риску;
- 5) высокая производительность труда;
- 6) низкие издержки производства.

В таблице 1 представлены показатели малого предпринимательства в разных странах.

Таблица 1 «Показатели малого предпринимательства в разных странах»

	Доля субъектов малого предпринимательства, %		Средний удельный вес занятых в малом бизнесе, %		Доля малого бизнеса в экспорте, %	
	2010	2016	2010	2016	2010	2016
Россия	41	46,4	21	26,3	39	42
США	97	98,4	59	63	38	42
Страны ЕС	98,2	98,2	72	74,5	69	73

Исходя из данных таблицы, можно сделать вывод о том, что, уровень развития страны и степень ее конкурентоспособности на мировом рынке напрямую зависит от доли малого бизнеса в хозяйстве страны.

Стоит отметить, что в целом глобализация мировой экономики обеспечивает хорошие условия для развития малого бизнеса, но, она может привести и к неблагоприятным последствиям.

Неблагоприятными последствиями глобализации развитие субъектов малого бизнеса являются:

1. неравномерное распределение преимуществ глобализации между национальными экономиками;
2. увеличение конкуренции на мировом рынке;
3. постоянно изменяющаяся конъюнктура рынка;
4. быстрые темпы развития технологических и инновационных процессов.

По статистике 68% малых предприятий США заканчивают свою деятельность в первые 5 лет своей жизни, в Японии – 62%, а ЕС в первые 10 лет прекращают свою деятельность 60% предприятий. В Российской Федерации ситуация хуже, уже на второй год своего существования 73% предприятий останавливают свою работу.

Можно выделить факторы, предопределяющие необходимость изменения условий функционирования субъектов малого бизнеса при глобализации. Такие факторы делятся на внутренние и внешние [3, с. 112]. К внутренним факторам относятся:

1. некачественное управление в организациях,
2. низкий уровень собственных оборотных средств,
3. высокая степень износа оборудования,
4. трудности в подборе квалифицированного персонала.

Внешние факторы, в свою очередь, могут быть условно разделены на национальные и мировые. К национальным относятся:

1. существующие проблемы в нормативно-правовой базе,
2. высокие темпы инфляции,
3. низкий уровень финансовой поддержки субъектов малого предпринимательства,
4. высокая арендная ставка и т.д.

К мировым внешним факторам относятся:

1. рост издержек, связанных с выходом предприятия на мировой рынок,
2. ужесточение политики протекционизма,
3. последствия финансово-экономического кризиса,
4. увеличение конкуренции на мировом рынке,
5. увеличение валютных и политических рисков.

Для обеспечения устойчивого развития малого бизнеса в условиях мировой глобализации экономики в большинстве странах проводится политики поддержки субъектов малого предпринимательства. А чтобы данная политика была наиболее эффективна, часто используются экономические методы:

1. вычет части прибыли организации из налогообложения;
2. инвестиционный налоговый кредит;
3. метод «патентное окно»;
4. налоговые каникулы;
5. инвестиционная налоговая скидка

Для того чтобы увеличить экспортный ориентир субъектов малого предпринимательства, большинство стран применяет различные инструменты, а именно:

1. увеличение кредитных обязательств,
2. предоставление экспортных кредитов и их страхование,
3. субсидирование предприятий-экспортеров,
4. освобождение от пошлины, торговые льготы

В условиях глобализации мировой экономики наиболее часто используются методы стимулирования развития инновационного потенциала, объединение субъектов малого предпринимательства с крупными предприятиями.

В настоящее время нужно развивать инновационные возможности предприятия, следует уделять особое внимание производству качественной и экологичной продукции для повышения уровня конкурентоспособности предприятий малого бизнеса. В Российской Федерации требуется усовершенствовать нормативную базу регулирования предпринимательской деятельности.



Рисунок 2 «Основные направления совершенствования нормативной базы»

Для более положительных условий работы малых предприятий нужно использовать такие инструменты, как: приватизация государственной собственности, способствующая повышению роли частного сектора в экономике страны; расширение льгот для малого бизнеса; расширение каналов финансирования; содействие установлению межфирменных контрактов; повышение квалификации персонала [1, с. 7].

В таблице 2 отображены основные показатели деятельности малого предпринимательства в России.

Таблица 2. Показатели деятельности субъектов малого предпринимательства в России

	2005	2010	2016
Число предприятий, тыс. шт	979,3	1644,3	2103,8
Среднесписочная численность работников, тыс. человек	8045,2	9790,2	10789,5
Доля занятых в малом бизнесе, %	16,7	21	26,3
Оборот предприятия, млн. руб.	9633,6	18933,8	26392,2
Доля оборота малых предприятий, %	26,4	27,4	30,2
Инвестиции в основной капитал, млрд. руб.	120,5	520,3	664,4

Доля инвестиций в основной капитал, %	3,4	7,2	4,9
Экспорт, млрд. долл.	1,2	3,3	7,2
Экспорт, %	32	39	42

Из таблицы 2 следует, что в 2016 году доля занятых в малом бизнесе в общей численности занятого населения увеличилась на 9,6% по сравнению с 2005 годом. Доля оборота денежных средств субъектов малого предпринимательства за 11 лет (2005-2016 гг.) возросла на 3,8%. Удельный вес экспорта малых предприятий за 2005-2016 год вырос на 1,5%.

Подводя итоги выше сказанного, можно заметить, что именно малый бизнес является более мобильным, именно он обеспечивает занятость населения и приводит к высокому уровню развития инновационных технологий и экспорта. Но в тоже время, малые предприятия более уязвимы в отношении негативных моментов, которые происходят в нашей стране. Поэтому со стороны государства должна осуществляться поддержка субъектов малого предприятия.

Список литературы:

1. Баткилина Г.В. Малое предпринимательство: тенденции развития и государственной поддержки //Экономика и политика, 2014. № 8.
2. Нацыпаева Е.А. Рост конкуренции как одно из последствий вступления России в ВТО //Наука и общество. –2013. -№3. –С. 102-106.
3. Жулина Е.Г., Бушуев А.Н., Жданов С.А. Развитие теории, методологии и управления организацией в условиях интенсивных трансформаций внешней среды –Саратов: Саратовский социально-экономический институт (филиал) «РЭУ им. Г.В. Плеханова». –2016. –184 с.

Об авторах

Сергеенкова Екатерина Александровна, студентка Брянского государственного университета имени академика И.Г. Петровского.

Полесская Ольга Петровна, научный руководитель, кандидат экономических наук, доцент кафедры экономики и управления Брянского государственного университета имени академика И. Г. Петровского.

СЕТЕВОЙ МАРКЕТИНГ В ЭПОХУ ЦИФРОВОЙ ЭКОНОМИКИ

Сидорина Т. Н.

Научный руководитель - Шуклина З.Н., д.э.н., профессор кафедры таможенного дела и маркетинга

ФГБОУ ВО «Брянский государственный университет имени академика И.Г. Петровского»

В статье рассмотрены проблемы, преимущества и недостатки сетевого маркетинга в эпоху цифровой экономики, уточнены понятия цифровой экономики, сетевого маркетинга, определены направления применения МЛМ на практике, выявлены тренды развития интернет-маркетинга в России. Авторы исследовали работу сетевых компаний и проанализировали тенденции развития, качество продукции, отношение потребителей, в т. ч. отзывы о товарах на примере компаний Avon и Herbalife. В статье выявлены характерные черты МЛМ, например, наличие дистрибьюторов, использование медийной и контекстной рекламы, социальных сетей для продвижения, и достоинства, к которым можно отнести наилучший способ для внедрения продукции на рынок, право на пользование качественной продукцией и т.д. В ходе проведения анализа сетевого

маркетинга были выявлены проблемы и недостатки, такие как возможность обмана, высокая стоимость продукции, растущий уровень конкуренции и др.

Ключевые слова: Маркетинг, сетевой маркетинг, сеть, цифровая экономика, дистрибьютор, интернет-маркетинг, информационная индустрия.

В современном мире коммерческая и социальная жизнь невозможны без маркетинга, который представляет собой емкое, широкое, рыночное, многофункциональное понятие, включающее доктрину и философию бизнеса, этику делового общения, методологию и концепцию управления рыночным поведением, особую деятельность по поиску и удовлетворению потребностей покупателей или клиентов [7]. В силу важности и огромной роли маркетинга в публикациях можно встретить самые разные взгляды и определения, начиная с требований к рынку, со способности продавать, осуществлять экономическую деятельность и завершая всеобщим знанием об отношениях и удовлетворении потребностей. Так, маркетинг Цино Давидовф утверждал, что надо не переставать любить своих Клиентов. Его мнение разделяет Мицуаки Симагути, который уверяет, что «современный маркетинг – это любовь к своим потребителям, удовлетворение их запросов».

Мы исходим из того, что маркетинг - это социально-экономическая категория, обладающая очень емким содержанием. Там, где возникает взаимодействие и взаимовлияние нужды, потребности, спроса и предложения, всегда есть место маркетингу. Следовательно, главной базовой целью маркетинга является поиск клиентской потребности или клиента и удовлетворение ее. Современное значение маркетинга связано с клиентами, поведением на рынке, взаимодействием с живыми людьми, их нуждами, мнениями, потребностями, комфортом и лояльностью [8].

Экономическое развитие невозможно без расходования ресурсов для удовлетворения потребностей. В связи с этим в экономике возникает проблема ограниченности ресурсов. Люди не ограничены в своих потребностях, в то время как ресурсы, с помощью которых они удовлетворяются, ограничены, а с исполнением одной потребности у человека появляется множество новых, которые потребитель будет стремиться также воплотить в реальность. Целью маркетинга как раз и является удовлетворение этих безграничных нужд в условиях неограниченных ресурсов [2].

По-новому можно воспринимать и использовать маркетинг в условиях цифровой экономики. Харченко А. А. и Конюхов В. Ю. определяют цифровую экономику как экономическую деятельность, построенную на основе электронной коммерции, а также электронного денежного обмена. «Как правило, под данными терминами подразумевают работу электронных сервисов, ориентированных на реализацию электронных товаров и услуг, зачастую с обменом электронными деньгами между участниками электронных сделок» [6, с. 17]. Сам термин «цифровая экономика» был введен для разъяснения преимущества новой экономики, использующей информационно-коммуникационные технологии для ускорения экономических процессов.

С развитием общества и внедрения информационных технологий, к числу которых можно отнести Интернет, цифровые фотокамеры, передачу сигналов без искажения, съемные носители и т. д., происходит модернизация товаров и услуг, предоставляемых потребителям. Изменения произошли в торговле, обеспечив динамику рекламе, поставкам и расчетам. Совершенствование произошло и в банковской сфере: возникли онлайн-банки, размещающиеся на наших компьютерах и в смартфонах, с помощью которых мы можем перевести денежные средства другу или родственнику, не выходя из дома. Появился портал Госуслуги, позволяющий в режиме онлайн осуществлять оплату за ЖКХ, оплатить штрафы, записаться в ГИБДД, подать заявление на получения паспорта. [3].

Результатами цифровой экономики являются не только разработка и продажа программного обеспечения. Развивающийся процесс рынка информации непосредственно взаимодействует с цифровой экономикой, что ведет к преобладанию информационной индустрии в экономике, а вместе с этим растет инновационность и наукоемкость. Повышение степени

открытости программного и аппаратного обеспечений по праву считается главной причиной, которая стимулирует общественную информатизацию. Интенсивность роста бизнеса разработки программных продуктов оказала большое воздействие на динамичность развития рынка информации [2].

С точки зрения Кулика А. М., Корякова Д. П. и Рожанской А. Г., «информация является главным фактором производства в современном мире, которая раскрыла огромные возможности качественного экономического роста благодаря неограниченности коммерческих площадок в Интернете; снижения издержек производства; развития интернет – торговли, финансовых бирж; появления виртуальных предприятий и «цифровых долин»; многократности использования одних и тех же ресурсов» [4, с. 62].

Особое место в экономике занимает сетевой маркетинг (МЛМ). По мнению Лесных Ю. Г. и Фотенко А. А., «за 70 лет своего существования сетевой маркетинг сильно эволюционировал. Деятельность организаций, применяющих методы сетевого маркетинга, зачастую привлекает внимание и вызывает споры в обществе. Сегодня сетевой маркетинг является мощной предпринимательской индустрией и имеет четко отлаженную систему бизнеса, основанную на дубликации опыта успешных людей, и преподносящую каждому возможность обрести финансовую независимость» [5, с. 71].

Дьяков С. А. и Цубер Д. С. дают такое определение сетевому маркетингу: «это набирающее обороты, актуальное планирование бизнеса, связанное с продажей товаров. Главным участником выступает простой потребитель – дистрибьютор, так компания - производитель осуществляет продажу своих товаров через сеть подчиненных. Дистрибьютор – это не просто работник, он в тоже время является создателем нового бизнеса, но уже своего собственного. Занимаясь распространением продукции, принадлежащей производящей организации, вознаграждается платой в процентном выражении от принесенной прибыли и привлеченных к сети людей» [2, с. 18].

Европа и США давно используют такой вид деятельности, регулирующийся законами. В России сетевой маркетинг появился не так давно, около 20 лет назад. Следовательно, введение этой деятельности в законные рамки является главной проблемой сейчас. Первый раз наша страна столкнулась с МЛМ в 1989 году, когда шло первоначальное распространение дистрибьюторами компании "Herbalife" [1].

Во всем мире сейчас более 5000 компаний работают в системе МЛМ. Прогнозировалось, что до 2015 года число МЛМ-компаний в мире вырастет до 30.000. Если в конце восьмидесятых в индустрии сетевого маркетинга работало около 5 миллионов, то сейчас эта цифра стремительно перевалила более 20 миллионов человек, распространяющих по всему миру около 25 тысяч наименований продуктов и услуг. Каждые 2 секунды в МЛМ появляется новый дистрибьютор. МЛМ-бизнес является одним из наиболее бурно развивающихся с ежегодным приростом мирового товарооборота индустрии от 20% до 30%. Темпы его роста соответствуют темпам роста телекоммуникаций, программного обеспечения и фармацевтики [4].

Если рассматривать то, что дает нам МЛМ, то, с позиции Вешневой И. В. и Федоровой А. Е., «за 6-8 часов, а иногда за 10-12 работы в Интернете можно получать за сетевой маркетинг действительно приличные деньги, которые на обыкновенной работе просто так не получишь, а занимаясь обычным линейным бизнесом ты будешь пахать гораздо дольше, чем 6-8 часов в день, а иногда 10-12, заниматься этим бизнесом можно в большей степени из дома» [1, с. 129].

В динамике темпы МЛМ увеличивались, начиная с 1980 года, когда тысячи компаний стали использовать сетевой маркетинг для продвижения на рынок своих товаров. В ассортименте сетевиков оказались самые разнообразные товары: страховые полисы, предметы бытовой химии, пластиковые карты, украшения, посуда, компьютеры, мини-тракторы и многое другое. Схему сетевого маркетинга стали использовать и крупнейшие компании, такие как: FORD, Colgate, Master-card, Canon, Lipton, Coca-cola, Toyota, Panasonic и многие другие флагманы бизнеса [3].

На основании рейтинга мы выявили, что первое место в сетевом маркетинге занимает компания Amway, продажи которой составляют 9,50 млрд долларов, а в 1960 году было всего 500 тысяч долларов. Avon в этом рейтинге занимает второе место, уровень продаж меньше на 3,34

млрд долларов, составляя 6,16 млрд долларов. Тройку лидеров замыкает Herbalife, продажи которой достигают 4,47 млрд долларов. Десятка сетевых компаний, пользующихся высоким спросом, заканчивается на NuSkin, чей уровень продаж намного меньше, и составляет 2,25 млрд долларов [6].

Сетевой маркетинг имеет определенный ряд правил, включающих равенство всех; взаимопомощь; минимальные затраты при вхождении; наличие остаточного дохода; структура пирамиды. Если рассматривать элементы, которые включает МЛМ, то следует отметить следующие:

- медийная реклама;
- контекстная реклама;
- поисковый маркетинг и SEO;
- социальные сети для продвижения;
- прямой маркетинг с использованием e-mail, RSS и т. п.;
- вирусный маркетинг;
- партизанский маркетинг;
- интернет-брендинг;
- e-mail-маркетинг [5].

Основными бизнес-моделями интернет-маркетинга являются: бизнес-бизнес (B2B) и бизнес-потребитель (B2C). B2B состоит из компаний, которые делают бизнес между собой, а B2C осуществляет прямые продажи конечному потребителю. Также есть третья, менее популярная модель — потребитель-потребитель (C2C), где обычные пользователи интернета продают товары друг другу [4].

Если выделить эффективные приемы в работе сетевиков, то следует обратить внимание на два принципиальных критерия: инструменты, которые используются в традиционном бизнесе; инструменты, которые применимы для интернета. К первой категории относятся всем привычные визитки, листовки, газеты, книги, диски и другое. Интернет-пространство дает более развернутые возможности, позволяющие применять МЛМ технологии достаточно обширно. К числу таких инструментов следует отнести: сайты; блоги; социальные сети; скайп; email; форумы; тематические порталы и др. [5].

Интернет-маркетинг, который набирает популярность в условиях современного бизнеса, обладает рядом весомых преимуществ. К ним можно отнести экономию средств компании, упрощение её выхода на международный рынок, относительно равные условия борьбы за рынок, как у крупных, так и у малых компаний, а также чёткая статистическая картина эффективности маркетинговой кампании. По мнению Зайцевой А. А., «если сравнить сетевой бизнес с классическим, то на первое место выходит принцип остаточного дохода» [3, с. 71].

Таблица 1

Характерные черты сетевого маркетинга

Достоинства	Недостатки	Принципы
1. Право на пользование качественной продукцией без оплаты рекламы и других посреднических расходов	1.Возможность столкнуться с мошенниками	1. Принцип равенства для всех – отсутствие начальников, увольнений
2. Получение устойчивого дохода с помощью создания сети дистрибьюторов	2. Высокая стоимость продукции	2. Принцип помощи другим людям - является очень важным, помогая другим людям, можно стать богатым
3. Наилучший способ для внедрения продукции на рынок	3. Негарантированность дохода	3. Принцип малой стоимости вхождения в бизнес с прекрасными программами обучения – помогает достичь

		цели
4. Независимость карьерного роста от личных отношений с вышестоящими спонсорами и руководителями компании	4. Высокая степень конкуренции	4. Принцип остаточного дохода – продолжительное получение денег за однократную работу
5. Высокие темпы карьерного роста и роста заработной платы	5. Отрицательное восприятие сетевого маркетинга обществом	5. Принцип пирамиды
6. Частичное отсутствие требования начального капитала с целью получения первого заработка	6. Возможное отсутствие дохода в первое время работы	
7. Отсутствие финансового риска	7. Вынужденное регистрирование предпринимательства и уплата налогов	

МЛМ по объективным причинам имеет и сторонников, и критиков. Статистика позволяет проследить, что в сетевом маркетинге у предпринимателей в обороте находится 184 млрд долларов в год, а в общей сложности в индустрии МЛМ насчитывается около 103 млн человек. Как правило, 65% сетевого маркетинга приходится на сегменты бьюти-косметики и продуктов Wellness. Отличие МЛМ заключается в том, что длительные отношения с клиентами обычно выстраивают не сами компании, а каждый дистрибьютор отдельно. Их качественный результат работы зависит от выстраивания персональных отношений и заинтересованности потребителей.

К 2018 году отмечены определенные циклические сложности в сетевом маркетинге, сдерживающие темпы и активность предпринимателей. Все больше людей стараются избегать контактов и не покупать продукцию, продаваемую с помощью МЛМ. Следует учитывать, что при заказе товаров по низкой цене потребитель не может быть полностью проинформирован о его качестве, посмотреть, потрогать его, ощутить, что затрудняет принятие решения о покупке. Возрастает недоверие к сетевому маркетингу со стороны покупателей, также люди боятся быть обманутыми. Некоторые компании с помощью квалифицированных психологов используют незащищенность и внушаемость женщин, пожилых людей, совершают мошенничество, продавая некачественный товар или бесполезный товар.

В качестве примера мы оценили работу косметической компании Avon Products, являющейся одной из крупнейших в мире. Компания занималась прямыми продажами, но сейчас лишилась множества торговых представителей и не сумела модернизировать ассортимент, разработать стратегию развития. Как оказалось, Avon уже на протяжении нескольких лет находится в неустойчивом состоянии, страдая от валютных скачков. Известно, что за последние пять лет компания потеряла 85% своей рыночной стоимости, распродала почти весь свой бизнес в США [8]. Если оценивать экономическое состояние Avon, то в 2017 году «выручка сократилась на 0,04%, до 5,716 млрд долларов, продажи снизились на 0,25% в годовом выражении — до 5,565 млрд долларов [10].

Таблица 2

Характеристика преимуществ Avon

№	Преимущества	Пример
1	AVON - компания №1 в области прямых продаж	В 2006 и в 2007 г. авторитетный журнал Fortune включал Avon в список Компаний «вызывающих восхищение».
2	AVON имеет огромный опыт	Благотворительные программы Avon

	поддержки женщин по всему миру	беспрецедентны по масштабу. Средства, полученные от продажи товаров Программ «Вместе против рака груди» и «Скажем нет домашнему насилию», помогают спасти тысячи жизней.
3	Косметика AVON эффективна и безопасна	В научно-исследовательском центре Avon в г.Сафферне создаются новейшие инновации и ежегодно производятся до 1 000 новых рецептур. Эффективность каждой подтверждается строгими тестами.
4	Косметика AVON продается в более чем 100 странах мира	Данную продукцию можно найти в Великобритании, Украине, Беларуси и др. странах.
5	Каталог AVON выходит 17 раз в году	Каждые три недели в России каталог печатается тиражом более 3 500 000 экземпляров.
6	Каждую секунду в мире продается одна губная помада AVON	Avon - один из лидеров мировой индустрии красоты.
7	С момента своего основания AVON предоставляет 100% гарантию качества	Возможность вернуть не понравившейся товар подтверждает высокий уровень сервиса и качества продукции.
8	AVON - одна из самых узнаваемых торговых марок в мире	Компанию представляют знаменитые голливудские актрисы Риз Уизерспун и Салма Хойек, певица Ферджи.
9	AVON стала первой компанией, представившей на массовом рынке средства с фруктовыми кислотами в конце 80-х	До сих пор компания остается лидирующей компанией-инноватором.
10	AVON знает, что хочет женщина	В апреле 2009 года высокий уровень качества продукции, профессионального здоровья и безопасности, а также экологического менеджмента на заводе Avon в России были подтверждены сертификатами соответствия международным стандартам ISO и OHSAS.

Косметическая компания пытается наладить связи с определенными сегментами, которые характеризуются невысокой платежеспособностью, заинтересованностью в дешевой косметике, аксессуарах, возможностью посмотреть образцы и получить товары прямо на дом или на работу [12]. Начали предприниматься меры по изменению системы взаимодействия компании с торговыми представителями: возрастает их комиссия, ускоряется процесс оформления заказов. Вместе с этим косметическая фирма настроена на конкуренцию с Amway и Herbalife. Однако идет увеличение негативных отзывов потребителей о продукции Avon. Люди ожидают от товара в соответствии с его описанием большего, но при первом же использовании разочаровываются, а вскоре у них пропадает доверие к товару этого производителя. Но есть и хорошие отзывы клиентов, которые остались довольны тем, что они приобрели. Например, если рассматривать отзывы о геле для душа Avon с ароматом сочной груши, то одни потребители пишут о том, что данный продукт не сушит кожу и приятно пахнет, а другие указывают на отсутствие запаха этого фрукта и наличие химии в больших размерах в составе.

В качестве яркого примера можно привести также международную компанию Herbalife, которая занимается продажей товаров для сбалансированного питания, снижения веса и ухода за внешностью. В ассортименте компании имеются протеиновые коктейли, растительные напитки, комплексы витаминов и минералов, травяные напитки и др. В СМИ и у определенного круга

потребителей сложилось мнение о том, что производитель выпускает вредную продукцию для здоровья, организует секты, активно использует влияние психологов. Хотя виновность Herbalife до сих пор не доказана, компания продолжает свою работу, однако комментарии потребителей о продукции весьма неоднозначны. Мы проанализировали 35 отзывов клиентов в отношении продуктов фирмы и обнаружили, что 60 % составляют негативные, связанные с тем, что товары, приобретенные у производителя, плохо повлияли на их здоровье или вовсе не оказали какого-либо результата. Покупатели продукции ожидали снижение веса, улучшение здоровья, но не получили всего того, что обещает Herbalife. Мы можем отметить и наличие положительных отзывов, в которых отмечен достигнутый результат. Под влиянием отзывов в результате работы «сарафанного радио» и определенных недоработок компании многие потребители просто боятся пробовать эту продукцию. Можно предположить, что данная продукция может подходить не каждому, может отличаться и результат от применения товаров. Есть доказательства, что компания Herbalife не является компанией прямых продаж, но фирма работает, прибыль растет, так «отчет после закрытия рынка показал, что Herbalife заработала в первом квартале 2017 года 85.2 миллионов» [11]. Рост прибыли может быть связан с увеличением продаж клиентам, которые ранее пользовались продукцией, а также с расширением доли компании и распространением продукции в крупных странах.

Таким образом, МЛМ – это реализация товаров и услуг, основанная на непосредственном, прямом взаимодействии продавцов с потребителями, что в условиях развития цифровой экономики сопровождается использованием новых технологий и приемов влияния на клиентов. Интернет позволяет распространять товар, услуги по всему миру, снижая при этом издержки.

Список литературы:

1. Дьяков С.А., Цубер Д.С. Агрессивный маркетинг, как аспект конкурентной борьбы. // Финансы, денежное обращение и кредит: фундаментальные и прикладные научные исследования сборник научных трудов по материалам I международной научно - практической конференции. 2016. С. 18 - 22.
2. Зайцева А. А. Сетевой маркетинг: плюсы и минусы // Вопросы науки и образования. 2017. №-5 (6). С. 70-72.
3. Кулик А. М., Коряков Д. П., Рожанская А. Г. Цифровая экономика как экономика нового технологического поколения // Научно-технический прогресс как фактор развития современной цивилизации. 2017. С. 61-64.
4. Лесных Ю. Г., Фотенко А. А. Цифровая экономика как экономика будущего // Актуальные аспекты управления затратами в сетевом маркетинге // Новейшие тенденции в науке и образовании. 2017. С. 70-75.
5. Харченко А. А., Конюхов В. Ю. Цифровая экономика как экономика будущего // Молодежный вестник ИРГТУ. 2017. №-3 (27). С. 17.
6. Шуклина З.Н. Доминанта клиентоориентированности в маркетинге инноваций // Современное общество и власть. 2015. №-1 (3). С. 113-116.
7. Шуклина З. Н. Формирование новых потребностей и спроса на инновации // РИСК: Ресурсы, информация, снабжение, конкуренция. 2015. №-2. С.76-80.
8. Жертва красоты: как сетевой гигант Avon оказался на грани краха [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <https://ria.ru/economy/20171021/1507250661.html>.
9. Avon в 2017 г получила чистую прибыль в \$20 млн против убытка годом ранее [Электронный ресурс]. –Режим доступа: <https://news.rambler.ru/business>
10. Оборот Herbalife более 1 млрд долларов, а прибыль растет[Электронный ресурс]. –Режим доступа: <http://www.dv.ee/novosti/2017/05/05>

Об авторах

ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВО В СЕТИ ИНТЕРНЕТ

Ситкина А.Н.

Научный руководитель - Полесская О.П., к.э.н., доцент кафедры экономики и управления.

ФГБОУ ВО «Брянский государственный университет имени академика И.Г. Петровского»

В статье рассматриваются проблемы интернет-продаж в Российской Федерации. Выявлены основные вопросы и актуальность данной темы. Проанализирован интернет-рынок России, его недостатки и перспективы развития. На основе данных об интернет-торговле, сделаны выводы об интенсивном развитии электронной коммерции и приведены факторы, способствующие росту интернет-бизнеса.

Ключевые слова: интернет-торговля, маркетинг, сфера, услуга, статистика, импортзамещение.

В настоящее время нельзя представить жизнь современного человека без интернета. Гаджеты плотно вошли в нашу жизнь и стали вещами первой необходимости. Внедрение инновационных технологий в экономику, производство и все сферы общественной жизни послужило появлению интернет-торговли. Интернет-торговля представляет собой предпринимательскую деятельность по продаже товаров и услуг с использованием сети Интернет. Успех деятельности таких магазинов зависит от контакта с покупателем и качества товара и услуг. Основным источником прибыли онлайн-предпринимателя – это интернет-продажи, показатель которых влияет на развитие и благосостояние интернет-магазина.

Электронная коммерция опосредствует расширенное воспроизводство на материальной основе. В данной сфере повышается доступность информации и происходит ее преобразование в товарные формы.

Электронная торговля означает для фирмы укрепление ее конкурентных позиций на рынке. При этом в сферу деятельности фирмы попадает практически вся территория земного шара. Важным фактором укрепления интерактивного бизнеса в целом и электронной торговли в частности является оперативность сделки. Виртуальный магазин, работая все 24 часа в сутки, способен быстро и адекватно реагировать на запросы покупателей, у которых поиск нужной информации может занять менее одной минуты.

Первый интернет-проект в России стартовал в 1998 году, люди с опаской относились к приобретению продукции через сеть, им психологически комфортно было поехать в магазин и купить там товар. Сейчас это вполне обыденное дело для большинства покупателей. По данным исследователей, более 20 миллионов человек совершают онлайн-покупки за месяц.

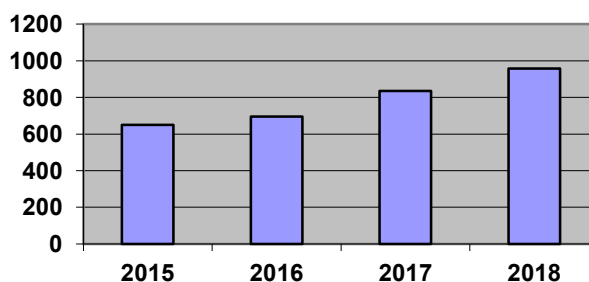


Рисунок 1 - Объем рынка интернет-торговли России, млрд рублей [3]

Уровень интернет-продаж влияет на перспективу развития сетевого магазина. Определяется он с помощью таких критериев как анализ посещаемости сайта, что позволяет оценить моменты «взлетов» и «падений» для выявления их причин и работы над устранением проблем, и средний чек заказа, данные которого способствуют развитию стратегии по улучшению показателя, например, предложение купить дополнительный товар со скидкой или общую скидку за сумму заказа.

На данный момент многие магазины РФ смогли закрепить свою позицию и получить большое распространение среди клиентов (таблица 1). Количество интернет-магазинов, действующих в Рунете, достигло 23,9 тыс. По данным исследования рынка разработки сетевых магазинов, проведенного компаниями "Рейтинг Рунета" & CMS Magazine, SimilarWeb и InSales, подавляющее большинство интернет-магазинов за последние 5 лет было создано в сфере B2B-оборудования, в связи со спецификой индустрии, где имеют место штучные продажи, ранее не предусматривающие готовых технических решений. [3]

Таблица 1

Оценка работы крупнейших интернет-магазинов России [3]

Магазин	Онлайн-продажи, млн. рублей	Количество заказов, тыс.	Средняя стоимость одного заказа, руб.
Exist	35700	4150	8600
Юлмарт	15900	2550	6200
Wildberries	14000	9650	1500
Ситилинк	9900	1350	7300
Lamoda	9900	1950	4600
М.Видео	8300	690	12000

В настоящее время рынок электронной торговли в России находится на стадии развития, темпы которого снизились в связи со сложной экономической ситуацией и санкциями.

Говоря о важных тенденциях в сфере интернет-торговли, директор по работе с розничными сетями Nielsen Дмитрий Шевцов отметил, что онлайн и офлайн сегодня стали «дорогой с двухсторонним движением». Активность онлайн-потребителей по всему миру распространяется, в первую очередь, на поиск информации, сравнение цен и поиск выгодных предложений. Сейчас часто изучают информацию онлайн, собирают некоторые купоны, и потом уже делают покупку офлайн.

Аналогичного мнения придерживается и директор практики Supply Chain фирмы Deloitte Вардан Гаспарян. По мнению эксперта, покупатель изменился, он стал очень информированным. Существует от 6 до 13 разных способов поиска товара, сейчас уже очень сложно отследить потребителя, он может найти информацию в планшете и проверить ее. Вся работа магазинов с консультантами может оказаться бесполезной, поскольку потребитель больше доверяет своему телефону. Гаспарян, отметил, что в ближайшем будущем особенному испытанию подвергнется феномен лояльности брендам. [4]

Как подчеркнули многие выступающие, на повышенную активность потребителей в online-сфере также повлиял и сам экономический кризис. Люди теперь делают покупки более осознанно, планируют их, ищут скидки и специальные предложения. Как сказал коммерческий директор Яндекс. Деньги Александр Магомедов, по статистике оплата картой онлайн и офлайн «по сути стали уже сопоставимы». [4]

Подводя итог следует сказать, что активное использование информационных технологий, увеличение объема инвестиций в интернет приводят к быстрому развитию систем электронной торговли, функциональные возможности которых постоянно расширяются и усложняются. Использование интернет-технологий в развитии электронной торговли повышает эффективность и вносит существенные коррективы в организацию торговли товарами и услугами. Важность развития данной сферы подчеркивает как практика, так и множество экспертов. Важно отметить, что наша страна хоть и отстает по показателям в онлайн-бизнесе, но продолжает развиваться и имеет шансы выбиться в лидеры.

Список литературы:

1. Бест, Р. Маркетинг от потребителя / Р. Бэст. – М.: МИФ. - 2015.
2. Веселов А., Горбачев М., Пискунова Н. Интернет-маркетинг и продажи. Как заставить сайт продавать. - Феникс, 2014. - 221 с.
3. Гавриков А. Ключевые цифры интернет-маркетинга. - Справочник Гильдии Маркетологов / Под общей редакцией И.С. Березина. – М. – 2016.
4. Кирьянова, А. Инновационный шоппинг: архаичные магазины требуют обновления - Журнал CNews от 02.07.2015
5. Моисеева, Н. К. Международный маркетинг и бизнес [Электронный ресурс]: учебное пособие / Н. К. Моисеева. - М.: КУРС: НИЦ Инфра-М, 2013. - 272 с.

Об авторах

Ситкина А.Н., студентка 3 курса финансово-экономического факультета, направление подготовки «Социально-культурный сервис», Брянский государственный университет имени академика И.Г Петровского

ВЛИЯНИЕ ВИДЕОБЛОГОВ НА ПОТРЕБИТЕЛЬСКОЕ ПОВЕДЕНИЕ

Федотова К.А.

Научный руководитель - Шуклина З.Н., д.э.н., профессор кафедры таможенного дела и маркетинга

ФГБОУ ВО «Брянский государственный университет имени академика И.Г. Петровского»

Статья посвящена выявлению трендов развития видеоблогов, изучению феномена видеоблогов в Интернет-пространстве на примере бьюти-блогов, являющихся интерактивными интернет-дневниками, с помощью которых автор выкладывает регулярные видеозаписи от своего имени, выступая в роли рассказчика, комментатора или эксперта по тому или иному вопросу. В статье сравниваются различные виды видеоблогов, подчеркивается влияние видеоблогов на поведение пользователей, анализируются типы поведения и выделяются комментарии к видеозаписи.

Ключевые слова: Видеоблоги, блогеры, видеоблогеры, традиционные СМИ, социальные сети.

Интернет-реклама в России развивается стремительно в связи с активным внедрением информационных технологий и расширением охвата пользователей, так по данным АКАР, за 2017 год российский рынок интернет-рекламы вырос на 18%. С ростом спроса на рекламу растет и количество продуктов, упрощающих работу с ней, появляются новые сервисы, с помощью которых можно прорекламировать свой продукт у видеоблогеров — интернет-звезд нового

формата и поколения. По данным Google Trends, популярность видеоблогеров в мире выросла в четыре раза с 2012 по 2016 год. Аудитория сайта YouTube даже в России опережает «Первый канал» и ТНТ по количеству просмотров, а число подписчиков наиболее известного в мире видеоблогера PewDiePie — в четыре раза больше всего населения Швеции. [11]

Общепринятого определения такому явлению как «видеоблогинг» пока нет в связи с недавним появлением и развитием этого явления. Если рассмотреть слово с позиции этимологии, то становится ясно, что в общем, под этим понятием подразумевается блог в видеоформате. Слово «блог» происходит от английского weblog, что означает «интернет-журнал» или «интернет-дневник». По сути, блог – это интернет-ресурс, где автор с определенной периодичностью пишет изображения или объекты мультимедиа. От традиционного дневника блог отличается тем, что имеет сторонних читателей и предоставляет возможность обсуждения опубликованного материала [4].

Волгапов К., CEO продюсерского центра Players, к видеоблогерам причисляет «тех блогеров, которые регулярно снимают видеоконтент на ту или иную тему для больших социальных площадок. В первую очередь это те, кто делает ролики на YouTube». В компании VSP Group термин «видеоблогер» понимают шире и стараются избегать, поскольку он подразумевает «ежедневные видеоматериалы определенной тематики, а таких форматов очень мало у видеосоздателей». Поэтому в команде предпочитают использовать слово «креаторы», по аналогии с английским словом creator, то есть создатель видеоконтента. [4]

Видеоблоги — это реалити-шоу нашего времени. По аналогии с ТВ и шоу-бизнесом, популярные блогеры формируют общественное мнение, вкусы и желания. Если раньше все бросались покупать платье или кроссовки, которые носит любимый певец или модель, то сейчас молодежь ориентируется на своих YouTube-кумиров [4]. Основные виды видеоблогов мы представили в таблице 1.

Таблица 1.- Виды видеоблогов [8]

Виды блогов	Содержание	Отличительная черта
Бьютиблог (Beautyvlog)	Видеоблог о красоте и уходе за собой, где рассказывается, как правильно нанести макияж, какой косметикой лучше пользоваться, какие косметические процедуры помогут решить ту или иную проблему и т.п.	Сегмент бьютиблогов превосходит все остальные по количеству контента и блогеров.
Лайфстайлблог (Lifestylevlog)	Личный дневник	Блогер делится насущными проблемами, рассказывает о прошедших событиях дня, о планах и волнующих его темах.
Игровой блог	Направление, популярное среди геймеров, посвящено онлайн - и видеоиграм.	Форматы: - Обзор видеоигр – критический анализ новых игр по различным характеристикам. Преобладает юмористическая форма ведения блога. - Летсплей (Let'splay)- Летсплейщики просто играют в определенные компьютерные игры на камеру и сопровождают происходящее смешными комментариями, пытаясь сделать так, чтобы прохождение игры было увлекательным для зрителей.
Обзоры	Вирусные видео	Концепция многочисленных видеоблогов этого

вирусных видео		направления пришла из США, а именно из шоу Рэя Уильяма Джонсона (Ray William Johnson) под названием Equals Three.
Блог путешественника (Travelvlog)	Жанр для профессиональные путешественники, чтобы делиться с окружающими своими впечатлениями от посещения новых мест	Стремясь сделать видеоблог интереснее для зрителя, некоторые из них выбирают формат, предполагающий выживание в чужой стране/городе при ограниченном количестве денег.
Социальные эксперименты	Проведение социальных экспериментов	Сравнительно новое направление, которое, по мнению представителей VSP Group, «на сегодняшний день является самым активным трендом, хотя бы в русскоязычном секторе». Начало ему положила команда Rakamakafo. Каждый день создается масса каналов, которые пытаются заниматься подобной деятельностью.
Политический видеоблог	Организация политической рекламы	Первой среди европейских руководителей собственный видеоблог создала канцлер Германии Ангела Меркель, имеют блоги лидер консервативной партии Великобритании Дэвид Кэмерон, Джордж Буш -младший, глава Ирана Махмуда Ахмадинежада, Дмитрий Медведев

В настоящий момент популярность видеоблогов такого рода заметно снизилась, так как многие политические лидеры со временем перестали вести видеоблоги, а те ресурсы, что сохранились до настоящего момента, больше напоминают новостные сводки с участием автора. В значительно меньшей степени на видеохостингах представлена кулинарная, спортивная, научная тематика, видеоблоги о машинах, технике, рыбалке, о воспитании детей и прочие узкопрофильные направления. Существование и развитие видеоблогинга во многом наличием постоянной аудитории. Но если говорить о развлекательном контенте – таком, как лайфстайл-блоги, юмористические обзоры, блоги путешественников, то их аудиторией в основном становятся подростки[14].

Волгапов К. (Players) отмечает, что на протяжении последних несколько лет аудитория видеоблогов не изменилась. Если раньше она состояла почти лишь из подростков 13–17 лет, то на данный момент существенно расширилась за счет студентов (18–24 года). В настоящее время аудитория видеоблогеров – это дети и молодежь, взрослой аудитории (30+) на YouTube пока еще мало. Волгапов также считает, что не только видеоблогинг, а вообще все тренды, которые появляются в интернете, сначала идут от детской аудитории. И лишь в дальнейшем приходит более взрослый контингент [7].

Геллер А. (VSP Group) утверждает, что наша молодежь (10-12 лет) уже не знает, что такое телевизор. Он в принципе ей не нужен, она потребляет информацию совершенно по-другому. Подростковая аудитория живет и смотрит на вещи иначе. Это та аудитория, вместе с которой растут наши блогеры. Детский интерес основывается на иллюзии близости видеоблогера и возможности заглянуть в его приватную жизнь. Сами блогеры не сильно отличаются от своей аудитории по возрасту, социальному статусу, при этом являются неординарными личностями, обладают харизмой. По сути, для зрителей просмотр их видеоблогов – это форма общения [4].

Как считает Шапошников М. (VSP Group) по большому счету подростки бывают в тех же местах, где и сами блогеры, устраивают тусовки, посещают различные мероприятия. И когда блогер показывает им свою жизнь, закулисную, которую как бы никто не видит, это всегда является интересным. Почему очень много молодых блогеров заметно продвинулось? Потому что они со своими зрителями на одной и той же волне.

Мы обратили внимание, что многие американские исследователи Мэгги Гриффис (Maggie Griffith) и Зизи Папачарисси (Zizi Papacharissi), специализирующиеся на изучении социального и политического эффекта новых медиа, рассматривают явление видеоблогинга в контексте теории И. Гоффмана. Драматургическая социология исходит из того, что все люди в жизни играют как на сцене, сменяя маски в зависимости от ситуации. «За кулисами» мы остаемся наедине с собой и снимаем маску, превращаясь в себя настоящего[7]. Взрослая аудитория видеохостингами тоже пользуется, но цели преследует иные. Для них это информационные ресурсы, где можно найти ответы на серьезные профессиональные или личные вопросы. И, как отмечает Шапошников М., взрослые люди намного лучше втягиваются в общение, «причем не хейтеровское общение: они не просто ругаются или ставят лайки, а общаются на различные темы». На данный момент уже существует довольно большое количество видеоблогеров, которые создают «взрослый» контент, но высокой популярности пока обрести им не удастся.

Конон В., утверждает то, что видеоблогинг как в русскоязычном секторе интернета, так и по всей стране развивается лавинообразно. К 2018 году в Youtube существует более ста русскоязычных блогеров, аудитория которых стало больше миллиона. Пользователям интересно мнение, которое высказывает тот либо другой блогер, у них есть возможность задать автору вопрос в комментариях, высказаться, уличить во лжи, поставить лайк или дислайк. Политолог Шульман Е. называет этот феномен “новой прозрачностью”: интересующая информация достаётся и распространяется мгновенно, поэтому в силу этой прозрачности важным ресурсом для блогеров становится доверие зрителей и, следовательно, встаёт вопрос о репутации блогеров, что, в свою очередь, заставляет самих блогеров следить за репутацией друг друга. [2]. Это немилосердная высококонкурентная среда, где каждый сам за себя и борется за своего зрителя, а обсуждение репутации конкурента становится элементом шоу.

По мнению Будановой Ю. на ранних этапах большинство видеоблогеров начинали свои каналы просто как хобби или развлечение. Они даже предположить не могли, что станут настолько популярными. Теперь эти люди зарабатывают миллионы, украшают обложки журналов, выпускают книги и собственные линии товаров, снимаются на телевидении и в кино.[10] Практически у каждого известного бренда есть опыт работы со звездами социальных сетей. Взаимодействие с популярными в сети героями оправдано данными их влияния на аудиторию:

- рекомендация о бренде или товаре, полученная напрямую от блогера, воспринимается на 63% эффективнее, чем из классических каналов онлайн-маркетинга;
- подобная рекомендация почти на 40% усиливает принятие решения о покупке. [9]

В случае с малым и средним бизнесом при сотрудничестве с блогером в первую очередь важен не охват, как у крупных брендов, а целевой трафик, лояльность аудитории, повышение узнаваемости и непосредственные продажи. Всё это могут дать современные возможности видеоблогеров, и, что важно учитывать с точки зрения бизнеса, число переходов (CTR) с просмотров варьируется от 0,5% до 4%, а то и 8%, что считается высоким рекламным показателем [1].

По мнению Гайка Мкртчяна, руководителя Blueberry agency: С помощью рекламы в видеоблогах владелец бизнеса, маркетолог или представитель рекламного агентства может решить следующие бизнес-задачи:

- Стимулирование сбыта.
- Повышение узнаваемости бренда.
- Репутационная отстройка от конкурентов.
- Формирование лояльности к бренду.
- Информирование о выходе нового продукта.
- Привлечение участников промоакции[12]

Как считает Сапак В.С., специалист в области рекламы, в настоящее время происходит интенсивное двухстороннее взаимодействие, точнее даже совместная работа на выгодных условиях, блогеров с традиционными СМИ. Данный процесс осуществляется согласно следующим тенденциям: или контент, формируемый видеоблогером, превращается в публикацию, или

личность самого блогера делается «продуктом» в целях привлечения интернет аудитории и оказывать влияние на потребительское поведение [13].

Потребительское поведение – это система социальных действий, направленная на удовлетворение потребностей человека. Виды потребительского поведения мы представили в таблице.

Таблица 2 - Виды потребительского поведения

Вид	Характеристика
Покупатель - консерватор	Смысл в том, что человек покупает товары, потому что они отвечают его ценностям: семья, дом и пр.
Покупатель- коммутатор	Человек покупает товары, но они не важны ему, а важен процесс покупки, общение, поэтому много шоппоголиков,
Выбирающий покупатель	Выбор сам по себе является благом, есть люди, которые любят выбирать долго и упорно, проявляя настойчивость, требовательность, и этим повышая свою значимость
Покупатель-исследователь	Любит пробовать новые товары, оценивая их полезность для себя, всегда ориентирован на новое
Покупатель-бунтовщик	Клиент покупает товары, которые запрещены или иррациональны. Например, такой человек может купить значок Навального 2018 и расхаживать по улице, раздражая работников полиции.
Покупатель-актуайзер	Стремится покупать только лучшие имиджевые товары, которые рассчитаны на очень высокий доход, что подчеркивает статус, улучшает имидж

Опираясь на проведенные полуструктурированные интервью с пользовательницами бьюти-блогов, Багина Я., Кочервей А., Нарьян С. проводят анализ смыслов, которые вкладывает аудитория в просмотр бьюти-блогов, описывают особенности следования советам, которые они получают из данного источника информации, причины просмотра бьюти-блогов, основания доверия бьюти-блогерам и их информации. С одной стороны, основаниями доверия в данном случае являются личные качества блогера, поскольку он либо она воспринимаются не только лишь как эксперты, которые разбираются в вопросах красоты и ухода за собой, но и как друг либо подруга [2].

С иной стороны, основой доверия советам бьюти-блогеров является правдивость информации, профессиональность бьюти-блогера, а в том числе о нем ближайшего окружения пользовательницы. В результате пользовательские поведенческие паттерны устанавливаются несколькими видами доверия: личным и безличным (персонифицированным и институциональным). Были определены 4 вида покупок, которые совершаются женщинами под воздействием советов бьютиблогеров: импульсивные, по потребности; обдуманные, по потребности; импульсивные, по рекомендации; обдуманные, по рекомендации[9]. Просмотр бьюти-блогов является одновременно причиной чрезмерной траты денег в результате появления у их пользовательниц новых потребностей и способом сэкономить денежные средства, сделать наиболее рациональный выбор из большого количества подобной косметической продукции. Ключевые слова: бьюти-блоги, видеоблоги, YouTube, косметическая продукция, потребительское поведение, доверие, пользователи блогов, основания доверия бьютиблогерам Набирающую обороты популярность бьюти-блогеров, ведущих свои каналы на YouTube, можно назвать общемировым трендом. Такие бьюти-блоги пользуются огромной популярностью, оказывая огромное влияние на потребительское поведение[2].

Видеоблогерам немаловажно постоянно публиковать материалы на собственном канале, для того чтобы удерживать заинтересованность зрителей и заинтересовывать новую аудиторию. В определенной степени этим объясняется наличие видеоблогов, дублирующих телевизионные форматы (ток-шоу, скетч-шоу, шоу обзоров, стенд-апы и т.д.)[6]. По мнению Горошко Е.И.,

специалиста в области кино и телевидения: «В обстоятельствах увеличивающейся популярности аналогичных «передач» в Интернете, многие из них реализуются в телевизионных эфирах. Из числа иностранных видеоблогеров в данный момент становится все более распространенным пробовать себя в различных сферах: снимать кинофильмы для общественного проката, сочинять и публиковать собственные книги, а помимо этого создавать свои радиопередачи и подкасты. Блогеров можно наблюдать на телевидении в качестве приглашенных звезд или ведущих всевозможных церемоний». [4]

Гофман И., специалист по PR и маркетингу, утверждает то, что «videоблогер заинтересовывает собственную интернет-аудиторию в традиционных СМИ, в тот момент как традиционные СМИ могут помочь видеоблогеру продвигать себя и собственный контент между оффлайн аудитории (публику, слушателей, читателей)». По мнению Антонова Белого, PR-менеджера, блоги уже давно превратились в средство общественной информации и готовы влиять на сознание собственной аудитории. Добившись конкретного уровня популярности, видеоблогеры начинают заниматься разработкой и выпуском своей подарочной продукции, которую они в некоторых случаях применяют в собственных видеоматериалах в качестве скрытой рекламы. Более того, большие коммерческие компании стали взаимодействовать с видеоблогерами и пользоваться их каналами связи с населением в маркетинговых и рекламных целях, понимая, то, что у них довольно многообещающая публика [3].

Прозоров В.В. указывает на то, что рекламное объявление, органично встроено в контент, видится скорее как предложение от значимого для конкретной аудитории человека. Общественные сети не только проявляют мощное воздействие на число просмотров, но также играют большую роль в формировании видеоблогером определенного контента для собственного блога. Комментирование непосредственно под видеороликом, как и встречные посты в соцсетях, обширно используется блогерами в целях проведения конкурсов. Общение в реальной жизни, за пределами интернет пространства, дает возможность зрителям-пользователям лично познакомиться с видеоблогером, получить шанс узнать его с иной стороны.[7]

Как утверждает Фабристов А. Н., руководитель технической дирекции фестиваля Видфест, на данном этапе формирования и популяризации видеоблогов в Российской Федерации и обществе имеются специальные YouTube-конвенции, фанатские встречи и прочие тематические мероприятия. Оффлайн-общение дает возможность автору не только лишь применять дополнительный канал связи с аудиторией, но предоставляет возможность самим зрителям-пользователям найти для себя единомышленников за пределами Интернета [8]. Но невозможно сказать, то, что прямое взаимодействие на встречах и конвенциях целиком изолировано, так как блогер одновременно проводит активную документацию событий в камеру с возможной последующей публикацией отснятого материала у себя на канале [10].

Итак, видеоблог, как продукт творческой деятельности блогера, обладает природой диалога, так как автор, создавая материал, ориентируется именно на своего собеседника, точнее зрителя-пользователя по другую сторону экрана. Важными коммуникативными элементами на канале являются: заголовочный комплекс, присутствие в видео интро- и аутро-ролика, систему оценивания «лайк-дислайк» и возможность комментирования под видео. Сотрудничество блогеров со СМИ и участие в рекламных проектах является доказательством того, какое огромное воздействие они оказывают на потребительскую аудиторию. Таким образом, из всего вышесказанного можно сделать следующий вывод, бьюти-блоги пользуются большой популярностью и оказывают значительное влияние на потребительское поведение.

Список литературы:

1. Афанасьева Ю.Л. Влияние рекламы в социальных сетях на потребительское поведение молодежи // Общество и наука, 2017. №1. С. 50.
2. Багина Я А., Кочервей А.И., Нарьян С. К. Восприятие видеоблогов и потребительское поведение (на примере бьюти-блогов) // ИНТЕР. 2017. № 13. С. 96-107.

3. Бодрийяр Ж. Общество потребления. Его мифы и структуры. М: Республика; Культурная революция, 2006. – С. 45.
4. Дозорова К.Д.: Влияние интернета на изменение потребительского поведения пользователей. // Наука. Общество. Государство 2018. №4. С. 6
5. Мамутова Д.С. Блоги как форма общественной коммуникации // РИНЦ: Вестник Воронежского государственного университета серия: филология, журналистика, 2012. №2, С. 188-190.
6. Обозная М.В. Влияние видеоблогов на потребительское поведение молодежи // Общество и наука. 2017. №3. С. 60
7. Панюкова В.В. Тренды потребительского поведения // Маркетинг и логистика. 2017. №3. С. 25
8. Фабристов А. Н. Российский видеоблогинг 2015. Роль и значение в коммуникациях в цифровой среде // Видфест. 2015. - С. 5.
9. Шуклина З.Н. Формирование новых потребностей и спроса на инновации // РИСК: Ресурсы, информация, снабжение, конкуренция. 2015. № 2. С. 76-80.
10. Буданова Ю.: Как заказать блогера? Электронный ресурс - <http://mfive.ru/expertise/kak-zakazat-blogera>. (дата обращения 21.02.2018).
11. Миролюбов В.: Реклама в видеоблогах: как упростить работу со звездами YouTube. Электронный ресурс - URL: - <https://vc.ru/22855-epicstars-videoblogs>. (дата обращения 21.02.2018).
12. Мкртчян Г.: Введение в рекламу в видеоблогах. Электронный ресурс - URL: <https://www.likeni.ru/analytics/vvedenie-v-reklamu-v-videoblogakh>. (дата обращения 21.02.2018).
13. Феномен видеоблога: интерактивные ресурсы. Электронный ресурс - http://elibrary.sgu.ru/VKR/2016/42-04-02_004.pdf.

Об авторах

Федотова К.А., студентка 2 курса, направление подготовки «Экономика», Брянский государственный университет имени академика И.Г Петровского

Шуклина З.Н., научный руководитель, доктор экономических наук, профессор кафедры таможенного дела и маркетинга финансово-экономического факультета Брянского государственного университета имени академика И.Г. Петровского.

ТИПИЧНЫЕ ФОРМЫ ПРОЯВЛЕНИЯ ТЕНЕВОЙ ЭКОНОМИКИ НА ВНЕШНЕЭКОНОМИЧЕСКОМ УРОВНЕ

Фомина Т.О.

Научный руководитель - Шуклина З.Н., д.э.н., профессор кафедры таможенного дела и маркетинга

ФГБОУ ВО «Брянский государственный университет имени академика И.Г. Петровского»

В статье сравниваются мнения ученых о причинах теневой экономики, проводится анализ сущности, видов и условий сохранения теневого сектора экономики, прослеживается связь между кризисами и развитием теневого сектора. Автор ссылается на исследования и данные Ассоциации дипломированных сертифицированных бухгалтеров (АССА) и Международного валютного фонда, приводит статистику по России и зарубежным странам.

Ключевые слова: экономика, экономическая система, теневой рынок, теневой бизнес.

В нестабильных внешнеэкономических отношениях, обусловленных политическими и конкурентными влияниями, особенно остро стоит проблематика выявления тенденций теневой экономики. Актуальность изучения темы объясняется тем, что современная экономика

большинства стран, независимо от уровня развития, нестабильна, что связано с переходом от индустриального общества к постиндустриальному, а также изменениями в структуры самой мировой экономики.

В результате в результате такого перехода произошел сильный всплеск опасных форм отношений, например, уклонение от обязательств, деятельность без контрактов, сокрытие деятельности, что представляет собой угрозу. В России проблема теневой экономики должна рассматриваться в связи с наложением кризисов. Первоначально это резко проявилось в переходе от командно-административной экономики к рыночной экономике. В науке есть мнения о том, что теневая экономика формируется при определенных обстоятельствах, когда становится выгодным скрыть свою экономическую деятельность. Существуют различные предпосылки существования тени экономика. Особое место среди них занимают: природные (антропологические), экономические, социально-политические, правовые, социальные.

Учитывая основные формы теневой экономики, мы в первую очередь остановимся на уклонении от уплаты налогов как на наиболее распространенную форму теневых операций. Существует ряд методов для избежания налогов:

- сокрытие объектов налогообложения (неразрешение при учете продажи конкретных продуктов, уничтожение счетов-фактур после покупки товаров и т. д.)
- недооценка стоимости объектов налогообложения (внесение в бухгалтерские документы уменьшенной стоимости продукции, необоснованное списание средств и т. д.)
- сокрытие средств от уплаты налогов с целью неплатежа или наличия задолженности (учет в бухгалтерском учете несуществующей дебиторской задолженности, товаров без предоплаты и т. д.), - незаконное использование льгот (включение неработающих пенсионеров-инвалидов и т. д.) [3].

Международный валютный фонд (МВФ) опубликовал оценку размера теневой экономики в 158 странах. Исследования Леандро Медины из Африканского департамента МВФ и Фридриха Шнайдера из Университета Кеплера (Линц) были опубликованы в серии рабочих документов МВФ в конце января и рассматриваются как первоначальное системное применение последних статистических методов для оценки теневой экономики в 2010-2017 годах [6].

Экономика Российской Федерации рассматривалась как одна из 158 стран, не подчеркивая ее специфику. Средняя оценка «тени» в Российской Федерации в 1991-2015 годах - 38,42% ВВП, оценка на 2015 год - 33,7% ВВП. Для европейской страны, хотя и из Восточной Европы, это чрезвычайно высокая ценность. Аналогичные цифры в основном касаются Пакистана и относительно развитых стран Африки, а в ЕС только Румыния и Болгария имеют такой уровень. В большинстве или наименее развитых странах показатель составляет от 7% до 15% ВВП (США, Нидерланды, Япония, Швейцария, Сингапур).

В то же время для некоторых развитых стран методы необычайно высоки: «теневой» уровень, подобный России, наблюдается для Тайваня, он высокий в Южной Корее (24%, уровень страны ЕС с традиционно очень большими «тень» - Италия) и особенно в Таиланде - 50%), тогда как во Вьетнаме «тень» рассчитывается как очень низкая (18% ВВП) [6]. Уровень «тени» почти монотонно вырос до 48,7% в 1997 году, после кризиса 1998 года он снизился до 40% в течение двух лет и до 2003 года стабилизировался на этом уровне, а к 2008 году упал до уровня 32% ВВП. кризис снова возобновил рост доли «тени» в экономике, после чего он также был эффективно снижен: минимальный показатель «теневой» был зафиксирован в 2014 году, когда он составлял 31%.

Ассоциация дипломированных сертифицированных общественных бухгалтеров (АССА) сообщила, что объем теневой экономики в России составляет 33,6 трлн. Рублей, что составляет 39% от ВВП страны в прошлом году. Согласно этому показателю, Россия занимает четвертое место в мире. По мнению экспертов АССА, наибольший объем теневой экономики по отношению к ВВП страны находится в Азербайджане (66,12%). Затем следуют Нигерия (46,99%) и Украина (46,1%). Пятое место расстроено в Шри-Ланке с показателем 36,46%. Авторы доклада определили три ключевых фактора, определяющих масштабы теневой экономики в России: контроль над коррупцией, «демократическую ответственность» и рост ВВП. Специалисты АССА определяют

теневую экономику как экономическую деятельность и полученные от нее доходы, которые находятся за пределами системы государственного регулирования, налогообложения или контроля [6].

Мишкина С.В., Дмитриев А.А. отмечают, что таможенные нарушения по-прежнему связаны с формой уклонения от уплаты налогов. Чтобы уменьшить таможенных пошлин используются схемы «серого» и «черного» таможенного оформления. В отличие от «белых» схем, когда декларируются все товары и оплачиваются пошлины, «серые» схемы характеризуются искаженными декларациями (стоимость или количество товаров недооценивается, готовая продукция импортируется под видом компонентов или частей и т. д.), а для «черных» схем товары импортируются незаконно (контрабанда) [1].

Шарифанова Л.Ш., Шайхатарова Л.А. отмечает, что нежелание людей платить налоги связано с их неудовлетворенностью фискальной политикой государства. И нехватка налогов не позволяет государству улучшить экономические и социальные условия жизни людей. В результате такого цикла развивается теневая экономика. Широко распространена теневая активность в сфере занятости. Например, бездоговорная аренда на основе устного соглашения, которое чаще всего встречается в небольших частных фирмах, работающих в сфере торговли и личных услуг. Рост теневой экономики в США обусловлен тем фактом, что за последний год в США были напечатаны 3 миллиарда стодолларовых банкнот, как мы знаем, такие крупные счета в основном используются только торговцами наркотиками, уклонистами от налогов, и незаконных торговцев оружием [4].

Что касается Европейского союза в целом, то введение подпольного труда и уклонение от уплаты налогов составляет лишь 19% от общего объема ВВП всей европейской зоны. Но, несмотря на это, масштабы теневой экономики могут отличаться друг от друга. Например, теневая экономика Центральной, Западной и Северной Европы составляет около 10%, в Средиземноморье - четверть от общего ВВП. А в Восточной и Юго-Восточной Европе доля теневой экономики может достигать рекордных 30% [7].

Говоря о путях борьбы с теневой экономикой как в России, так и в других странах, можно сказать, что в России, как и в других странах, значительная сумма платежей осуществляется с помощью наличных денег. Например, в Италии Министерство финансов предложило установить безналичный расчет по сделкам, превышающим стоимость 600 тысяч рублей. Такое ограничение поможет привлечь финансы к реальному сектору итальянской экономики [6].

По мнению Шарифанова Л.Ш., Шайхатарова Л.А., если учесть опыт Соединенных Штатов, можно отметить, что в этой стране, чтобы защитить страну от финансового кризиса, руководство было вынуждено осуществлять крупные - масштабная работа по уклонению от уплаты налогов, связанная с экспортом средств из США и ее преемника размещение за пределами штата. Россия, применяя опыт Соединенных Штатов, заставит банкиров предоставить всю информацию об их собственных счетах и сделках в налоговые органы. Кроме того, налоговые органы будут иметь право потребовать информацию по счетам частных лиц у финансовых учреждений без разрешения суда [4].

Украинцев В.Б., Лепетикова И.Ю. считают, собственно что Латвия, считается государством, в котором уже с давних пор ведется борьба с теневой экономикой. В Латвии руководство страны предпринимает попытки ввести механизм борьбы, базирующийся на сборе всех личных данных о каждом покупателе, который расходует более 2000 долларов наличными за покупки. Этот метод имеет один недостаток. Данная программа будет касаться только резидентов Латвии, что приведет к появлению новой проблемы, связанной с тем, что жители Латвии будут вынуждены договариваться с жителями ближайших стран (Эстония и Литва) или же приобретать товар самим, но за пределами Латвии [3].

Сафонова С.Г., Грузилова А.Н. отмечает, что Россия вошла в пятерку крупнейших теневых экономик, заняв четвертое место в рейтинге, в которое входят 28 стран. Объем России составляет 33,6 трлн. Рублей, или 39% от прошлогоднего ВВП, исследование Международной ассоциации сертифицированных сертифицированных общественных бухгалтеров (АССА), которое посвящено оценке и мониторингу развития глобальной теневой экономики, отмечает в РБК. Показатель теневой экономики в России является одним из самых высоких в мире, он почти на 84% выше, чем

в среднем по миру. Самая большая экономика в тени - только в Украине (46% ВВП, или 1,1 трлн. Грн.), Нигерии (48% ВВП) и Азербайджана (67% ВВП). Пятое место занял Шри-Ланка с показателем 38% [2].

Мишкина С.В., Дмитриев А.А. отмечают, что теневая экономика оказывает стабилизирующее и дестабилизирующее воздействие на экономическую систему. Во-первых, с точки зрения хозяйствующих субъектов оно дает более эффективные формы экономической деятельности. Во-вторых, стабилизирующее влияние теневой экономики проявляется в формировании новых рыночных ниш, а это означает, что оно создает условия для выживания населения в период экономического спада и ухудшения уровня жизни, создавая дополнительные источники доход. В-третьих, он создает финансовую базу для неправительственной социальной деятельности [1].

Таким образом, теневая экономика - это экономическая деятельность, которая скрыта от общества и государства, которое находится за пределами государственного контроля и учета. Неформальная экономика занимает наибольшую долю в структуре теневой экономики в России. Многие экономисты видят причину сокращения малого бизнеса. Можно также отметить, что санкции значительно сократили объем инвестиций не только иностранных инвесторов, но и российских. Все это оказало значительное влияние на масштабы развития неформального сектора. Чтобы стабилизировать экономику государства, необходимо уделить должное внимание решению этих проблем, поскольку они являются ключевыми на данном этапе развития России.

Список литературы:

1. Мишкина С.В., Дмитриев А.А. Теневая экономика в России: основные проблемы и пути их решения // Современные технологии в науке и образовании - сборник трудов II Международной научно-технической и научно-методической конференции: в 8 т.. Рязанский государственный радиотехнический университет. 2017 С. 159-162
2. Сафонова С.Г., Грузилова А.Н. Причины распространения теневой экономики и ее влияние на экономику России // в сборнике: наука третьего тысячелетия Сборник статей Международной научно-практической конференции. Ответственный редактор: Сукиасян Асатур Альбертович. 2016. С. 41-45
3. Украинцев В.Б., Лепетикова И.Ю. Причины и механизм функционирования теневой экономики // Вестник РГЭУ РИНХ. 2017. №1 (57). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/prichiny-i-mehanizm-funktsionirovaniya-tenevoy-ekonomiki> (дата обращения: 19.03.2018)
4. Шарифьянова Л.Ш., Шайхатарова Л.А. Негативное влияние теневой экономики на развитие стран мирового сообщества // Современные научные исследования и инновации. 2017. № 4 [Электронный ресурс]. URL: <http://web.snauka.ru/issues/2017/04/80917> (дата обращения: 11.01.2018)
5. Шуклина З.Н., Сердюк Е., Ю., Коротков Д.И. Современное значение протекционизма на уровне государства // Экономика и социум, 2017, № 1
6. МВФ опубликовал оценку размеров теневой экономики по всему миру. Режим доступа: <https://www.newsru.com/finance/07feb2018/imfassess.html>
7. Объем теневой экономики в России в два раза меньше, чем считают международные аналитики // Российская газета - Федеральный выпуск №7311 (145)

Об авторах

Фомина Т.О., студентка 3 курса 1 группы, специальность 38.05.02 «Таможенное дело», Брянский государственный университет имени академика И. Г. Петровского

Шуклина З.Н., научный руководитель, доктор экономических наук, профессор кафедры таможенного дела и маркетинга финансово-экономического факультета Брянского государственного университета имени академика И.Г. Петровского.

ТИПЫ САНАТОРНО-КУРОРТНЫХ УЧРЕЖДЕНИЙ И ОСОБЕННОСТИ ИХ ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ

Хозяенко В. А.

Научный руководитель - Полесская О.П., к.э.н., доцент кафедры экономики и управления.

ФГБОУ ВО «Брянский государственный университет имени академика И.Г. Петровского

В данной статье идет речь о курортных предприятиях, среди которых выделяются санатории и профилактории, которые оказывают комплексные лечебные медицинские услуги (они могут быть организованы и вне курортных местностей), а также оздоровительные учреждения, использующие преимущественно естественные лечебные факторы

Ключевые слова: санаторно-курортный комплекс, лечебно-профилактические учреждения, санаторий, пансионат, дом отдыха.

Поддержка, укрепление и восстановление здоровья населения в нашей стране на сегодняшний день является одной из наиболее значимых задач государства. Возможность решения, которой в большей степени зависит от состояния санаторно – курортных комплексов России. В современных условиях охрана здоровья населения страны – один из важнейших элементов социально - культурного, и экономического развития государства.

Санаторно - курортный комплекс является межотраслевым объединением различных организаций, которые специализируются на оказании санаторно - оздоровительных и рекреационных услуг. Эти организации располагаются в курортных местностях, и используют, в своей деятельности природно - оздоровительные ресурсы, сохраняя свою видовую специализацию.

Все санаторно-курортные здравницы можно распределить на следующие группы (организационные формы):

1. Пансионат
2. Лечебно-оздоровительный комплекс
3. Санаторий
4. Санаторий со специализированным центром
5. Специализированный санаторий
6. Клинический санаторий.

Учреждение, относящееся к организационной форме «пансионат», представляет собой место комфортного отдыха, расположенное в курортной либо рекреационной зоне, обеспеченное всей необходимой инфраструктурой – корпуса с комфортными гостиничными номерами для проживания, общепит (кафе, столовая, ресторан), выделенные площадки для оздоровительного и спортивного отдыха (спортивные объекты, бассейн, тренажерный зал), парки для прогулок и прочее.

Деятельность пансионата не предусматривает доступа к природным лечебным факторам.

Медицинская деятельность в целом, и санаторно-курортное лечение в частности, в учреждении такого типа не осуществляется, то есть не проводится прием пациентов, постановка диагноза, не назначается и не проводится системное курсовое лечение. Медицинская помощь в пансионате может быть предусмотрена только в экстренных случаях и осуществляется дежурным фельдшером медицинского пункта.

Медицинская лицензия для пансионата не оформляется, либо лицензируется доврачебная медицинская помощь для медпункта (контроль экстренных ситуаций и оказание первичной доврачебной помощи).

Учреждение, относящееся к организационной форме «лечебно-оздоровительный комплекс» (ЛОК), обязательно расположено в курортной или рекреационной зоне, обеспечено

инфраструктурой для комфортного проживания, питания и предоставления традиционных оздоровительных услуг (климатотерапия, тренажерный зал, ароматерапия, кислородный коктейль, фитобар). Желательно наличие бассейна.

Данная форма организации учреждения предполагает, что медицинская деятельность по предоставлению медицинских услуг не является системообразующей для филиала, не служит главным фактором привлекательности и является дополнением к отдыху в условиях курортной либо рекреационной зоны.

Работа здравницы данного типа не предусматривает прямого доступа и системного использования в лечебной работе естественных природных лечебных факторов (минеральной воды, лечебных грязей) [1, с. 136-137].

В лечебно-оздоровительном комплексе осуществляется врачебный прием, проводится лечение в формате санаторно-курортной путевки. Из базовых санаторных медицинских услуг в здравнице применяются аппаратная физиотерапия, лечебный массаж, лечебная физкультура, ингаляции.

В виде единичных услуг в ЛОК могут использоваться отдельные виды бальнео- и грязелечения на основе привозных материалов, концентратов, солей. При этом количество производственных мощностей (оборудования, ванн, кушеток, кабинетов), предусмотренных для осуществления данных видов лечения, значительно меньше численности коечного фонда филиала и не может обеспечить достаточной пропускной способности для массового использования. Единичными процедурами может быть представлено водолечение (ванны, души), а также дополнительные медицинские услуги

различного формата. Лечебно-оздоровительный комплекс имеет медицинскую лицензию, разрешающую осуществлять лечебную работу, в том числе вести врачебный прием и осуществлять курсовое лечение [2, с. 97].

Учреждение, относящееся к организационной форме «санаторий», обязательно расположено в курортной или рекреационной зоне, обеспечено инфраструктурой для комфортного проживания, питания и предоставления традиционных оздоровительных услуг (климатотерапия, тренажерный зал, ароматерапия, кислородный коктейль, фитобар), желательно наличие бассейна.

Для санатория не отдых, а медицинская деятельность по оказанию санаторно-курортных услуг общетерапевтического профиля является главным фактором его позиционирования и рыночной привлекательности.

В соответствии с классическими принципами курортологии санаторий обеспечивает для своих отдыхающих и пациентов сочетание медицинских процедур на основе использования природных лечебных факторов (природных минеральных вод, грязей) и отдыха в климатических условиях курортных и рекреационных зон.

Здравницы этой группы ориентированы на базовые универсальные формы санаторно-курортного лечения, то есть предоставляют возможности для осуществления лечебного воздействия природных лечебных факторов при заболеваниях, относящихся к различным медицинским профилям.

Медицинская лицензия для санатория является обязательной. В основе лечебного воздействия санатория лежит применение основных базовых санаторных методов, которыми должны быть обеспечены все пациенты. К таким методам относятся:

- бальнеотерапия - питьевое лечение и прием минеральных ванн;
- водолечение (ванны и души);
- грязе- и теплолечение;
- аппаратная физиотерапия;
- лечебный массаж;
- лечебная физкультура;
- гало-, спелеотерапия;
- ингаляции.

В санатории осуществляется врачебный прием, проводится комплексное лечение в формате санаторно-курортной путевки.

Допускается, что санаторий может осуществлять бальнео- и грязелечение не только в пределах собственного лечебного отделения, но и путем доставки пациентов в централизованные водо- и грязелечебницы курорта.

С точки зрения возможности применения природных лечебных факторов (минеральной воды) все санатории можно разделить на 2 группы:

1. Санатории, имеющие собственные доступы к природным источникам.

2. Санатории, работающие преимущественно на привозном материале, либо обеспечивающие доставку своих пациентов на источники курорта.

Учреждение, относящееся к организационной форме «санаторий со специализированным центром», с точки зрения традиционных принципов курортологии и климатолечения, должно по месту расположения строго соответствовать целям и задачам лечения профильной патологии. Обязательно наличие инфраструктуры для комфортного проживания, питания, и предоставления традиционных оздоровительных услуг (климатотерапия, тренажерный зал, ароматерапия, кислородный коктейль, фитобар). Обязательно наличие бассейна.

В данном варианте лечебной работы в структуре санатория выделяется отделение, специализированное для лечения пациентов с заболеваниями, относящимися к одному медицинскому профилю. Диагностика и лечение профильной патологии в этом случае становятся дополнительным фактором привлекательности. Структура и оснащение таких здравниц предусматривают использование в лечебной работе не только стандартного комплекса базовых

санаторных услуг, характерных для курортной медицины, но и специального, в том числе высокотехнологичного диагностического и лечебного оборудования, а также обязательное ведение пациентов высококвалифицированными врачами соответствующего профиля.

Прием и ведение пациентов в санатории со специализированным центром осуществляется врачами, имеющими подготовку, как в области конкретной специальности, так и подготовку в сфере курортологии. Обязательно обеспечение методами инструментальной и лабораторной диагностики в соответствии с профилем специализированного центра.

Мощности лечебного отделения санатория должны обеспечивать возможность предоставления базовых санаторно-курортных услуг с использованием природных лечебных факторов, а также проведение всего перечня специальных медицинских воздействий и процедур, предусмотренных специальными профильными медицинскими программами.

Соответственно подразумевается, что в здравнице лечение по специализированному профилю получает только часть пациентов, а все остальные могут получать традиционное санаторное лечение по общетерапевтическому профилю [4, с. 139-141].

Учреждение, относящееся к организационной форме «специализированный санаторий», принимает на лечение исключительно пациентов с заболеваниями одного медицинского профиля. Профильное медицинское направление деятельности становится главным фактором, определяющим загрузку санатория и позиционирование на рынке санаторно-курортных услуг.

По характеристикам медицинской деятельности здравница полностью повторяет особенности санатория со специализированным центром. При этом возможности санаторно-курортного и специализированного лечения профильной патологии распространяются на всех пациентов здравницы.

Медицинская лицензия для специализированного санатория является обязательной.

Отличительной чертой «клинического санатория» является наличие в структуре санатория клинической кафедры. Деятельность научного коллектива, ориентированная на развитие разных направлений санаторно-курортной медицинской помощи, является определяющим фактором развития лечебного учреждения и формирования его рыночной привлекательности.

Принципы организационной структуры такого филиала в целом повторяют все особенности модели санатория со специализированным лечебным центром, либо специализированного санатория и отличаются только наличием кафедры [2, с. 102-103].

Следует отметить, что предложенные названия использованы исключительно в целях управленческого моделирования и не предполагают изменений соответствующих номенклатурных наименований филиалов компании.

Рассмотрев и проанализировав курортную деятельность в России можно сделать следующие выводы: среди курортных предприятий выделяются санатории и профилактории, которые оказывают комплексные лечебные медицинские услуги (они могут быть организованы и вне курортных местностей), а также оздоровительные учреждения, использующие преимущественно естественные лечебные факторы.

При этом нужно учитывать, что они имеют свою специфику в каждом отдельно взятом регионе, на каждом курорте, поэтому зачастую курорты имеют узкую специализацию, собственные оздоровительные методики.

Список литературы:

1. Самарина, В.П. Основы туризма (для бакалавров) / В.П. Самарина. - М.: КноРус, 2016. - 400 с.
2. Гришина, Н.К., Соловьева, Н.Б., Гайдук, С.В. К вопросу о классификации санаторно-курортных учреждений // Бюллетень Национального научно-исследовательского института общественного здоровья имени Н.А. Семашко. 2015. № 4-5. С. 97-105.
3. Лимонов, В.И. Санаторно-курортный комплекс России: состояние, проблемы, перспективы // Финансово-экономическое законодательство и его роль в современных реалиях. Сборник статей международной научно-практической конференции: в 2 частях. 2017. С. 8-12.
4. Лимонов, В.И. Санаторно-курортная сфера как составляющая сферы услуг национальной экономики России // Московский экономический журнал. 2017. № 3. С. 21-24.

Об авторах

Хозяенко В. А., студентка Брянского государственного университета имени академика И.Г. Петровского.

Полесская О.П., научный руководитель, кандидат экономических наук, доцент кафедры экономики и управления Брянского государственного университета имени академика И.Г. Петровского.

ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ ГОСТИНИЧНОГО БИЗНЕСА В РФ

Холина А.М.

Научный руководитель - к.э.н., доцент И.В. Игольникова

ФГБОУ ВО «Брянский государственный университет имени академика И.Г. Петровского»

Согласно данным Всемирной организации исследования туризма, прогнозируется ежегодное развитие гостиничной индустрии в Мире на 4%. Россия в этом многочисленном ряду выглядит еще более привлекательно с точки зрения инвестиций, в том числе из-за ненасыщенности предложений на рынке туристических услуг. В данной статье рассматриваются особенности и перспективы развития гостиничного бизнеса в России

Ключевые слова: гостиничный бизнес, развитие, регион, сервис, туризм, проблемы, перспективы.

Мировая индустрия гостеприимства на протяжении последних лет уверенно удерживает пальму первенства по популярности как у крупных инвесторов, так и у мелких и даже начинающих предпринимателей. Ведь главная особенность гостиничного бизнеса состоит в том, что рост его не прекращается даже во время глобального экономического кризиса. Как бы ни обстояли дела в экономике, а средний класс во всем мире не отказывает себе в путешествиях во время летних и рождественских каникул. К тому же, благодаря глобализации экономики, развиваются и крепнут экономические связи между странами, отраслями и компаниями. Эти основные тренды и определяют перспективы гостиничного бизнеса, как развитие существующего гостиничного хозяйства и освоение его новых сегментов.

Россия – страна, в которой гостиничный бизнес начал развиваться еще много веков назад. Его становление во многом шло в соответствии с местными реалиями, однако владельцы отелей и их прообразов ориентировались и на европейские тенденции. В настоящее время мало что изменилось – перспективы развития гостиничного бизнеса в России по-прежнему в равной степени связаны как с особенностями работы отелей в РФ, так и с европейскими новшествами. И в целом можно утверждать, что эти перспективы весьма радужны.

На сегодняшний день гостиничная индустрия в России развивается очень быстрыми темпами. И для этого есть масса причин, которые, с одной стороны связаны с политической ситуацией в мире, а с другой – с благосостоянием граждан страны.

За последние пять лет наблюдаются ситуации, которые свидетельствуют о нестабильности мирового уклада. К сожалению, получается так, что трагические моменты одних становятся возможностью развития других. Так, туристы, которые предпочитали курорты за границей на протяжении последних лет, теперь меняют свои привычки и отправляются отдыхать на российские курорты.

Террористические акты в ряде самых популярных курортных стран мира тоже стали причиной нежелания туристов их посещать. Многие отели некогда любимых Турции, Египта, Таиланда и других стран пустуют в связи с отсутствием российских туристов. Сегодня они стараются переориентироваться на те страны, которые не вводят запрет на перелеты в эти курортные зоны. Даже те страны, перелет в которые не под запретом для российских граждан, теряют привлекательность, поскольку туристы не испытывают уверенности в завтрашнем дне. На этом фоне возрастает интерес к внутреннему туризму.

Не стоит забывать одну из существенных причин снижения туристического потока за границу со стороны жителей РФ – падение курса национальной валюты. Стоимость заграничного отдыха для россиян за последние годы выросла в пересчете на рубли, поэтому многим стало просто невыгодно покупать туры в страны, еще недавно пользующиеся огромной популярностью. За последние два года показатели внешнего туризма сократились, как минимум, в два раза.

Цены внутри РФ, в том числе и на рынке туристских услуг, также значительно выросли. Однако в туристический сезон стоимость железнодорожных переездов, перелетов при помощи лоукостеров и поездок на автобусах пока удерживается на приемлемом уровне.

В последние годы в стране проводятся и планируют проводиться крупнейшие мировые мероприятия и соревнования музыкального, спортивного, научного и экономического характера. Универсиада в Казани, Олимпийские игры в Сочи, Евровидение в Москве, Экономический форум во Владивостоке и многие другие события дали толчок к развитию гостиничного дела в России. Грядущий Чемпионат Мира по футболу в 2018 году позволил целому ряду городов в стране отреставрировать историческую часть города, строить новые транспортные развязки. Открываются туристические маршруты, отели и мини-гостиницы растут, словно грибы после дождя. Крупнейшие мегаполисы страны выходят на новый уровень гостеприимства, что, безусловно, повышает рейтинг этих населенных пунктов в глазах не только российских туристов, но и гостей из-за рубежа.

Кроме того, внешнеполитическая ситуация также диктует правила поведения. Путешествовать внутри страны стало модным. Средства массовой информации вносят немалый вклад в повышения интереса к городам и селам страны. Целому ряду крупнейших бизнесменов и политиков России запрещен въезд в страны Евросоюза, Японии, США и другие государства. Тем

самым, подавая пример предпринимателям и госслужащим, которые в едином порыве заселяют места для временного проживания российских курортов. Их поведению вторят и обычные граждане, поскольку отдых в России становится престижным.

Разумеется, не стоит забывать и о присоединении Крыма к составу Российской Федерации. Это обстоятельство позволило жителям страны иметь выбор между любимого всем Краснодарским Краем и новым направлением. Крым сегодня является одним из наиболее перспективных мест для организации гостиничного бизнеса в Море. Беспрецедентные инвестиции, строительство Керченского моста, организация бюджетных перелетов, спонсируемых государством для снижения стоимости для потребителей — основные факторы возрастающей в геометрической прогрессии популярности данного направления.

На сегодняшний день в нашей стране набирает свою популярность такое слово, как — «импортозамещение». Это понятие касается всего рынка внутреннего производства товаров и услуг, в том числе и гостиничного дела. Сегодня правительством предпринимаются немалые усилия по созданию более комфортных условий для предпринимателей, инвестирующих свой капитал в гостиничную отрасль. Немаловажную роль, сыгравшую на руку импортозамещению, стали трагические случаи в Египте и Турции — излюбленном месте отдыха жителей России.

Закрытие этих направлений обрушило небывалый поток иностранных туристов на курорты страны. Конечно, к данному развитию событий курортные города не были готовы, поэтому спрос на сегодняшний день превышает предложение, даже несмотря на снижение потребительской способности людей. Как следствие, растут цены на земельные участки под застройку и недвижимость в Краснодарском крае и Крымском побережье.

По данным официальной статистики, с 2015 по 2017 год, количество отдохнувших внутри страны, выросло на 50%. Краснодарский край в этом вопросе показывает еще большие успехи — 67% по сравнению с цифрами 15 года. Крымский полуостров пока несколько уступает Краснодарскому краю, но также по праву может гордиться огромным спросом на свое направление. Эти цифры являются отличными показателями перспектив развития гостиничной индустрии в стране. Если сравнивать с общемировыми прогнозами развития в 4%, то статистические данные в России бьют все рекорды.

Также стоит отметить усилия по поддержанию интереса к внутреннему туризму со стороны государства. В последние годы принимаются законопроекты, ослабляющие финансовую нагрузку, как для туристов, так и для предприятий, предлагающих гостям временное проживание. Так, например, в Москве принят закон, согласно которому уменьшено налоговое бремя для гостиничного бизнеса. А людям, путешествующим по городам и весям страны, предлагают вернуть небольшой процент, если они обратятся в соответствующие органы с документами, подтверждающими расходы.

Как и любая другая сфера жизни и развития страны, гостиничный бизнес в России имеет свои слабые и проблемные места. Перечислим главные из них:

- Отставание уровня сервиса в стране, по сравнению с престижными мировыми курортами.
- Финансовый кризис, ослабляющий любую сферу и снижающий покупательскую способность граждан.
- Сосредоточенность инвестиций в туристскую отрасль в курортах Краснодарского Края, Крыму, Москве, Казани и Санкт-Петербурге.
- Отсутствие утвержденной и качественной системы сертификации и лицензирования туристических услуг.
- Общий уровень коррупции в стране достаточно высок.
- Кадровый дефицит.

Несмотря на перечисленные факторы, и учитывая все вышесказанное, туристическая отрасль в России является одной из приоритетных и наиболее перспективных. Россия имеет огромный потенциал в том числе для гостей из других стран, благодаря богатству природы, разнообразию климатических зон, богатой истории и традициям.

Сравним уровень гостиничного бизнеса РФ с ее регионами. Для примера возьмем Брянскую область.

Брянская область является уникальной в Российской Федерации территорией, расположенной на стыке трех государств, обладающей развитой сетью дорог, находящейся в непосредственной близости к столице России.

Уникальная природа - хвойные и лиственные леса и бескрайние лесостепи с удивительной флорой и фауной. Благоприятные природные условия, мягкий климат с отсутствием резких перепадов температур способствуют организации лечебно-оздоровительного отдыха и отдельных видов спортивного туризма. Продолжительная зима и устойчивый снежный покров создают благоприятные условия для многих видов зимнего спортивного туризма.

Брянская область обладает необходимым потенциалом для развития внутреннего и въездного туризма, однако относится к территориям со слабо развитым въездным и внутри региональным туризмом. При достаточном ресурсном туристском потенциале въездной поток в область не сформировался, хотя для его создания делается немало руководством региона и туристскими компаниями (постоянное участие в региональных и международных туристских выставках, разработка туристических маршрутов, выпуск путеводителей).

Однако к ряду объективных сложностей можно отнести то, что практически во всех городах региона нет ни одного современного гостиничного комплекса туристского класса, оборудованного необходимыми удобствами, для приема экскурсантов и паломников. Одна из самых серьезных проблем на этих маршрутах - низкое качество дорог, которое создает трудности для проезда туристских автобусов. Во многих населенных пунктах не развита должным образом система общественного питания, нет туристских стоянок с санитарными зонами, не налажена торговля сувенирной продукцией.

Вероятные причины отсутствия интереса у россиян к Брянской области как к туристской дестинации:

1. Отсутствие комплексной программы реализации туристского потенциала с учетом специализации региона на туристском рынке, выделение целевых сегментов и приоритетов развития, четкого позиционирования узнаваемого образа Брянской области.

2. Неудовлетворительное состояние туристской индустрии.

3. Отсутствие маркетинговой стратегии продвижения туристского продукта Брянской области.

4. Отсутствие системы мониторинга и оперативного аудита состояния туристской отрасли.

5. Отсутствие туристской навигации.

6. Отсутствие информации о Брянской области как о туристской дестинации в СМИ.

Видами внутри регионального туризма в Брянской области, охватывающими основные массы внутренних туристов, являются купально-пляжный, рыболовный, лесной, водный на туристских судах (байдарках). Въездной туризм в области сможет развиваться только тогда, когда будут разработаны привлекательные природно-ориентированные программы для жителей других регионов страны на основе сегодняшнего опыта организаторов внутреннего туризма. Их стержневой основой должны стать патриотический туризм, а также деловой и активный, оздоровительный, экстремальный по лесным массивам, водный (с использованием легких судов), сельскохозяйственный и паломнический виды туризма.

Международный опыт показывает, что наиболее важен и значим туризм, основанный на использовании элементов исторической народной жизни, как с точки зрения получения доходов, так и обеспечения условий для воссоздания естественной жизнеспособной исторической среды. Тенденции к возрождению интереса к народной культуре, проявляющиеся в последние годы в нашей стране и за рубежом, должны не просто учитываться, но и братья за основу при разработке нового турпродукта.

Многолетняя практика показала, что въездной туризм в Брянской области, построенный только на использовании литературного и этнографического потенциала Брянского края, при определенных условиях имеет серьезные перспективы. Богатая история края может привлечь туристов из зарубежной Европы при условии воссоздания этнографических деревень, организации

событийного туризма с реконструкцией исторических событий, например, продвижения региона как партизанского края времен Великой Отечественной войны.

Таким образом, можно говорить, что местный туризм развивается, однако такое развитие нельзя назвать системным.

Список литературы:

5. Дусенко С.В., Бритвина В.В., Седенков С.Е., Швыгина Н.В. Современные проблемы и тенденции развития рынка гостиничных услуг в РФ: Научное обозрение. 2016. № 6. С. 129-131
6. Пилявский В.П., Павленко И.Г. Современные особенности и тенденции развития отечественной сферы гостеприимства: Вестник ОрелГИЭТ. 2017. № 3 (41). С. 99-107.
7. О Концепции развития туризма в Брянской области 2015-2018 годы.
8. Ефимова О.П., Ефимова Н.А. Экономика гостиниц и ресторанов
9. Волков Ю.Ф. Введение в гостиничный и ресторанный бизнес: Учеб. Пособие. н/Д 2013
10. Игольникова И.В., Гуржий А.В. Состояние и тенденции развития рынка гостиничных услуг Брянской области // Экономика и предпринимательство. - 2017. - № 2-1 (79-1) С. 1026-1030

Об авторах

Холина Александра Максимовна – студентка Брянского государственного университета имени академика И.Г. Петровского.

Игольникова Инна Владимировна - кандидат экономических наук, доцент кафедры экономики и управления, Брянского государственного университета имени академика И.Г. Петровского.

ОСОБЕННОСТИ ТУРИСТСКОЙ ИНФРАСТРУКТУРЫ

Холина А.М.

Научный руководитель - Полесская О.П., к.э.н., доцент кафедры экономики и управления.

ФГБОУ ВО «Брянский государственный университет имени академика И.Г. Петровского

Инфраструктура имеет огромное значение для развития не только отрасли, но всей экономики, являясь неотъемлемой частью. Сегодня роль инфраструктуры в экономике ускоренным темпом увеличивается, набирая новые обороты и постоянно совершенствуясь. Эффективное использование составляющих элементов инфраструктуры дает положительные темпы роста макро - и мезоэкономических показателей не только экономики страны, но и отдельных регионов.

Ключевые слова: туристская инфраструктура, туризм, туристические ресурсы.

Точного или законодательно закреплённого определения туристской инфраструктуры пока нет. Закон о туристской деятельности в РФ это понятие не использовал. Установлено понятие

«туристская индустрия», которое по своему содержанию в Законе близко к туристской инфраструктуре. Если туризм - сфера (отрасль) хозяйства, то она имеет свою отраслевую - туристскую инфраструктуру и свои предприятия/учреждения (туриндустрию) [1].

Развитие инфраструктуры туризма – важный этап планирования процесса освоения и использования туристских ресурсов. Как ни привлекателен был бы туристский ресурс, его привлекательность и эффективность в значительной мере зависят от возможности свободного доступа к нему потребителя – туриста. Если к природному ресурсу нет дороги или тропы, то массовое посещение объекта становится затруднительным или нередко невозможным. Туристические ресурсы – совокупность природных и антропогенных (экономические, финансовые, культурно-исторические, трудовые, социальные, производственные) объектов и явлений, которые при существующих технических и материальных возможностях могут быть использованы для организации туристской деятельности.

Средства размещения туристов – это инфраструктура туризма и одновременно - конкретные предприятия туризма (гостиницы, дома отдыха, коттеджи и пр.). Вероятно, экономический аспект инфраструктуры туризма характеризует индустрию туризма (каждый объект туристской инфраструктуры – это предприятие туризма) [2]. В настоящее время границы понятия «туристская инфраструктура» расплывчатые, поскольку не сформулирована целостная совокупность существенных признаков, отличающих данный объект или класс объектов (явлений) от всех сходных с ними. Часто туристскую инфраструктуру рассматривают как синоним индустрии туризма, рекреационной инфраструктуры, материально-технической базы туризма [3, 4]. Эта неопределенность осложняет понимание сущности важнейшего ресурсного фактора организации и развития туристско-рекреационной деятельности - инфраструктуры туризма.

Место, значение, роль каждой системы в окружающем мире внешне определяет функция (функции), которые она выполняет [3]. Сущность туристской инфраструктуры наиболее полно раскрывается через описание ее функциональных особенностей и свойств. Принимая во внимание многочисленные определения, назовем основные функции и свойства туристской инфраструктуры (таблица 1).

Таблица 1 - Основные свойства (особенности) туристской инфраструктуры

Основные группы свойств туристической инфраструктуры	Свойства туристической инфраструктуры (по группам)
Функциональные	Многофункциональность (главная двуединая - социально-экономическая функция: обслуживание туристов и обеспечение функционирования туристско-рекреационной сферы [6, 7, 8])
Структурные	Сложный состав, сетевой характер и комплексность [9, 10, 11, 12, 13, 14]
Системные	Иерархичность: обязательная часть индустрии туризма, трехуровневая система: производственная, социальная и рекреационная инфраструктура [15, 16, 17, 18]; вид социальной инфраструктуры [19]; составляющая рекреационной инфраструктуры [20]; составляющая экономической системы «туризм и гостеприимство» [21, 22, 23]. Средовой характер: специальная хозяйственно-экономическая среда, объединяющая отрасли и предприятия [24, 25]

Организационные	Необходимость единства управления инфраструктурным комплексом для производства (воспроизводства) турпродукта, специфические формы организации производства турпродукта [26, 27, 28, 29, 30]
Технико-экономические	Технологичность (использование в процессах производства турпродукта) [31, 32]. Ресурсоемкость (особенно - капиталоемкость) и быстрая окупаемость туристской инфраструктуры
Регионально-экономические	Туристская инфраструктура - территориальная система производства и обслуживания, объект и способ (инструмент) территориального управления [33, 34]. Активная роль в региональном развитии

Основные функции инфраструктуры туризма определяют состав исполнителей функций – это могут быть отрасли, группы предприятий, их сооружения и сети (в целом - комплекс). Представление о составе туристской инфраструктуры разное, при этом есть варианты комплексные и фрагментарные. Пример комплексного состава туристской инфраструктуры: включает гостиничное обслуживание (совокупность всех средств размещения для временного пребывания туристов), транспортное обслуживание (подвижные транспортные средства, стационарные устройства всех видов транспорта, правовые условия перевозок пассажиров), сферу общественного питания, развлекательно-зрелищную сферу и спортивно-оздоровительный сервис, экскурсионное обслуживание, финансовое обслуживание, средства и системы связи, производство сувенирной продукции и изделий народного промысла, производство туристской и спортивной продукции, розничная торговля, сфера бытовых услуг. Интересный вариант комплексного состава туристской инфраструктуры предложен в работе Новиковой А. Ю., где выделяется два вида: средства размещения и сопутствующая инфраструктура (транспорт, предприятия питания, индустрии развлечений, объекты туристского показа и др.).

В определениях туристской инфраструктуры зачастую смешиваются различные классификации. Правильно считать туристскую инфраструктуру частью социальной инфраструктуры (если речь идет об объектах обслуживания туристов) и частью производственной инфраструктуры (если это объекты, обслуживающие предприятия туристской индустрии). Например, гостиница – это предприятие туристской индустрии и одновременно туристская инфраструктура - средство размещения. Все службы, обеспечивающие деятельность гостиницы - объекты производственной инфраструктуры - водоснабжение, энергоснабжение, связь и социальной (бытовое обслуживание - работа прачечного хозяйства, сан-эпидемической службы, пожарные службы и пр.). Это разъяснение показывает сложный смешанный состав туристской инфраструктуры – это отрасли и их сети, объекты и предприятия. Некоторые исследователи выделяют туристскую инфраструктуру в составе рекреационной инфраструктуры. Это верно, ведь туризм – одна из форм рекреационной деятельности. Но совершенно неверно включать в состав туризма или рекреационной инфраструктуры туристско-экскурсионные объекты. В определении туристской инфраструктуры важно подчеркнуть ее назначение. Туристско-рекреационный комплекс и деятельность создаются для населения, поэтому социальная функция - целевая, а ее производственно-экономическая сторона – «ресурсная». Функции туристской инфраструктуры представлены на рисунке 1.

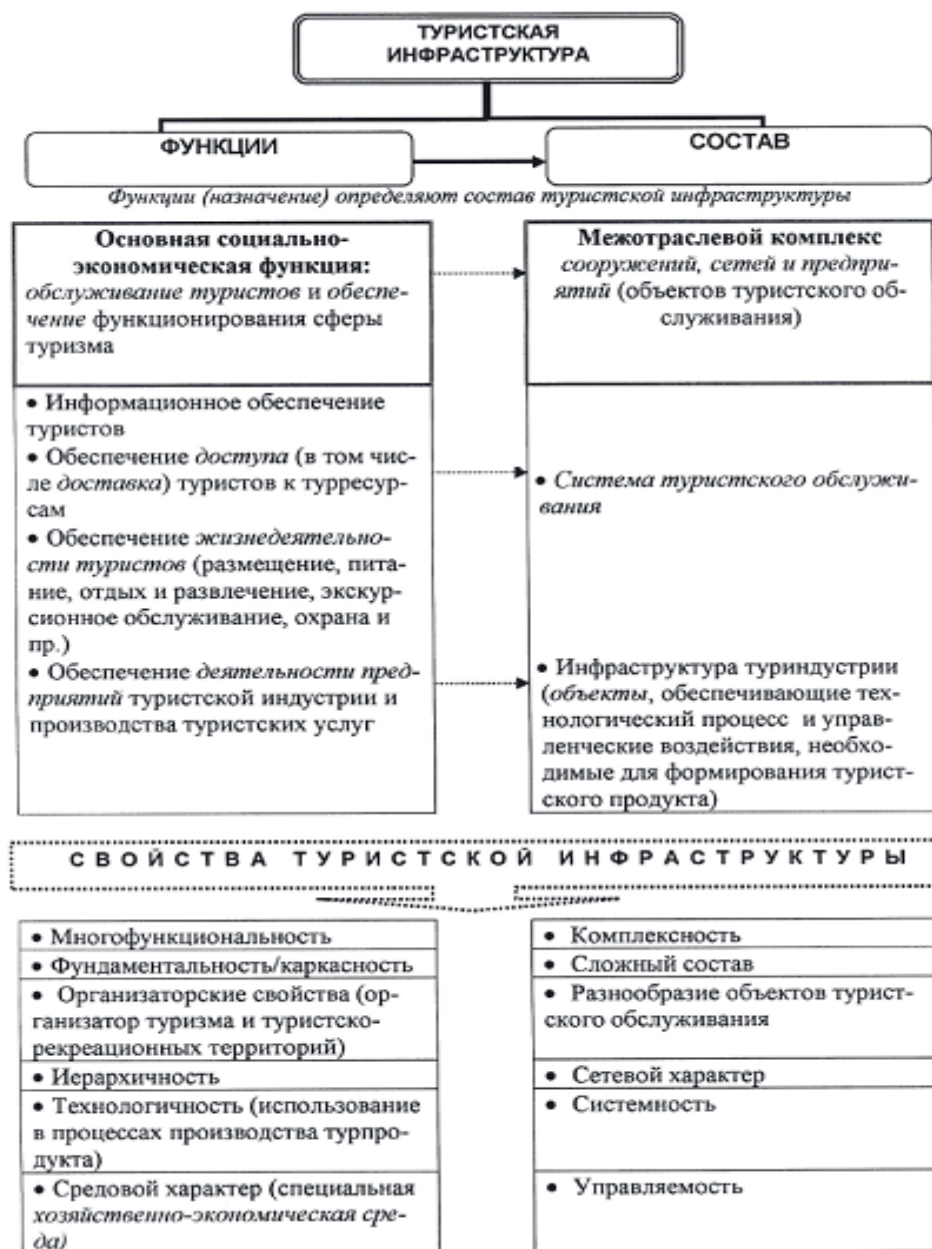


Рисунок 1.1 - Туристская инфраструктура: функции, состав и свойства

Туристская инфраструктура - ресурсная составляющая туризма. Туристская инфраструктура - это комплекс сооружений, сетей и предприятий, для обслуживания туристов и обеспечения функционирования туристско-рекреационной сферы. В ее составе производственная и социальная, в том числе рекреационная, инфраструктура. На туристско-рекреационных территориях существует или формируется территориальная (региональная) туристская инфраструктура. В широком понимании в ее состав входят несколько блоков:

1. Базовые объекты инфраструктуры (аэропорты, железнодорожные вокзалы, другие транспортные центры, дорожная сеть, коммуникации, водо-, тепло-, газо- и электроснабжение, водоотведение, связь и информационное обеспечение).

2. Средства размещения.

3. Сопутствующая инфраструктура (транспортное обслуживание, предприятия питания, индустрии развлечений, объекты туристского показа и др.). Она развивается на разных территориальных уровнях: региональная (республиканская, областная), внутри-региональная (муниципальная - районная, сельская и городская, внутригородская, зональная), межрегиональная и локальная (например, инфраструктура национальных парков, экскурсионных объектов).

Считаем верным подход к определению состава туристской инфраструктуры на базе основных групп услуг и объектов обслуживания.

Таким образом, большинство исследователей туристской инфраструктуры сходятся в главном: она включает, прежде всего, совокупность гостиниц и иных средств размещения, а уж затем совокупность средств транспорта, объектов общественного питания, объектов и средств развлечения и прочее. Важно отметить, что, когда нет размещения, тогда и нет организованного туризма.

Список литературы:

1. ФЗ от 24.11.1996 №132-ФЗ «Об основах туристской деятельности в РФ».
2. Вершицкий А. В. Инфраструктурное обеспечение повышения конкурентоспособности туризма / А. В.
3. Боголюбов В. С. Экономика туризма / В. С. Боголюбов, В. П. Орловская. – М.: Академия, 2005. – 192 с
4. Кузнецова А. И. Инфраструктура: Вопросы теории, методологии и прикладные аспекты современного

Об авторах

Холина Александра Максимовна – студентка Брянского государственного университета имени академика И.Г. Петровского.

Полесская Ольга Петровна - кандидат экономических наук, доцент кафедры экономики и управления, Брянского государственного университета имени академика И.Г. Петровского.

ФАКТОРЫ ПОВЫШЕНИЯ ВНЕШНЕЭКОНОМИЧЕСКОЙ БЕЗОПАСНОСТИ ГОСУДАРСТВА И ЛИЧНОСТИ В РФ

Чепикова А.А.

Научный руководитель - Полесская О.П., к.э.н., доцент кафедры экономики и управления

ФГБОУ ВО «Брянский государственный университет имени академика И.Г. Петровского

В статье представлена оценка текущего состояния внешнеэкономической безопасности России, приведены понятия факторов, прямо и косвенно оказывающих воздействие на внешнеэкономическую безопасность России, среди которых: экономические, правовые, организационные, социальные и политические, внешнеэкономические, валютно-финансовые, маркетинговые, производственно-экономические и социально-демографические. Выявлено влияние основных факторов на достижение, укрепление и сохранение внешнеэкономической безопасности независимого государства как важнейшей составляющей экономической безопасности, рассмотрены варианты обеспечения внешнеэкономической безопасности России.

Ключевые слова: *Внешеэкономическая безопасность, факторы, показатели, угрозы, пороговые значения, национальная безопасность, угрозы экономической безопасности, глобализация экономики, индекс глобальной конкурентоспособности.*

Современные внешнеэкономические отношения, серьезное недопонимание целей и направлений взаимодействия на мировой арене, усугубляют риски повышения опасности для экономики государства, личности, общества. В этой связи актуальным является выбор и оценка

факторов повышения внешнеэкономической безопасности на всех уровнях экономической системы. Для этого в статье была предпринята попытка обобщить и сравнить мнения ученых по обозначенной проблеме. В научной литературе представлены множественные подходы к исследованию внешнеэкономической безопасности и различные варианты ее обеспечения. Особого внимания заслуживает взаимосвязь категорий «внешнеэкономическая безопасность» и «национальная безопасность». Шуклина З.Н. определяет безопасность как интегрированную систему устойчивых факторов и условий, системную деятельность, содержание которой формируется в процессе разрешения противоречия между объективной реальностью, заключающей в себе элементы угроз жизнедеятельности субъектов, и разумными потребностями этих субъектов, стремящихся предотвратить угрозы, локализовать их и устранить негативные последствия. Как система безопасность создается под влиянием внешних и внутренних, прямо и опосредованно действующих факторов, в составе которых выделяются геополитические, социально-экономические, информационные, технологические, научно-образовательные, демографические, культурные, личностные и интеллектуальные [7, с.156].

Андропова И.В. под внешнеэкономической безопасностью понимает «состояние экономики страны, которое бы позволило защищаться от возникающих внешних угроз, а также свести зависимость национальной экономики от внешних факторов к минимуму или иметь возможность в случае необходимости трансформировать эту зависимость, путем замещения внешних источников получения ресурсов и кооперационных связей на внутренние. Основная задача внешнеэкономической безопасности состоит в определении внешнеэкономических интересов, угроз этим интересам и механизмов их нейтрализации». Академик Л.А. Абалкина отмечает, что экономическая безопасность – это совокупность условий и факторов, обеспечивающих независимость национальной экономики, ее стабильность и устойчивость, способность к постоянному обновлению и самосовершенствованию [2, с.12].

Сенчагов В.К. считает, что экономическая безопасность – это такое состояние экономики и институтов власти, при котором обеспечиваются гарантированная защита национальных интересов, социально направленное развитие страны в целом, достаточный оборонный потенциал. Богданов И.Я. отмечает, что определения чрезмерно детализированы, излишне акцентируют внимание на интересах государства. Экономическая безопасность – это состояние экономики страны, которое, во-первых, по объемным и структурным параметрам достаточно для обеспечения существующего статуса государства, его независимого от внешнего давления политического и социально-экономического развития, и, во-вторых, способно поддерживать уровень легальных доходов, обеспечивающий абсолютному большинству населения благосостояние, соответствующее стандартам цивилизованных стран [2, с.21].

Следовательно, при учете наличия некоторой дифференциации понятия экономической безопасности, необходимо отметить, что большинством авторов она определяется в качестве некоего состояния защищенности экономической системы от нежелательных воздействий и угроз. Под термином экономическая безопасность в рамках данного исследования будем понимать определенное состояние национальной экономики, при котором в условиях экономического (внутреннего и внешнего) суверенитета и обязательного наличия конкурентной среды субъектами экономических отношений (в том числе, органами управления и хозяйствующими субъектами) обеспечивается устойчивый (перманентный) экономический рост и устойчивое развитие экономики в целом. В юридическом отношении составные элементы внешнеэкономической безопасности определены в Стратегии национальной безопасности Российской Федерации до 2030 года (Указ Президента России 13 мая 2017 года). К главным стратегическим рискам и угрозам статья 55 упомянутого документа относит шесть позиций. На первом месте среди главных стратегических рисков и угроз - сохранение экспортно-сырьевой модели развития национальной экономики. На втором - снижение конкурентоспособности. На третьем - высокая зависимость важнейших сфер российской экономики от внешнеэкономической конъюнктуры. Далее перечисляются риски и угрозы, связанные с потерей контроля над национальными ресурсами, низкая устойчивость и защищенность национальной финансовой системы, незаконная миграция [4, с.42].

Проблема формирования и становления внешнеэкономической безопасности государства как существенного элемента национальной безопасности России выступает одной из ключевых в современных условиях. Это связано в первую очередь с тем, что экономика России в последнее время формируется в условиях преодоления финансового и общеэкономического кризиса. Для того чтобы понять, какие проблемы внешнеэкономической безопасности возникают у России, необходимо использовать количественные и качественные подходы к оценке внешнеэкономической безопасности. Одним из таких является индекс глобальной конкурентоспособности Всемирного экономического форума, который определяет национальную конкурентоспособность любой страны в системе мирохозяйственных взаимодействий. Внешнеэкономическая безопасность и глобальная конкурентоспособность являются характеристиками национальной экономики и находятся в постоянном взаимодействии. По мнению Молчан А.С. и Тернавченко К.О. понятие «конкурентоспособность», по сути, включает понятие экономической безопасности, без обеспечения которой ни отдельная фирма, ни страна не могут в условиях современного мирового рынка достаточно длительное время сохранять позиции [4, с.42].

Индекс глобальной конкурентоспособности Всемирного экономического форума рассчитывают на основании определенных факторов, отражающих не только уровень развития национальной экономики, но и состояние государственных институтов, правовой базы функционирования экономики, а также многих других параметров, характеризующих состояние и направления развития общественных отношений. С каждым годом количество этих факторов возрастает. Все страны, которые принимают участие в рейтинге, располагаются по стадиям развития экономики. Критерием распределения стран выступает показатель уровня ВВП на душу населения. Однако для определения стадии развития стран с высокой зависимостью от минеральных ресурсов, в том числе и для России, используется второй критерий - по доли экспорта сырья в общей структуре экспорта (товаров и услуг) за последние пять лет [6, с.27].

С наступлением эпохи глобализации воздействие внешних факторов на экономическую безопасность стало настолько серьезным и подчас решающим, что это сделало необходимым выделить из экономической безопасности страны внешнеэкономическую безопасность. Развитие процессов глобализации будет сопровождаться ростом конкурентоспособности экономик развитых стран. Низкие показатели конкурентоспособности России оставляют вопрос о её внешнеэкономической безопасности весьма актуальным. Обеспечение условий внешнеэкономической безопасности требует от России, в первую очередь, обеспечения устойчивого экономического развития, сближение качества макро- и микроконкурентной среды с качеством аналогов мировой экономики. Необходима разработка национальной концепции международной конкурентоспособности России, формируемой совместно представителями государства, бизнеса, науки и общественных организаций [6, с.83].

Критерием эффективности различных технологий и мер по обеспечению безопасности личности является такой уровень опасности, который достигается при минимуме издержек, причем оптимальный уровень связан с балансом затрат и приростом показателей безопасности, или максимальными достижениями при приемлемом уровне затрат. Степень удовлетворенности личности своей безопасностью понимается и ощущается индивидуально, субъективно, но обусловлена удовлетворением основных потребностей человека. Базовые потребности-физиологические, материальные, информационные неразрывно связаны с потребностями в общении, образовании, самовыражении, самоуважении, самореализации. В условиях динамичной информатизации, конкуренции на всех уровнях развития экономики и общества и социального прессинга для каждого человека важную роль играет потребность в психологической и информационной безопасности, существенно влияющих на развитие, поведение, физическое и духовное здоровье, самоудовлетворенность личности. Государство по отношению к гражданам, по отношению к личности влияет через правовые нормы, через поддержание безопасной среды, экологической, экономической, политической, технологической [7, с.157].

Государственная безопасность зависит от безопасности граждан, от социально-экономических связей, настроений, взаимодействия на уровне страны, регионов, предприятий и

домохозяйств. Укрепляя внешнюю сторону безопасности, важно формировать оптимальную внутреннюю среду для бизнеса, для реализации интеллектуального потенциала, для повышения качества трудовых ресурсов, для решения демографических, экологических, научно-образовательных проблем всего населения. Для того чтобы понять, какие проблемы внешнеэкономической безопасности возникают у России, рассмотрим индекс глобальной конкурентоспособности Всемирного экономического форума, который определяет национальную конкурентоспособность любой страны в системе мирохозяйственных взаимодействий. Подчеркнем, что внешнеэкономическая безопасность и глобальная конкурентоспособность являются характеристиками национальной экономики и находятся в постоянном взаимодействии. Понятие «конкурентоспособность», по сути, включает понятие экономической безопасности, без обеспечения которой ни отдельная фирма, ни страна не могут в условиях современного мирового рынка достаточно длительное время сохранять позиции [2, с.41].

Все страны, участвующие в рейтинге, распределяются по стадиям развития экономики. Критерием распределения стран является показатель уровня ВВП на душу населения. Однако для определения стадии развития стран с высокой зависимостью от минеральных ресурсов, в том числе и для России, применяется второй критерий - по доли экспорта сырья в общей структуре экспорта (товаров и услуг) за последние пять лет. Страны, в которых доля экспорта сырьевых ресурсов в общем экспорте составляет 70% и более, относятся к 1-й категории развития (стадия факторного развития). Российская экономика, согласно данным Всемирного экономического форума, находится на переходной стадии - от стадии эффективного развития к стадии развития инновационного. В рейтинге глобальной конкурентоспособности 2016-2017 гг. Россия занимает 43-е место. Среди стран бывшего СССР Россия пропустила вперед Эстонию (30 место), Литву (36) и Азербайджан (37). Остальные государства постсоветского пространства расположились ниже: Латвия (49 место), Казахстан (53), Грузия (59), Таджикистан (77), Армения (79), Украина (85), Молдова (100) и Кыргызстан (11). Чтобы оценить сильные и слабые стороны российской экономики, сделать вывод об основах и угрозах её внешнеэкономической безопасности, выделим сильные и слабые стороны национальной экономики России с позиции её рейтингов международной конкурентоспособности. Молчанова Е.Р. выделяет среди сильных сторон следующие:

Таблица 1 – Сильные стороны российской экономики [5, с.124]

№ п/п	Показатель	Место
1	Размер рынка, в т.ч.	7
1.1	размер внутреннего рынка	7
1.2	индекс размера внутреннего рынка	7
1.3	ВВП (по паритету покупательной способности)	6
1.4	размер внешнего рынка	9
1.5	индекс размера внешнего рынка	9
2	Макроэкономическая среда, в т.ч.	31
2.1	сбалансированность государственного бюджета	39
2.2	объемы валовых национальных сбережений	41
2.3	государственный долг	10
3	Развитость инфраструктуры, в т.ч.	39
3.1	транспортная инфраструктура	44
3.2	инфраструктура электричества и телефонии	45
4	Высшее образование и профессиональная подготовка, в т.ч.	39
4.1	объем образования	19
4.2	охват средним образованием	56
4.3	охват высшим образованием	19
5	Патентная активность	43
6	Эффективность рынка труда	45

7	Качество научно-исследовательских институтов	56
8	Здравоохранение и начальное образование, в т.ч.	56
8.1	начальное образование	48
8.2	качество начального образования	57
8.3	охват начальным образованием	54
9	Качество условий спроса на национальном рынке	58
10	Технологическая готовность, в т.ч.	59
10.1	использование ИКТ	47

К основным факторам экономической безопасности России можно отнести следующие:

- факторы, представляющие собой потенциальные угрозы внешнеэкономической безопасности: качество высшего образования; гибкость рынка труда; инновации; прозрачность государственной политики; эффективность финансового рынка; степень монополизации рынка конкурентоспособность компаний.

- факторы, которые можно рассматривать как угрожающие национальной и внешнеэкономической безопасности: развитость государственных институтов, этика и коррупция; конкуренция; эффективность антимонопольной политики; бремя таможенных процедур; импорт; внедрение технологий.

Самые слабые показатели у России (в том числе и неназванные выше): коррупция и фаворитизм (92-е место), степень эффективности институтов государственной власти (97-е), суды (109-е), неразвитость финансового рынка (110-е), инфляция (115-е), общая налоговая ставка (116-е), низкие стимулы для инвестирования (122-е), неразвитость внешней и внутренней конкуренции, высокие торговые барьеры (111-е), объем импорта (133-е место из 144!), высокое налогообложение как антистимул к работе (115-е), низкий уровень трансфера технологий (123-е) [5, с.126]. Развитие процессов глобализации будет сопровождаться ростом конкурентоспособности экономик развитых стран. А низкие показатели конкурентоспособности России оставляют вопрос о её внешнеэкономической безопасности весьма актуальным. Обеспечение условий внешнеэкономической безопасности требует от России, в первую очередь, обеспечения устойчивого экономического развития, сближение качества макро- и микроконкурентной среды с качеством аналогов мировой экономики. Необходима разработка национальной концепции международной конкурентоспособности России, формируемой совместно представителями государства, бизнеса, науки и общественных организаций[6, с.83].

Реализация названных целей обеспечения внешнеэкономической безопасности России требует укрепления государственной власти, повышения доверия к ее институтам, а также рационализации механизмов выработки и формирования экономической политики, исходя из задач повышения конкурентоспособности России. На сегодняшний день к основным вызовам и угрозам экономической безопасности России правительство отнесло как внешние, так и внутренние факторы. Это повышение конфликтного потенциала в зонах экономических интересов Российской Федерации, а также вблизи ее границ, использование дискриминационных мер в отношении ключевых секторов экономики РФ, а также ограничение доступа к иностранным финансовым ресурсам и современным технологиям. Правительство отметило, что недостаточно эффективное государственное управление также является угрозой для экономической безопасности страны.

Помимо этого, экономической устойчивости угрожает изменение мирового спроса на энергоресурсы и структуры их потребления, развитие энергосберегающих технологий, снижение материалоемкости и развитие "зеленых технологий". Среди основных угроз для России названы истощение экспортно-сырьевой модели развития и истощение ресурсной базы топливно-сырьевых отраслей, рост конфликтного потенциала в зонах интересов страны. Угрозу также представляют создаваемые без участия России экономические объединения между странами [5, с.124]. По мнению Безруков А., Сушенцов А. узловой неопределенностью 2017 года является будущее российско-американских отношений, от которой в заметной степени зависит общее направление внешней политики России. Развитие отношений может пойти по нескольким сценариям, условием наступления которых станут успех или неудача внутриэкономической программы Д. Трампа, а также высокая или низкая конфликтность внешней политики новой

администрации США. Ученые определяют в качестве угроз экономической безопасности России следующие:

Таблица 2 – Угрозы экономической безопасности России [2, с.5-9]

№ п/п	Угрозы экономической безопасности	Примечание
1	Сирийский кризис	складываются условия для прекращения прокси-войны третьих сил на территории Сирии. Ключевое значение будет иметь российско-американское взаимодействие, а также позиция Турции в рамках договоренности с Россией и Ираном
2	Украинский кризис	Для России важно, чтобы началась сокращаться украинская военная и диверсионная активность в Донбассе и Крыму, а также чтобы Украина сохраняла социально-политическую стабильность.
3	Нагорно-карабахский конфликт	накапливается потенциал для срыва хрупкого перемирия. Это вынуждает наблюдателей фокусировать внимание не на перспективах мирного урегулирования, а на условиях возобновления войны.
4	Антироссийские санкции	-
5	Российско-японские отношения	намечается прогресс по вопросу о заключении мирного договора
6	Центробежные тенденции в ЕС углубляются	Они вызваны обострением проблем неравенства, усилением антииммигрантских настроений, вызовами технологического развития для рынка труда и старением населения.
7	Группа БРИКС	начинает терять свое политическое и экономическое значение
8	Иракский конфликт все больше усугубится	На суннитских территориях западного Ирака разрастается очаг исламского радикализма, метастазы которого проникают в соседние страны
9	Кризис в Афганистане демонстрирует тенденцию к эскалации	До 50% территории страны считаются зонами боевых действий и смешанного контроля.
10	Создаются условия для дестабилизации режима в Саудовской Аравии,	наследник наследного принца Мухаммад бин Сальман фактически выполняет функции правящего монарха по мере ухудшения состояния здоровья своего отца короля Сальмана

Шуклина З.Н. в своем исследовании делает предположение о том, что весьма важными для страны станут стратегически обоснованные прогнозные разработки и прозорливые идеи, позволяющие детально проследить изменения и формировать инструменты для нивелирования угроз, опасностей и рисков цифровизации. Отмечая важность создания, оценки и мониторинга предпосылок и условий информатизации и цифровизации экономики, ведущей к интегрированию, открытости и глобализации выгод, повышению уровня мирового благосостояния и благополучия, важно учитывать возникающие глобальные и национальные риски, угрозы экономической безопасности государства, общества и личности [7, с.157]. Кроме того, к основным вызовам и угрозам экономической безопасности России ряд авторов относят неравномерность пространственного развития России, сохранение дифференциации населения по уровню доходов, снижение качества и доступности образования и медпомощи и, как следствие, снижение качества человеческого потенциала, а также усиление международной конкуренции за кадры высшей

квалификации и недостаточность трудовых ресурсов. В числе приоритетных мер выступает развитие внутренних национальных источников долгосрочных финансовых ресурсов, обеспечение нормы накопления, достаточной для устойчивого развития национальной экономики. Необходимо развивать механизмы и инструменты инвестиционно-ориентированной государственной финансовой политики, которая предусматривает, в том числе, привлечение накоплений для реализации инвестиционных проектов.

Итак, внешнеэкономическая безопасность государства - это устойчивое к внешним и внутренним угрозам состояние удовлетворенности интересов страны во внешнеэкономической сфере хозяйственной деятельности, гарантирующее рост уровня и качества жизни его населения. Внешнеэкономическая безопасность личности - это составляющая национальной безопасности государства, направленная на обеспечение развития национальных интересов личности и общества. Факторами являются сохранение экспортно-сырьевой модели развития национальной экономики, снижение конкурентоспособности, высокая зависимость важнейших сфер российской экономики от внешнеэкономической конъюнктуры, низкая устойчивость и защищенность национальной финансовой системы, незаконная миграция.

Список литературы:

1. Указ Президента РФ от 13 мая 2017 г. № 208 «О Стратегии экономической безопасности Российской Федерации на период до 2030 года»
2. Безруков А., Сушенцов А. Международные угрозы 2017. Прогноз угроз международной безопасности и стабильности // Аналитическое агентство «Внешняя политика», 2017. – 52 с.
3. Молчан А.С., Щербакова К.О., Сайко А.И. Теоретико-методологические аспекты категории «экономическая безопасность» // Научные труды Кубанского государственного технологического университета. 2015. №12. С. 82-97.
4. Молчан А.С., Тернавченко К.О. Стратегические ориентиры направлений минимизации нарастания внешнеэкономических угроз в рамках комплекса мер по обеспечению экономической безопасности России в условиях геополитической нестабильности // Научные труды Кубанского государственного технологического университета. 2015. № 12. С. 42-51.
5. Молчанова Е.Р., Внешнеэкономическая безопасность Евразийского экономического союза // Новая наука: проблемы и перспективы, 2015. - №6-2. – С.124-126
6. Нравственное государство. От теории к проекту / Сулакшин С.С., Багдасарян В.Э., Вилисов М.В., Нетесова М.С., Пономарева Е.Г., Сазонова Е.С., Спиридонова В.И / под общ. ред. С.С. Сулакшина. - М., Наука и политика, 2017. - 424 с.
7. Шуклина З.Н. Актуальные проблемы безопасности государства и личности в условиях цифровизации мирового пространства// Международная научно-практическая конференция “ ЭКОНОМИКА, БИЗНЕС, ИННОВАЦИИ”: сборник статей в 2 ч. Ч. 2. – Пенза: МЦНС «Наука и Просвещение». – 2018. – 260 с. С. 156-160

Об авторах

Чепикова А.А. - студентка Брянского государственного университета имени академика И.Г. Петровского.

Полесская О.П. – научный, руководитель, кандидат экономических наук, доцент кафедры экономики и управления, Брянского государственного университета имени академика И.Г. Петровского.

АКТУАЛЬНЫЕ ИНСТРУМЕНТЫ ТАМОЖЕННО-ТАРИФНОГО РЕГУЛИРОВАНИЯ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ БЕЗОПАСНОСТИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Научный руководитель - Шуклина З.Н., д.э.н., профессор кафедры таможенного дела и маркетинга

ФГБОУ ВО «Брянский государственный университет имени академика И.Г. Петровского»

В статье представлены мнения учёных о современном состоянии экономической безопасности Российской Федерации, проанализирован вклад таможенной службы в создание барьеров для внешних угроз, уголовных преступлений и правонарушений, грозящих экономической защищённости страны, определено состояние внешней политики государства, направленной на обеспечение экономической безопасности, обозначена сущность и роль таможен и инструментов таможенной- тарифного регулирования с позиции укрепления экономических интересов страны

Ключевые слова. Экономическая безопасность, таможенные органы, таможенно-тарифные методы, таможенный тариф, внешнеторговая политика.

В последнее время тема экономической безопасности приобретает все большую значимость в связи с весьма динамичными, противоречивыми тенденциями и событиями в современном мире. Проблема обеспечения экономической безопасности нашей страны имеет глобальный характер. Мировой финансовый кризис обязует формировать новую концепцию экономической безопасности, что гарантирует стабильность, независимость государства, повышение качества жизни населения, а также способствует развитию науки и техники. Именно в связи с масштабностью, поднятая проблема весьма актуальна в нынешних условиях. Обсуждению вопросов, затрагивающих аспекты экономической безопасности, посвящено множество работ исследователей современности. По мнению Быковского В.К., экономическая безопасность является материальной основой национальной безопасности. Процесс становления и развития рыночной экономики в Российской Федерации как составной части мировой экономики и международного рынка связан с ростом внешних угроз национальной экономической безопасности. Сложность обеспечения безопасности экономическим системам связана с тем, что она носит комплексный характер [4]. Считается, что наиболее общим принципом экономической безопасности, определяющим суверенитет любой страны, является принцип устойчивости национальной экономики от внутренних и внешних угроз, в сохранении, которого значительную роль играет деятельность таможенных органов, как одного из элементов системы осуществления внешнеэкономической деятельности. В своих исследованиях Шуклина З.Н. ясно сформулировала, что «безопасность создается под влиянием внешних и внутренних, прямо и косвенно действующих факторов, в состав которых входят геополитические, социально-экономические, информационные, технологические, научно-образовательные, демографические, культурные, личностные и интеллектуальные» [10].

Согласно сведениям, содержащимся в научном труде Медведенко О.В. Для того чтобы наиболее эффективно обеспечивать экономическую безопасность, институты власти, а в частности таможенные органы, должны всецело гарантировать защиту и реализацию национальных интересов отечественных производителей на мировой арене, а также способствовать социально-политической стабильности общества. Одним из важнейших элементов системы государственного управления внешнеполитических связей является единая система таможенных органов РФ, и в особенности, таможенно-тарифный механизм, без которого проводить эффективную и грамотную экономическую политику невозможно. Следовательно, единой системе таможенных органов РФ принадлежит особая активная и значимая роль в разработке и проведении таможенной политики, которая способна снижать внутренние и внешние угрозы национальной и экономической безопасности страны, повысить конкурентоспособность национальной экономики, укреплять продовольственную безопасность страны и т.д. при помощи применения таможенно-тарифных механизмов регулирования внешнеэкономической деятельности [9].

В системе органов государственного управления внешнеэкономической деятельности особая роль отводится таможенной службе Российской Федерации. ФТС России является федеральным органом исполнительной власти, осуществляющим в соответствии с законодательством РФ функции по выработке государственной политики и нормативно-правовому регулированию, контролю и надзору в области таможенного дела. Медведев О.В. утверждает, что «концептуальная роль таможенных органов заключается в предотвращении пересечения грузами и транспортными средствами участников ВЭД таможенной границы, способных ослабить и нарушить режим экономической безопасности» [9]. В соответствии с исходными данными официального сайта ФТС, по результатам исследования оперативных материалов подразделений таможенных органов выявлено, что в 2017 году на основании было возбуждено 1953 уголовных дела, где больше всего за контрабанду сильнодействующих, ядовитых, отравляющих, взрывчатых, радиоактивных веществ, вооружения и военной техники, стратегически важных товаров и ресурсов или культурных ценностей – 656 уголовных дела [11].

По мнению Лохмановой Е.А., таможенные органы выступают как государственные, правоохранительные органы, осуществляющие таможенное дело и наделённые обеспечением порядка перемещения товаров и транспортных средств, а также иных вещей, через таможенную границу ЕАЭС, за счёт применения основного инструмента – совокупности методов таможенно-тарифного регулирования. На основе этого можно сказать, что взаимодействие понятий «экономическая безопасность» и «таможенно- тарифное регулирование» осуществляется таким образом, что таможенные органы, являясь «инструментом» в руках государства, обеспечивают в пределах своей компетенции экономическую безопасность страны. В свою очередь, сущность методов таможенно-тарифного регулирования заключается во введении таможенных тарифов и ввозных или вывозных пошлин, позволяющая занять центральное место в механизме государственного регулирования внешнеторговых связей - основания для обеспечения необходимой экономической безопасности государства [8].

Влияние таможенных органов на экономическую безопасность нашего государства детально обозначил в своей научной работе Медведев О.В. В современных условиях ФТС, по его мнению, с одной стороны, должна оказывать эффективное противодействие угрозам экономической безопасности. С другой стороны, задачей таможенных органов является разумное совмещение фискальной направленности своей деятельности и применение мер, содействующих развитию внешней торговли с созданием условий для безопасного влияния на экономику страны. Именно, применяемые в процессе осуществления профессиональных обязанностей должностных лиц таможенных органов, меры тарифного регулирования содействуют развитию и регулированию импортных и экспортных отношений с торговыми иностранными партнёрами, а также направлены на защиту национальных производителей, тем самым обеспечивают экономическую безопасность. За счёт большой совокупности элементов, входящих в структуру мер таможенно-тарифного регулирования, таких как единый таможенный тариф, методы определения таможенной стоимости товаров, порядок подтверждения страны происхождения товаров оказывается большое влияние на структуру товарооборота Российской Федерации [9].

По сведениям, представленным таможенной статистикой, внешнеторговый оборот Российской Федерации в 2017 году составил 587,6 млрд. долларов США и по сравнению с предыдущим годом увеличился на 24,7%. Сальдо торгового баланса сложилось положительное в размере 130,6 млрд. долларов США, что на 26,5 млрд. долларов США больше, чем в январе-декабре 2016 года. На основе представленных данных, официального сайта ФТС, можно сделать вывод об увеличении объёмов экспорта и импорта в прошлом году. Вывоз товаров увеличился на 24,8%. и составил 359,1 млрд. долларов США, а ввоз вырос на 24,5% и составил 228,5 млрд. долларов США. В страновой структуре внешней торговли России ведущее место занимает Европейский Союз, как крупнейший экономический партнер страны. На долю Европейского Союза в январе-декабре 2017 года приходилось 42,2% внешнеторгового оборота России (в январе-декабре 2016 года – 42,8%), на страны СНГ – 12,4% (12,3%), на страны ЕАЭС – 8,7% (8,5%), на страны АТЭС – 30,5% (29,9%) [11].

Таблица 1

Страна	Экспорт		Импорт	
	Январь-декабрь 2016 г.	Январь-декабрь 2017 г.	Январь-декабрь 2016 г.	Январь-декабрь 2017 г.
Азербайджан	1 507,1	1 935,1	446,4	692,1
Армения	964,6	1 231,9	389,3	514,7
Беларусь	15 284,3	19 384,6	10 348,3	12 471,5
Казахстан	9 613,5	12 323,9	3 636,5	4 916,7
Киргизия	1 035,0	1 388,9	176,7	206,1
Молдова	912,0	864,5	248,7	352,7
Таджикистан	661,5	692,3	26,4	25,2
Туркмения	570,6	343,8	331,3	84,4
Узбекистан	1 965,4	2 625,4	761,5	1 026,4

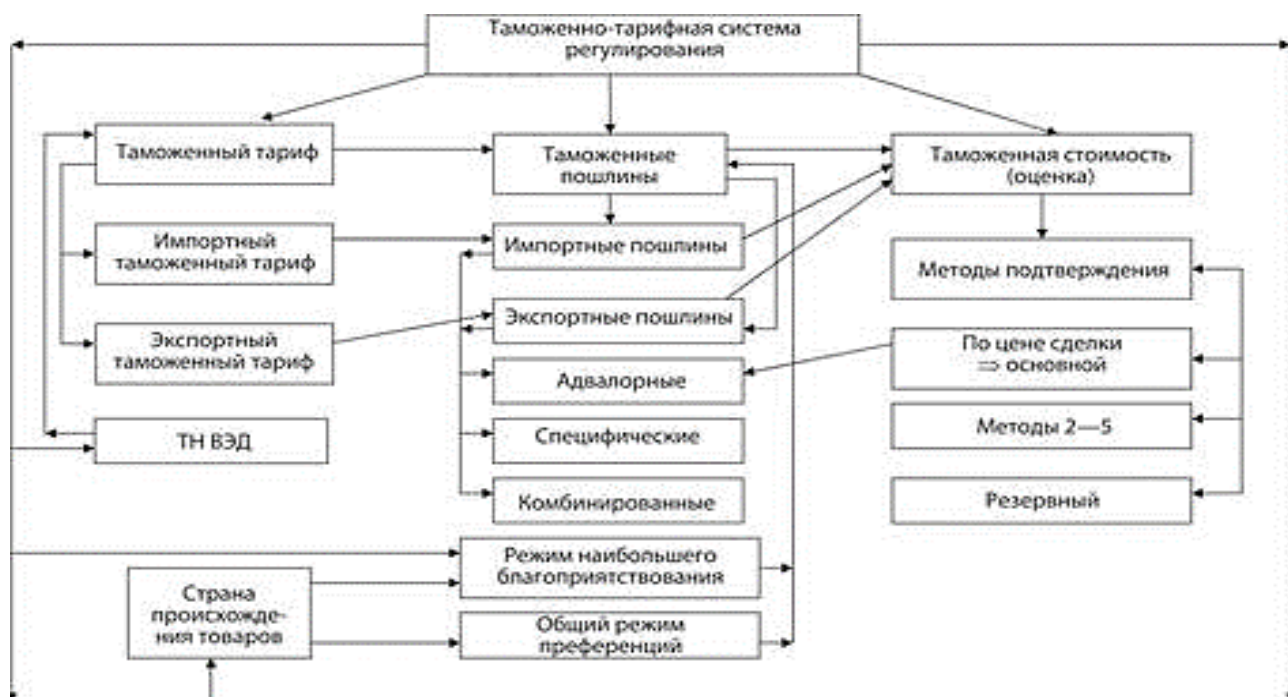
Объемы торговли со странами СНГ в январе-декабре 2016-2017 гг [11].

Итак, товарную структуру экспорта в страны СНГ 2017 года в большем объеме составили топливно-энергетические товары - 33,2% (в январе-декабре 2016 года – 32,4%). Стоимостные объемы экспорта этих товаров возросли на 29,4%, а физические – на 5,3%. Возросли физические объемы поставок кокса и нефтепродуктов на 36,1 и 35,7% соответственно. Большую часть структуры импорта со странами СНГ составили машины и оборудование – 51,8 %, а так же продукция химической промышленности, продовольственные товары и сырьё для их производства [11]. Российская экономика во многом зависит от колебания цен на мировом нефтяном рынке, вызванного ее узкой топливно-сырьевой ориентацией. Именно поэтому, механизм отечественной экономики требует перехода от экспортно-сырьевой модели развития к новой - инновационно-ориентированной модели.

Действующая система таможенно-тарифного регулирования, согласно утверждению Быковского В.К., является необходимым условием для проведения в полной мере таможенной политики, а также выполнения таможенными органами задач для обеспечения экономической безопасности государства, вызванные в следствии складывающейся геополитической ситуации, политическими и экономическими проблемами как на национальном, так и на международном уровнях, а также из-за появляющихся новых угроз и рисков [4]. Согласно положениям ФЗ «О таможенном тарифе», основными целями тарифного инструмента экономической безопасности Российской Федерации, являются: защита экономики Российской Федерации от неблагоприятного воздействия иностранной конкуренции; рационализация товарной структуры ввоза товаров в Российскую Федерацию; поддержание рационального соотношения вывоза и ввоза товаров, валютных доходов и расходов на территорию Российской Федерации; обеспечений условий для эффективной интеграции Российской Федерации в мировую экономику [3]. Меры таможенно - тарифной политики, в свою очередь, направлены на формирование тарифной системы, выработки эффективного механизма применения различных видов пошлин при регулировании внешнеэкономической деятельности и защиты отечественного товаропроизводителя, что особо важно для безопасного осуществления экономических процессов как внутри, так и за пределами Российской Федерации.

Реализация таможенно-тарифной системы осуществляется за счёт составляющих её элементов (рис. 1) [9]:

Рисунок 1 – Система элементов таможенно-тарифного регулирования РФ.



И
3
ука
зан
ной
сис
тем
ы
сре
дст
в
там
оже
нно
-
тар
иф
ного
о

регулирования в системе межторговых связей можно выделить один из основных элементов - таможенную пошлину, которая является обязательным платежом, взимаемым должностными лицами таможенных органов при перемещении грузов через границу союза, выступающим основным средством таможенно-тарифного регулирования. Согласно статистическим данным, содержащимся на официальном сайте ФТС, в федеральный бюджет Российской Федерации за январь-ноябрь 2017 года поступило 3,174 трлн. руб., уплаченных таможенных платежей, что по сравнению с аналогичным периодом 2016 года больше на 3,3 % [11]. Данный рост показывает эффективность работы таможенных органов, направленной на создание благоприятного климата для экономической безопасности нашей страны, посредством удорожания цен на иностранные товары. Согласно действующему Договору о Евразийском экономическом союзе и соглашению между странами-участницами ЕАЭС определён порядок зачисления и распределения по государствам сумм ввозных таможенных пошлин, обязанность по уплате которых возникает в случае ввоза товаров на таможенную территорию ЕАЭС. Распределение сумм ввозных таможенных пошлин для каждого государства-члена ЕАЭС устанавливается в следующих размерах (табл.2):

Таблица 2

Размер сумм таможенных пошлин, распределённых по странам-участницам ЕАЭС[11].

Государство – член ЕАЭС	Размер ввозных таможенных пошлин
Республика Армения	1, 11 %
Республика Беларусь	4, 56 %
Республика Казахстан	7, 11 %
Российская Федерация	85, 32 %
Кыргызская республика	1, 9 %

В исследовании Крохичевой Г.Е. выявлена экономическая сущность таможенных пошлин, которая заключается в том, что она способствует удорожанию ввозимой из-за границы продукции и тем самым защищает отечественных производителей от чрезмерной конкуренции, это создаёт барьер для иностранных конкурентов, и соответственно условия для безопасного развития и продажи отечественного продукта. С точки зрения целевой направленности или выполняемых функций можно выделить протекционистские, стимулирующие или фискальные пошлины. Протекционистский характер используется тогда, когда государство, поднимая ставки таможенных пошлин, поднимает тем самым национальные цены на импортируемый товар, а соответственно снижает его конкурентоспособность и защищает внутренний рынок [6].

Учитывая сущность и функции пошлины можно выделить его экономическую и торгово - политическую роль. Так, экономическая роль заключается в создании стоимостного барьера, который повышает цену товара независимо от примененного экспортного, импортного или транзитной пошлины; увеличении внутренней занятости; стимулировании государством развития отдельных отраслей экономики или предприятий; поступлении средств в федеральный бюджет страны; защите от демпинга. Быковский В.К. заявлял: «Торгово - политическая роль пошлины заключается в защите отрасли от конкуренции иностранных товаров (это не обязательно должны быть слабые в экономическом плане отрасли и предприятия, чаще крупнейшим защитой пользуются именно развитые, монополизированы области)» [4].

Вопрос обеспечения экономической безопасности является крайне сложным в силу неоднородности состава участников ЕАЭС, прежде всего в части таможенно-тарифного регулирования, что приводит подчас к несовпадению правовых условий перемещения товаров. Тем не менее, Красавина Л.Н. изъясилась, о том, что работа по согласованию интересов ведется, прежде всего, в рамках Евразийской экономической комиссии. Такой аспект дает базу для анализа и выявления угроз экономической безопасности объединения. Все решения, принимаемые Комиссией, основаны на коллегиальной основе. При этих условиях государства в области экономического регулирования теряют часть своего суверенитета, так как любые изменения ставок пошлин большинства товаров единого таможенного тарифа ЕАЭС возможно только после принятия решения Совета ЕЭК [7].

В своих исследованиях Дробот Е.В. заявляет, что таможенно-тарифная политика на 2016-2018 гг. базируется на следующих нормативно-правовых актах: постановление Правительства Российской Федерации от 29 декабря 2007 г № 1010 «О порядке составления проекта федерального бюджета и проектов бюджетов государственных внебюджетных фондов Российской Федерации на очередной финансовый год и плановый период», Концепция долгосрочного социально-экономического развития Российской Федерации до 2020 года, Основные направления деятельности Правительства Российской Федерации на период до 2018 года, Внешнеэкономическая стратегия Российской Федерации до 2020 года, а также на отраслевые государственные программы и стратегии [5].

Приоритетной задачей тарифной политики Российской Федерации, согласно взглядам Лохмановой Е.А., является обеспечение устойчивого функционирования российской экономики и экономик государств-членов ЕАЭС с опорой на внутренние источники роста. Таможенно-тарифная политика для реализации поставленной задачи должна создавать условия для экономически целесообразного импортазамещения в сфере производства инвестиционных и потребительских товаров, а так же способствовать повышению технологической интенсивности экономики и создаваемой в них добавленной стоимости. Перед таможенно-тарифной политикой стоит большая совокупность задач разнопланового характера, и в связи с этим повышается уровень требований к ее системности, обоснованности, сбалансированности и оперативности принятия решений. В среднесрочном периоде, учитывая международные обязательства России, будет осуществляться и в основном завершится постепенная либерализация импортного тарифа [8].

Одним из средств защиты национальной экономики, и как следствие обеспечение финансовой безопасности - одной из составляющих экономической безопасности Российской Федерации, должно выступать таможенное регулирование. Согласно сведениям, представленным в работе Крохичевой Г.Е., применение ряда административных мер таможенного регулирования в

условиях благоприятной геополитической обстановки не отвечает принципам Всемирной торговой организации (ВТО) и Евразийского экономического союза, участниками которых является Россия. С другой стороны, таможенный тариф, как средство достижения безопасных условий для экономики, используется многими государствами-членами ВТО, как в целях поддержания приемлемой конкурентной среды, так и в целях защиты отдельных приоритетных секторов экономики [6]. Как было уже отмечено, Россия является государством-членом ВТО, что накладывает на нее определенные ограничения в сфере таможенно-тарифного регулирования, в связи, со взятыми на себя обязательствами.

Для реализации Указа Президента РФ «О Стратегии национальной безопасности Российской Федерации» и вхождения России в число стран - лидеров по объему ВВП, представляется важным при формировании политики таможенного регулирования исходить из необходимости принятия единой программы развития приоритетных секторов экономики на территории России, с учетом комплексного подхода, базирующегося на применении различных мер таможенного регулирования, в том числе тарифного, направленных на создания благоприятного экономического и инвестиционного климата в государстве. Таможенные пошлины на изделия и оборудования, которые производятся в России или производство которых предусмотрено программой развития стратегических отраслей экономики, должны облагаться по повышенной ставке [1].

Таким образом, на данном этапе развития политической и торговой систем особо важную роль играют меры таможенно - тарифного регулирования, выступающие не только инструментом фискальной политики, но и средством защиты экономики страны, поддержания стабильности международной торговой системы. Именно поэтому четко отлаженный и взаимодействующий механизм таможенно-тарифного регулирования является важным условием обеспечения экономической безопасности Российской Федерации, отстаивания и защиты ее внешнеэкономических интересов, проведения государством грамотной и эффективной таможенной политики.

Список литературы:

1. О стратегии национальной безопасности: Указ Президента РФ от 31.12.2015 N 683 [Электронный ресурс]. – URL: <http://www.consultant.ru>.
2. О таможенном регулировании в Российской Федерации [Электронный ресурс]: Федеральный закон от 27.11.2010 N 311 – ФЗ. – URL: <http://www.consultant.ru>
3. О таможенном тарифе [Электронный ресурс]: Федеральный закон от 21.05.1993 N 5003 - 1 (ред. от 28.12.2016). – URL: <http://www.consultant.ru>.
4. Быковский, В.К. Понятие экономической безопасности государства: правовой аспект. / В.К. Быковский // Международное сотрудничество евразийских государств: политика, экономика, право: Научный журнал. – Москва, 2016. – №1 (6) - С. 98-105.
5. Дробот, Е.В. Таможенно - тарифное регулирование внешнеторговой деятельности как инструмент обеспечения экономической безопасности. / Е.В. Дробот, Н.В. Потехина // Экономические отношения: научный журнал. – Москва, 2017. – С. 229-246.
6. Крохичева, Г.Е. Система обеспечения экономической безопасности / Г.Е. Крохичева, Э.Л. Архипов, М.Ю. Баздикян // Науковедение: интернет-журнал. – 2017. - №5 – С. 1-8.
7. Красавина, Л.Н. Интеграционное взаимодействие государств-участников ЕАЭС как фактор обеспечения их национальной экономической безопасности / Л.Н. Красавина // Мир новой экономики: научный журнал. – 2017 - №4- С. 55-62.
8. Лохманова, Е.А. Таможенно - тарифное регулирование как экономический метод управления внешнеэкономической деятельностью государства / Е.А. Лохманова // Наука и образование в социокультурном пространстве современного общества: Сборник научных трудов по материалам Международной научно - практической конференции. - 2016. – С. 84-86.

9. Медведенко, О.В. Роль таможенных органов в обеспечении экономической безопасности России. / О.В. Медведенко // Творческий научный обозреватель: научный журнал. – Санкт-Петербург, 2017- №1(18) – С.120-131.

10. Шуклина З.Н. Актуальные проблемы безопасности государства и личности в условиях цифровизации мирового пространства// Международная научно-практическая конференция “Экономика, бизнес, инновации”: сборник статей в 2 ч. Ч. 2. – Пенза: МЦНС «Наука и Просвещение». – 2018. – 260 с. С. 156-160

11. Экспорт – импорт важнейших товаров за 2017 год [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.customs.ru/index2.php>

Об авторах

Шевцова Ю.А. - студентка 3 курса, 1 группы, специальность «Таможенное дело».

Шуклина З.Н. - научный руководитель, д.э.н., профессор кафедры таможенного дела и маркетинга Брянского государственного университета имени академика И.Г. Петровского».

ОЦЕНКА ВНЕШНЕЭКОНОМИЧЕСКОЙ УСТОЙЧИВОСТИ РОССИИ В УСЛОВИЯХ ГЕОПОЛИТИЧЕСКОЙ ТУРБУЛЕНТНОСТИ

Шештанова А.О.

Научный руководитель - Шуклина З.Н., д.э.н., профессор кафедры таможенного дела и маркетинга

ФГБОУ ВО «Брянский государственный университет имени академика И.Г. Петровского»

В статье определены основные подходы к понятию внешнеэкономической безопасности, сформулированы особенности внешнеэкономической безопасности в современных условиях и принципы ее обеспечения, подчеркнуты подходы к оценке внешнеэкономической устойчивости. Авторами выделены факторы и угрозы внешнеэкономической безопасности, необходимые меры для ее обеспечения, рассмотрены причины и последствия турбулентности экономических процессов на современном этапе, выявлены направления повышения устойчивости экономики РФ.

Ключевые слова: экономическая система, устойчивость, факторы устойчивости, турбулентность экономических процессов, управление.

В настоящее время наблюдаются кардинальные изменения в мировой экономике, которые будут иметь долгосрочные макроэкономические последствия для всех стран. Нестабильность мировой экономической системы, ее динамичность и противоречивость управляющих воздействий, с одной стороны, являются угрозой для хозяйствующей системы и могут привести к различного рода кризисным явлениям, с другой – открывают возможности, подталкивают к поиску новых источников экономического роста и модернизации экономической системы. Одним из свойств хозяйственных систем является их турбулентность, что проявляется в неупорядоченном движении, для которого характерны быстрая смена рыночных тенденций и сильные колебания экономических показателей, скачкообразное изменение статических состояний системы, предопределяемых значительными различиями в темпах их протекания и направленности. По мнению Ковалёва С.Г. Неустойчивость характерна прежде всего для процессов формирования цен, валютных курсов, биржевых котировок, спроса и предложения, потребления и сбережения, доходов и расходов бюджетной системы, инвестирования, реализации продукции, проведения расчетов [4].

В нынешних условиях взаимодействия с мировым хозяйством внешнеэкономическую безопасность можно определить, как соответствие результатов развития внешнеэкономических связей страны ее интересам – чем больше соответствие, тем выше уровень безопасности. Интересы России в этой сфере, в самом общем виде, состоят в том, чтобы, во-первых, внешнеэкономические связи оказывали стабилизирующее воздействие на народное хозяйство, служили фактором его структурного преобразования; во-вторых, функционирование рыночной экономики способствовало бы укреплению и расширению позиций России на международных рынках, повышению ее роли в мирохозяйственных связях. Как отмечают Иванов В.Г., Поташина М.О., экономическая безопасность представляет систему защиты жизненных интересов России. Экономическая безопасность страны – это такое состояние экономики, обеспечивающее ее независимое и устойчивое развитие. Элементами экономической безопасности являются [2]:

1. экономическая независимость (способность функционировать самостоятельно, без зависимости от других стран);

2. экономическая устойчивость (способность функционировать при внутренних и внешних неблагоприятных условиях);

3/ экономическое развитие (в экономике достаточно внутренних условий для экономического роста) [2].

Ковалёва С.Г. считает, что социально-экономическая устойчивость страны неразрывно связана как с устойчивостью федеральных округов и регионов ее составляющих, так и с наличием прочных взаимовыгодных социально-экономических связей между регионами, странами СНГ и дальнего зарубежья [2]. Для реализации любого стратегического или базового интереса страны нужна, прежде всего, материальная база. Эта база формируется в результате развития экономики и именно от состояния развития экономики зависит возможность реализации и защиты национальных интересов в целом. Следовательно, экономика – это важнейшая составляющая жизнеспособности любого государства. И экономические интересы страны в области экономики это, прежде всего, реализация базового национального интереса, а именно – последовательное улучшение уровня и качества жизни населения в регионах, выравнивание интересов регионов. Условием обладания устойчивостью к внешним воздействиям являются внутренние свойства самого объекта. Следовательно, устойчивость – есть внешняя форма, внешнее проявление внутренней структуры объекта. Основа устойчивости заложена внутри самого объекта. Для того чтобы повысить его устойчивость к воздействию различных факторов, необходимо, прежде всего, совершенствовать сам объект изнутри [5].

Экономическая устойчивость имеет различные количественные и качественные параметры на различных уровнях хозяйственных процессов. Так, можно определить экономическую устойчивость предприятия (фирмы), отрасли, а также экономическую устойчивость национального хозяйства, государства в целом. Это возможно, поскольку экономические процессы протекают в соответствии с едиными закономерностями, а различные уровни обуславливают возникновение лишь специфических особенностей, не искажая общих тенденций развития. В целом под устойчивостью понимается способность системы сохранять текущее состояние при наличии внешних воздействий. Поэтому устойчивость определяется, как способность системы сохранить свое качество в условиях изменяющейся среды, и внутренних трансформаций (случайных или преднамеренных).

Рассмотрим более подробно внешние факторы устойчивости. Савон И.В., Мамонтова Ю.П. отмечают, что данные факторы характеризуются действиями, осуществляющимися на международном, федеральном и региональном уровнях. В данную группу можно отнести [7]:

- государственное регулирование внешнеэкономической деятельности;
- уровень участия Российской Федерации и её экономических субъектов в международных договорах и соглашениях, определяющих ведение ВЭД;
- наличие устойчивого спроса на продукцию предприятия на внешних рынках;
- организация процедур страхования ВЭД предприятия;
- уровень развитости инфраструктуры ВЭД в регионе и стране;
- инвестиционный климат Российской Федерации и её регионов [3].

На современном этапе усиливается воздействие внешнеэкономических связей на социально-экономическое развитие России. На рисунке 1 представлены факторы усиления воздействия внешнеэкономических связей на социально-экономическое развитие.

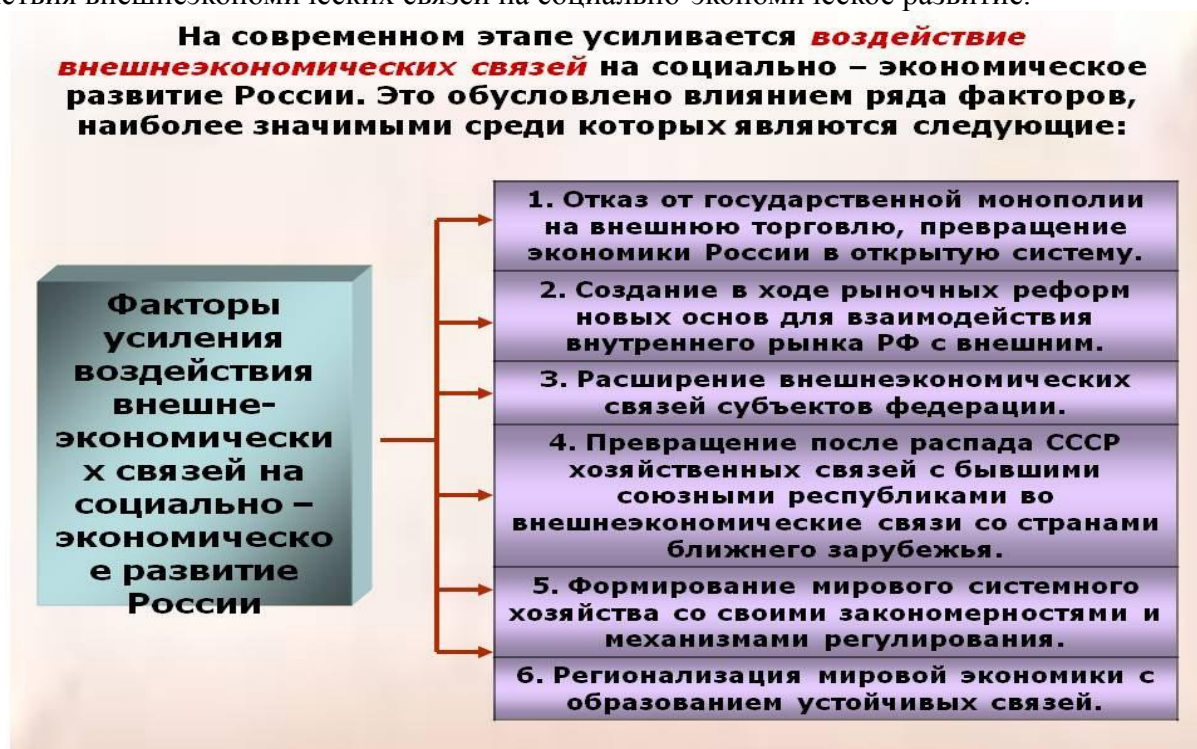


Рисунок 1 - Факторы усиления воздействия внешнеэкономических связей на социально-экономическое развитие [2]

Ефременко Д.В. считает, что турбулентность экономики можно рассмотреть, как движение отдельных ее элементов с разной скоростью и в разных направлениях, что сложно для выявления и анализа тенденций, а также последствий взаимодействий и взаимовлияний элементов друг на друга [1]. Савон И.В., Мамонтова Ю.П. к факторам, представляющим собой потенциальные угрозы внешнеэкономической безопасности, можно относят [7]:

1. Здоровье и начальное образование (62-место), в т.ч. ожидаемая продолжительность жизни (годы), число заболеваний туберкулезом, распространенность ВИЧ (% взрослого населения).

2. Эффективность рынка труда (49-место), в т.ч. сотрудничество в отношениях работник – работодатель, стоимость избыточной рабочей силы, влияние налогообложения на стимулы к работе, опора на профессиональный менеджмент, способность страны сохранять таланты, способность страны привлекать таланты.

3. Технологическая подготовленность (62-место), в т.ч. доступность новейших технологий, абсорбция технологий на уровне фирм, прямые иностранные инвестиции и трансфер технологий, международный интернет-трафик, кб/с на одного пользователя.

4. Зрелость бизнеса (72-место), в т.ч. количество местных поставщиков, уровень развития кластеров, глубина цепочки создания стоимости, готовность делегировать полномочия

5. Инновации (56-место), в т.ч. инновационная способность, затраты бизнеса на исследования и разработки, государственные закупки передовой технической продукции.

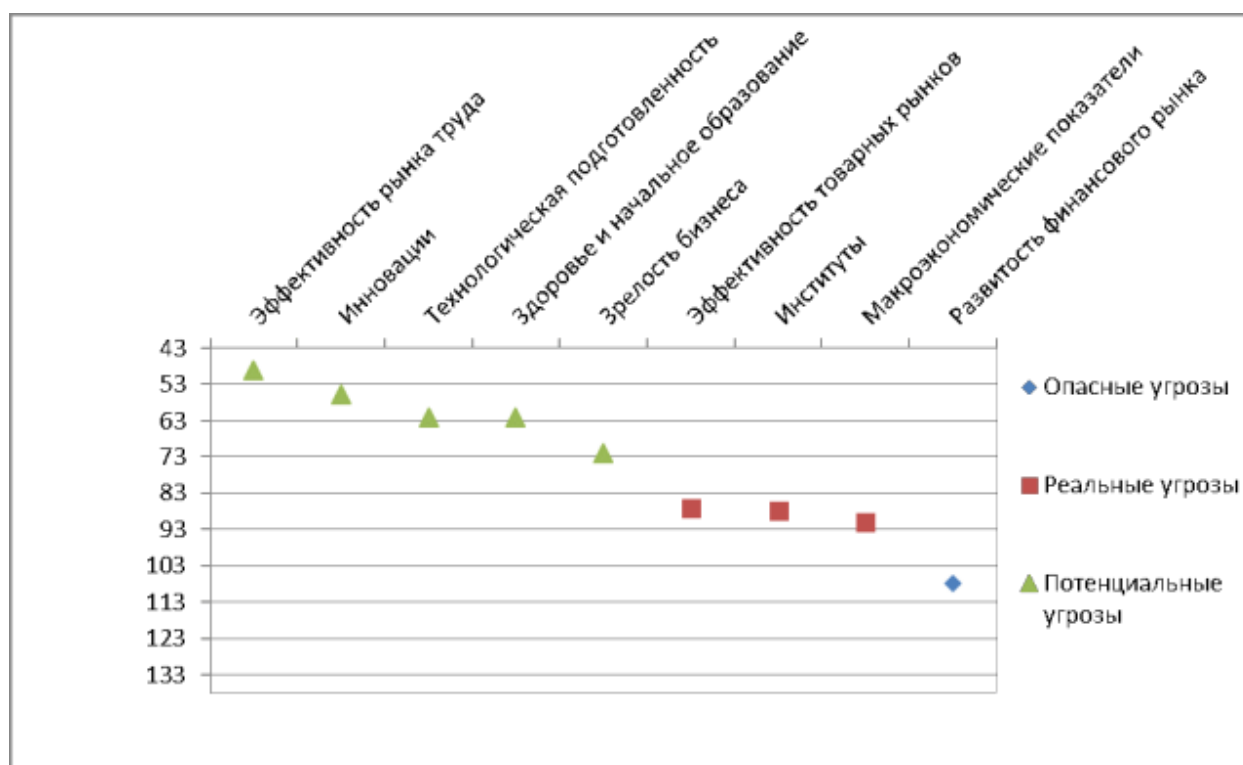


Рисунок 2 - Факторы, представляющие угрозы внешнеэкономической безопасности России [7]

Иванов В.Г., Поташина М.О. относят к факторам, представляющим собой реальные угрозы внешнеэкономической безопасности России [2]:

1. Институты (88-место), в т.ч. права собственности, защита интеллектуальной собственности, необоснованное расходование государственных средств, независимость суда, обременительность государственного регулирования, эффективность законов в оспаривании административного регулирования, издержки бизнеса, связанные с терроризмом, надежность полицейской службы, строгость стандартов аудита и отчетности, защита интересов миноритарных акционеров.

2. Макроэкономические показатели (91-место), в т.ч. дефицит государственного бюджета (% ВВП), инфляция (% в год), суверенный кредитный рейтинг.

3. Эффективность товарных рынков (87-место), в т.ч. влияние налогообложения на стимулы к инвестированию, затраты на сельскохозяйственную политику, распространенность торговых барьеров, распространенность иностранной собственности, влияние на бизнес регулирования прямых иностранных инвестиций, объем импорта (% ВВП) [3].

Как отметил премьер министр России Медведев Д. на форуме «Азия –Европа» (АСЕМ), необходимо вырабатывать общие действенные меры реагирования на угрозы терроризма со стороны «Исламского государства» (ИГ). По его мнению, геополитическая турбулентность создала условия для беспрецедентного усиления террористической угрозы. Экспансия так называемого «Исламского государства», стремящегося распространить свою активность на другие регионы, является одним из ключевых вызовов международной стабильности. Это общая проблема. Главную задачу видим в том, чтобы вместе выработать действенные меры реагирования [5]. Премьер РФ добавил, что в контексте усилий по ликвидации террористического очага в Сирии, которые выстраиваются при активном участии России, «важно добиваться неукоснительного исполнения решений Совбеза ООН о пресечении подпитки ИГ и связанных с ним группировок, перекрывая границы для «экспорта» террористами нефтепродуктов, поставок им оружия и другой контрабанды, транзита иностранных террористов-боевиков». В тоже время по словам главы российского МИД Лаврова С., запад расшатывает прежнюю систему контроля вооружений, чтобы добиться военного превосходства для решения своих корыстных задач. На этом фоне позиция России проста и понятна, но необходимо вернуться к уже существующим договоренностям [6].

Россия предлагает: сокращение ядерных арсеналов необходимо, но оно должно быть постепенным и, главное, взаимным, с сохранением баланса сил, потому что есть и другие виды оружия, не менее опасные. И чтобы разоружались не только Россия и США.

По заявлению В.В. Путина на саммите G20 в Брисбене, если будут и дальше предлагаться попытки решать все вопросы исключительно руководствуясь своими геополитическими интересами, то трудно прогнозировать, как долго это (турбулентность) будет продолжаться [5]. Согласно его позиции, необходимо придерживаться фундаментальных принципов международного права, уважать интересы друг друга. В ином случае, это закончится катастрофично для всех участников.

Базовым интересом внешнеэкономической безопасности в условиях нестабильности мировой экономики становится сохранение и укрепление позиций страны в мировой хозяйственной системе. Стратегические интересы при этом имеют четко выраженную страновую специфику. Обеспечение внешнеэкономической безопасности включает в себя противостояние воздействию внешнеэкономическим негативным факторам; предотвращение и снижение возможного ущерба и потерь, нанесенных национальному хозяйству под влиянием международной конкуренции и мировой конъюнктуры; сохранение независимости национальной экономики от влияния извне [4].

В целом обеспечение внешнеэкономической безопасности основывается на развитии экономических процессов, которые способствуют формированию необходимых условий повышения конкурентоспособности национальной экономики и устойчивого социально-экономического развития с целью удовлетворения интересов государства. В настоящее время вступила в силу Стратегия национальной безопасности Российской Федерации, утвержденная Указом Президента Российской Федерации от 31 декабря 2015 года № 683, в которой особая роль отведена внешнеэкономической безопасности. Обеспечение внешнеэкономической безопасности возможно на базе взаимосвязанных действий: по реализации грамотной внешней политики Российской Федерации, направленной на создание стабильной и устойчивой системы международных отношений, опирающейся на международное право и основанной на принципах равноправия, взаимного уважения, невмешательства во внутренние дела государств, взаимовыгодного сотрудничества, политического урегулирования глобальных и региональных кризисных ситуаций; по развитию экономики страны, обеспечению экономической безопасности и созданию условий для развития личности, перехода экономики на новый уровень технологического развития, вхождения России в число стран — лидеров по объему валового внутреннего продукта и успешного противостояния влиянию внутренних и внешних угроз [3].

Стратегией национальной безопасности Российской Федерации определены главные стратегические риски и угрозы внешнеэкономической безопасности:

- низкая конкурентоспособность;
- сохранение экспортно-сырьевой модели развития и высокая зависимость от внешнеэкономической конъюнктуры;
- отставание в разработке и внедрении перспективных технологий;
- незащищенность национальной финансовой системы от действий нерезидентов и спекулятивного иностранного капитала;
- уязвимость информационной инфраструктуры национальной финансовой системы;
- несбалансированность национальной бюджетной системы;
- регистрация прав собственности в отношении значительной части организаций в иностранных юрисдикциях,
- ухудшение состояния и истощение сырьевой базы, сокращение добычи и запасов стратегически важных полезных ископаемых,
- прогрессирующая трудонедостаточность,
- сохранение значительной доли теневой экономики, условий для коррупции и криминализации хозяйственно-финансовых отношений, незаконной миграции;
- неравномерное развитие регионов, снижение устойчивости национальной системы

расселения [4].

В мире обостряются противоречия, связанные с неравномерностью мирового развития, углублением разрыва между уровнем благосостояния государств, усилением борьбы за ресурсы, доступ к рынкам сбыта, контроль над транспортными артериями. Конкуренция не только охватывает человеческий, научный и технологический потенциалы, но и все больше приобретает цивилизационный характер, форму соперничества ценностных ориентиров. В этих условиях попытки навязывания другим государствам собственной шкалы ценностей чреваты ростом ксенофобии, нетерпимости и конфликтности в международных делах и в конечном итоге могут привести к хаосу и неуправляемости в международных отношениях. Это выводит в разряд приоритетных задач предотвращение межцивилизационных разломов, формирование партнерства между культурами, религиями и цивилизациями, призванного обеспечить гармоничное развитие человечества. Стремление западных государств удержать свои позиции, в том числе посредством навязывания своей точки зрения на общемировые процессы и проведения политики сдерживания альтернативных центров силы, приводит к нарастанию нестабильности в международных отношениях, усилению турбулентности на глобальном и региональном уровнях. Борьба за доминирование в формировании ключевых принципов организации будущей международной системы становится главной тенденцией современного этапа мирового развития» [1].

В условиях усиливающихся глобализационных процессов, способствующих росту конкурентоспособности развитых экономик, вопросы обеспечения внешнеэкономической безопасности России (учитывая весьма низкие показатели ее конкурентоспособности) остаются актуальными. В целях обеспечения внешнеэкономической безопасности России необходимо, во-первых, обеспечить устойчивое экономическое развитие, улучшение качества конкурентной среды, как на макро- так и на микроуровнях, учитывая показатели развитых экономик. Во-вторых, требуется разработать национальную концепцию международной конкурентоспособности России, в которой будет учтено мнение бизнес-сообщества, представителей науки и общественных организаций.

Итак, внешнеэкономическая устойчивость России связана с реализацией направлений по обеспечению внешнеэкономической безопасности, укреплением государственной власти, повышением доверия к ее институтам, адаптацией механизма формирования российской экономической политики к задачам повышения ее конкурентоспособности. Активное, инновационное поведение в противостоянии геополитической турбулентности позволит усилить имидж страны, роль на мировой арене и удовлетворенность граждан политикой государства.

Список литературы:

1. Господарик Ю., Пашковская М. Международная экономическая безопасность. Учебник - М.: Синергия, 2017. -426с.
2. Ларионов И.К., Гуреева М .А. Экономическая безопасность личности, общества и государства (многоуровневый, воспроизводственный, глобальный, системный, стратегический и синергический подходы).- М.: «Дашков и Ко», 2017.-478с.
3. Ковалёв С.Г. Суверенное конкурентоспособное развитие России в турбулентно-глобальном мире: исторические и современные аспекты // ПСЭ. 2017. №1 (61).
4. Медведев: Геополитическая турбулентность создала условия для беспрецедентного усиления террористической угрозы. Режим доступа: <http://novostink.ru/russia/166226-medvedev-geopoliticheskaya-turbulentnost-sozdala-usloviya-dlya-besprecedentnogo-usileniya-terroristicheskoy-ugrozy.html#ixzz5AOmP88cX>
5. Преуспеть в турбулентном будущем. Режим доступа: <https://khazin.ru/articles/11-analitika-i-prognozy/28558-preuspet-v-turbulentnom-budushhem>
6. Савон И.В., Мамонтова Ю.П. Состояние внешнеэкономической безопасности России и направления ее обеспечения в современных условиях, Режим доступа: <http://rostjournal.ru/?p=711>
7. Шуклина З.Н. Актуальные проблемы безопасности государства и личности в условиях

цифровизации мирового пространства// Международная научно-практическая конференция «ЭКОНОМИКА, БИЗНЕС, ИННОВАЦИИ»: сборник статей в 2 ч. Ч. 2. – Пенза: МЦНС «Наука и Просвещение». – 2018. – 260 с. С. 156-160

8. Шуклина З.Н., Сердюк Е.,Ю., Коротков Д.И. Современное значение протекционизма на уровне государства// Экономика и социум, 2017, № 1

Об авторах

Шештанова А.О., студентка 3 курса, 2 группы направление подготовки «Таможенное дело» финансово-экономический факультет.

Шуклина З.Н., научный руководитель, д.э.н., профессор кафедры таможенного дела и маркетинга Брянского государственного университета имени академика И.Г. Петровского.

НАЦИОНАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКИЕ ИНТЕРЕСЫ И КОНФЛИКТЫ НА МЕЖДУНАРОДНОЙ АРЕНЕ

Шумилина Е.Г.

Научный руководитель - Шуклина З.Н., д.э.н., профессор кафедры таможенного дела и маркетинга

ФГБОУ ВО «Брянский государственный университет имени академика И.Г. Петровского»

В статье представлены мнения ученых в отношении национально-экономических интересов РФ и конфликтов на международной арене, проанализированы подходы к оценке национальных экономических интересов России, выделены периоды этнических и политических конфликтов, выявлены основные причины международных конфликтов, определено их влияние на экономическую безопасность страны.

Ключевые слова: национально-экономические интересы, конфликты, внешнеторговая деятельность, международные отношения

Изучение сущности и специфики национальных экономических интересов в современной России представляет на сегодняшний день большой интерес. Проведение социально-экономических реформ, поддержку отраслей народного хозяйства, принятие законодательных актов, решений относительно вступления в международные экономические организации, объединения в рамках интеграционных группировок – все это необходимо осуществлять в общем русле национальных экономических интересов. Национально-государственные интересы складываются в соответствии с геополитическими параметрами и ресурсными вероятностями государства. Формирование национально-государственного интереса – это целенаправленная работа страны по осознанию потребностей и созданию внимания конкретного содержания у всевозможных субъектов, на которую важное воздействие оказывают степень экономического становления государства, ее авторитет и место в мировом сообществе, национально-культурные традиции и другие моменты.

Национальные экономические интересы в структуре государственных интересов - это экономическая компонента, представленная, цельным диапазоном интересов таких субъектов хозяйствования, как национальные фирмы во всем обилии их взаимосвязей. Национальные экономические интересы, представляющие собой сложный комплекс отношений между государственными, зарубежными и международными экономическими субъектами по поводу изготовления, распределения, обмена и употребления валового внутреннего продукта государства, нацеленные на долгосрочное становление государственного хозяйства как целостного и

конкурентного организма в условиях глобализации, невозможности рассматривать за пределами государственных интересов в целом [8] .

Таблица 1 – Сферы реализации национальных экономических интересов РФ

Сферы	Национальные экономические интересы
1. В сфере валютно-финансового сотрудничества	повышение во взаиморасчётах между странами БРИКС роли национальных валют. В этой сфере следует отметить также заключение на VI саммите стран БРИКС Договора о создании Пула условных валютных резервов стран БРИКС и Соглашения о создании Нового банка развития БРИКС
2. В сфере торгово-экономического сотрудничества	обеспечение условий для продвижения российского экспорта и для развития инвестиционного сотрудничества с партнёрами по БРИКС
В сфере промышленного сотрудничества	повышение российских экспортных возможностей в таких секторах экономики, как авиационная, радиоэлектронная, промышленность, энергетическое машиностроение, металлургия, станкостроение, транспортное и особое машиностроение; ввоз современного оборудования и технологий из государств БРИКС; географическая диверсификация отечественного экспорта минеральных ресурсов и привлечение инвестиций стран БРИКС в российскую горнодобывающую промышленность с целью её модернизации; и в иных сферах сотрудничества (научно-техническая, сельскохозяйственная)

Кудрин А.Л. на ежегодной конференции Евразийского банка становления сказал, что региональные финансовые союзы, охватывая ЕАЭС, создают препятствия для торговли, вследствие этого РФ нужно отказаться от «эгоизма» из-за глобализации. По его словам, невозможно недооценивать и свежие американские санкции. ЕАЭС пока же во внешней торговле РФ дает в пределах 8–9%. В следствии этого, естественно, Российская Федерация обязана думать как об ЕАЭС, так и о иных направлениях собственного торгового сотрудничества [10].

Осуществление национальных интересов РФ вероятно лишь только на базе устойчивого становления экономики. Вследствие этого национальные интересы Российской Федерации в данной сфере являются ключевыми. Обеспечение всех элементов национальной безопасности: оборонной, экологической, информационной, внешнеполитической зависит от экономических возможностей страны. Согласно Кудрова В.М., в результате ориентации стран только на национально-экономические интересы возникают конфликты. В XX веке мировая экономика испытала три волны народных конфликтов, которые привели к образованию десятков свежих, большей частью государственных, стран [6]. В своей работе Кравченко С.А., Подберезкин А.И. выделяют периоды этнических и политических конфликтов. Первоначально, в следствии завершения Первой Мировой войны, произошел распад двух государств - Австро-Венгерской и Османской, на земле которых появились новые государства [5]. Вторая волна относится ко второй мировой войне и к распаду колониальных держав. В результате третьей волны произошел распад СССР. Многие ученые считают, собственно, что ныне человечество располагается на излете «третьей волны», что готовит вероятным предсказать, что новые народные конфликты станут возникать сравнительно редко. Впрочем, при наличии множество народов, не имеющих собственного государства (например, курдов, компактно живущих в Турции, Ираке, Сирии и Иране) никто не знает, когда и при каких условиях начнется «четвертая волна». [3].

Боброва А.В. отмечает, что современные инциденты стали одним из основных факторов неустойчивости на планете. Будучи буквально не управляемыми, они демонстрируют направленность к разрастанию, включению все наибольшего количества членов, что делает опасную угрозу не только тем, кто именно вовлечен в конфликт, но и всем живущим на Земле. В современном интеграционном мире данная опасность значительно растет, если принимать во

внимание и то, что в том числе в случае малозначительных региональных конфликтов вспыхивают большие конфликтогенные ситуации [1]. Обстановка осложняется еще и тем, что только со второй половины XX века, в последствии того, как конфликты стали приобретать действительную угрозу выживанию человечества, в науке начала складываться независимая область научных изысканий – конфликтология. Одним из ведущих ее принципов считается предупреждение раскрытых, вооруженных форм проявления конфликтов, их урегулирование и улаживание, а еще разрешение конфликтов мирными способами. Некоторые ученые ассоциируют исследования и практическую работу по урегулированию конфликтов с медициной, имея ввиду, что и конфликтное урегулирование, и лечение болезней по существу решают одни и те же 3 задачи: диагностируют, оформляют прогноз и предписывают терапевтические фармацевтические средства [2].

В своей работе Курбанова З.М. пишет о том, что международный конфликт - это особое, а не рутинное политическое отношение, поскольку оно означает и объективно, и субъективно позволение разнородных определенных противоречий и порождаемых ими задач в конфликтной форме, которые в ходе собственного развития имеют все шансы продуцировать международные упадки и вооруженную борьбу стран. Международный конфликт как политическое отношение воспроизводит не только объективные противоречия, но и вторичные, по собственному характеру субъективные, противоречия, обусловленные специфичностью их восприятия политическим управлением и процедурой принятия политических заключений в представленной стране. При этом субъективные противоречия готовы, например. иначе влиять на появление и становление конфликта, интересы и цели сторон, которые во множества случаях представляются достаточно отчужденными от настоящих противоречий. То есть международный конфликт фокусирует для себя все без исключения экономические, идеологические, социально-классовые, идейные, именно политические, военно-стратегические и другие отношения, которые развиваются в связи с данным конфликтом [7].

Таблица 2 – Основные национально-экономические конфликты и интересы России в глобальной среде

Страны	Конфликты	Интересы
США	Скрытые и явные конфликты, начиная с периода «Холодной войны», обострение в виде информационных войн, введения санкций, принятия Доктрины по ядерному оружию, высылка 60 дипломатов	Экономическая и политическая независимость от США, фактически есть валютная, инвестиционная, технологическая зависимость от США Укрепление независимости и статуса на мировой арене
Украина	В 2014 году присоединение Крыма к России, обострение ситуации на Донбассе	Приграничные отношения, сотрудничество России и Украины в борьбе с организованной преступностью, терроризмом, незаконным оборотом наркотиков, в противодействии новым вызовам и угрозам
Сирия	Международный терроризм, борьба с террористической организацией ИГИЛ	Стратегический, военный (авиабазы РФ)
Страны ЕС	Политические и экономические санкции	Экономическая и политическая независимость от стран ЕС, активный экспорт и импорт
Япония	Территориальный и стратегический конфликт за Курильские острова, как геополитически важный объект для Японии	Мирное сосуществование стран

С точки зрения Купряшина Г.Л., в теории международных отношений, международный конфликт рассматривается как особенное политическое отношение 2-ух или нескольких сторон - народов, стран или групп стран, - концентрированно воспроизводящее в форме косвенного или же конкретного столкновения экономические, социально-классовые, политические, территориальные, национальные, религиозные или другие по природе и характеру интересы. Международные конфликты, этим образом, считаются разновидностью международных отношений, в которые вступают различные страны на основе противоречия интересов [3].

Курбонова З.М., считает, что возникнув как политическое отношение, международный конфликт обретает некую самостоятельность, личную логику развития и вследствие этого способен уже самостоятельно разным образом взаимодействовать на иные отношения, развивающиеся в рамках данного конфликта, на характер лежащих в его основе противоречий и методы их разрешения. Международные конфликты, независимо от любых специфических признаков, которые присущи любому из них, объективно порождаются как особенные конкретно-исторические политические отношения между государствами или же группами государств в пределах конкретного пространственно-временного континуума. Они воспроизводят непосредственно или в опосредованной форме, в том или же ином облике отображают расстановку и соответствие сил на международной арене, состояние и развитие системы международных отношений и ее структуры на всевозможных уровнях [7].

По мнению Косарева М.И., многие из конфликтов, тем более на глобальном уровне, развиваясь, переносят в структуру международных отношений свойственные им сложные процессы, накладывая конкретный отпечаток на характер протекающих в системе процессов, корректируют образующиеся в ней противоречия. Международные конфликты могут оказывать влияние на саму систему международных отношений в целом, вызывая появление в ней структурных изменений. Пока что это было характерно лишь таким масштабным международным конфликтам, как первая и вторая мировая война [4].

Согласно Курбановой З.М. будучи особыми политическими отношениями, международные конфликты считаются феноменами, обладающими собственной структурой и процессом развития. Вместе с тем конфликты в том или ином виде ведут взаимодействие с системой, структурой и процессом международных отношений в целом, возникают, и развиваются по законам данной системной среды. Одни из конфликтов считаются частью основной, во многом инвариантной в пределах конкретных исторических периодов структуры международных отношений (баланс сил, мирное сосуществование и тому подобное). Иные конфликты представляют собой часть меняющихся в более короткие исторические сроки структурных узлов международных отношений (ближневосточный, балканский и другие) [7].

Вахрушев Д.С., Лаврова Е.В., Асриев С.А. отмечают, что международный конфликт как форма политических отношений знаменует собой конкретный разрыв, скачок в их развитии. Само по себе конфликт интересов стран на международной арене в критериях устоявшейся системы МГО считается следствием неравномерности в их развитии, а, значит, и изменений соотношения сил между ними. Бурный социально-экономический подъем той или иной страны не вписывается в ранее представленные ролевые функции, требует выхода за их пределы. Но образовавшаяся система отношений не позволяет решить данный вопрос без вреда для интересов других стран, стремящихся к консервации собственного места и роли на международной арене. В данной ситуации и появляются конфронтационные интересы. Международный конфликт, наряду с деструктивной функцией создания международной напряженности, несет в себе и нечто положительное, выполняя роль сигнальщика, предупреждающего об изменении соотношения сил на международной арене, по-другому говоря, выполняет коммуникативно-информационную функцию [2].

Таким образом, национально-экономические интересы – это совокупность объективных экономических потребностей независимой страны, удовлетворение которых обеспечивает эффективное функционирование и устойчивое развитие ее экономической системы, а через нее и экономики. Международный конфликт несет в себе нечто положительное, выполняя роль сигнальщика, предупреждающего об изменении соотношения сил на международной арене. На

мировом уровне национально-экономические интересы России связаны с поддержанием научно-технического потенциала развития экономики на мировом уровне и повышение ее конкурентоспособности.

Список литературы:

8. Боброва А.В. Экономика политических конфликтов // Управление в современных системах. 2017. № 1 (12). С. 3-16.
9. Вахрушев Д.С., Лаврова Е.В., Асриев С.А. Предотвращение и урегулирование конфликта интересов как путь устранения внутренних угроз экономической безопасности и совершенствования публичного управления // Социальные и гуманитарные знания. 2017. Т. 3. № 2 (10). С. 126-130.
10. Глазьев С.Ю., Нижегородцев Р.М., Купряшин Г.Л., Макогонова Н.В., Сидоров А.В., Сухарев О.С. Управление развитием национальной экономики на федеральном уровне (материалы круглого стола 26. 10. 2016) // Государственное управление. Электронный вестник. 2017. №60. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/upravlenie-razvitiem-natsionalnoy-ekonomiki-na-federalnom-urovne-materialy-kruglogo-stola-26-10-2016> (дата обращения: 21.03.2018).
11. Косарев М.Н. Экономическая безопасность в системе национальной безопасности России // Вестник Уральского юридического института МВД России. 2016. №1. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/ekonomicheskaya-bezopasnost-v-sisteme-natsionalnoy-bezopasnosti-rossii-1> (дата обращения: 21.03.2018).
12. Кравченко С.А., Подберезкин А.И. Усложняющаяся динамика политических интересов: вызовы для национальной безопасности России// Научно-аналитический журнал Обозреватель - Observer. 2017. № 10 (333). С. 25-41
13. Кудров В. М. Национальная экономика России / В.М. Кудров. - М.: Дело, 2014. - 544 с.
14. Курбонова З.М. Международный конфликт как феномен политических отношений // Актуальные проблемы современности: наука и общество. 2017. №2 (15). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/mezhdunarodnyy-konflikt-kak-fenomen-politicheskikh-otnosheniy> (дата обращения: 21.03.2018).
15. Наумова А.В. Национальные интересы России в отмене санкций // Научный альманах. 2017. № 3-1 (29). С. 172-174.
16. Шуклина З.Н. Актуальные проблемы безопасности государства и личности в условиях цифровизации мирового пространства// Международная научно-практическая конференция «ЭКОНОМИКА, БИЗНЕС, ИННОВАЦИИ» сборник статей в 2 ч. Ч. 2. – Пенза: МЦНС «Наука и Просвещение». – 2018. – 260 с. С. 156-160
<https://www.rbc.ru/economics/31/10/2017/59f835ea9a79479bac76db6>

Об авторах

Шумилина Е.Г., студентка 3 курса, 1 группы, специальность «Таможенное дело».

Шуклина З.Н., научный руководитель, д.э.н., профессор кафедры таможенного дела и маркетинга Брянского государственного университета имени академика И.Г. Петровского.

ПРАВОВЫЕ ИССЛЕДОВАНИЯ

УСЛУГИ КАК ГРАЖДАНСКО-ПРАВОВАЯ КАТЕГОРИЯ

Ребицкая Е.В.

Научный руководитель - Березко Д.В., старший преподаватель кафедры гражданского права и гражданского процесса

Витебский государственный университет имени П.М. Машерова

Данная статья посвящена исследованию услуг как гражданско-правовой категории. Автор изучает различные подходы к определению понятия «услуги», высказывая свое мнение на каждое из них. Кроме того, проведя анализ всех, представленных в статье понятий «услуги», автором разрабатывается свое собственное определение понятия.

Услуги, гражданские правоотношения, объекты гражданских правоотношений, обязательства по оказанию услуг.

Дискуссии о сущности услуг, их месте в нормативном регулировании велись в цивилистической доктрине еще с 70-х годов XX века, однако до сих пор отсутствует как легальное, так и единое доктринальное понятие «услуги». В зависимости от понимания сущности услуги, в науке ученые выдвигают различные их дефиниции.

Большинство ученых рассматривают услуги как деятельность по удовлетворению потребностей граждан. Однако как правильно отметили Е. Н. Романова и Ю. Х. Калмыков «понятием «услуги» охватываются имущественные отношения не только с участием граждан, но и с участием юридических лиц» [5]. Мы считаем, данное уточнение более чем целесообразным и необходимым в современном понимании сущности услуг.

Наиболее широко определял услугу Ю. Х. Калмыков: «деятельность, направленная на создание удобств или предоставление льгот контрагенту по обязательственному правоотношению» [2]. Соответственно, к обязательствам по оказанию услуг он относил любые по своей правовой природе договоры, которые совершаются на льготных условиях, либо с целью создания удобств для управомоченного лица: договоры бытового подряда и проката, розничной купли-продажи в кредит и т. д. Полагаем, что при подобном подходе понятием «обязательства по оказанию услуг» охватывается слишком широкий круг обязательств, что размывает само понятие.

Интересный подход в изучении правовой природы услуг высказала Е.Н.Романова, которая считала необходимым разграничивать обязательства по результатам деятельности, относя к обязательствам по оказанию услуг только те, которым присущи следующие признаки:

- а) предмет договора составляют полезный эффект в виде удобств для контрагентов (экономия времени, средств, дополнительные гарантии и т.д);
- б) услуга как деятельность потребляется в процессе ее предоставления» [5].

Из приведенных определений видно, что рассмотрение услуг как результата деятельности в отрыве от самой деятельности непродуктивно, так как в конечном итоге все эти авторы все равно определяли услуги именно через деятельность.

Наибольшую поддержку в литературе получило определение услуги как деятельности, не имеющей овеществленного результата. Так, О. С. Иоффе указывал на то, что в договоре услуг идет речь «о деятельности таких видов, которые не получают или не обязательно должны получить воплощение в материализованном, а тем более в овеществленном результате». Основываясь на определении, данным О.С. Иоффе, Е. Д. Шешенин выделял следующие признаки услуги:

- а) это деятельность лица (юридического или физического), оказывающего услугу;
- б) оказание услуги не оставляет вещественного результата;

в) полезный эффект услуги (деятельности) потребляется в процессе предоставления услуги, а потребительная стоимость услуги исчезает [4].

Вместе с тем использование в качестве ключевого признака услуг отсутствия овеществленного результата подвергается в правовой литературе и справедливой критике, которая основана на анализе п. 2 ст. 733 Гражданского Кодекса Республики Беларусь. Так, А.Ю. Кабалкин отмечает, что «многие договоры оказания услуг связи заключаются по поводу отправления писем, бандеролей, посылок. Одним из условий договора туристического обслуживания чаще всего является предоставление определенных транспортных средств. Число таких примеров можно увеличивать за счет иных отношений, например таких, как оказание медицинских услуг по различным видам протезирования» [3]. Также допускает возможность наличия у некоторых видов услуг материального результата и Т.Л. Левшина, которая пишет, что «в рамках одного вида услуги осуществление деятельности или действий может иметь материальный результат, а может и не иметь. Так, медицинские услуги по оказанию стоматологической помощи могут иметь такой результат, а терапевтическое лечение – нет» [2].

Следовательно, устоявшееся представление об услугах как деятельности, не имеющей овеществленного результата, не в полной мере соответствует действующему законодательству, что ставит исследователей перед необходимостью искать новые подходы к выявлению сущности услуг как объекта обязательства по оказанию услуг.

По наиболее результативному пути в разработке определения понятия «услуги», на наш взгляд, пошел Д.И. Степанов. Ученый выделил следующие признаки услуги:

- совокупность действий, последовательно сменяющих или дополняющих друг друга, составляет поведенческую характеристику услуги;
- услуга не имеет вещественного результата, как операция обладает свойством неосвязаемости;
- трудность обособления и неотделимость от источника;
- услуга, оказываемая конкретным человеком или сообществом, индивидуализируется, становится в известной мере уникальной, эксклюзивной, хотя и продолжает относиться к конкретному виду деятельности;
- моментальная потребляемость услуги, т.е. свойство синхронности оказания и получения услуги;
- неустойчивость качества услуги [6].

Исходя из выделенных признаков, Д.И.Степанов сформулировал следующее определение услуг: «Услуги – это разновидность объектов гражданских правоотношений, выражающихся в виде определенной правомерной операции, т.е. в виде ряда целесообразных действий исполнителя либо в деятельности, являющейся объектом обязательства, имеющей нематериальный эффект, неустойчивый вещественный результат либо овеществленный результат, связанный с другими договорными отношениями, и характеризующийся свойствами осуществимости, неотделимости от источника, моментальной потребляемости, неформализованности качества» [6]. Данное определение как нельзя лучше акцентирует внимание на всех особенностях услуги как гражданско-правовой категории, одно является довольно обширным.

Изучив все вышерассмотренные определения понятий, предлагаем свой вариант определения понятия: услуги – это ряд действий исполнителя, направленных на удовлетворение потребности заказчика, результатами которых выступают, как правило, нематериальные объекты.

Таким образом, и в науке, и в законодательстве отсутствует единое определение понятия «услуги». Наибольшую поддержку в литературе получило определение услуги как деятельности, не имеющей овеществленного результата, однако оно также имеет ряд своих неточностей. Следовательно, вряд ли возможно выработать некое единое понятие, охватывающее все значения услуг. Именно этим могут объясняться неудачи цивилистов при формировании понятия «услуги» как гражданско-правовой категории.

Список литературы:

1. Гражданский кодекс Республики Беларусь: Закон Респ. Беларусь, 7 декабря 1998 г. № 218-З // Эталон Беларусь [Электронный ресурс] / Нац. центр правовой информ. Респ. Беларусь. – Минск, 2018.
2. Кванина, В. В. Договор на оказание возмездных услуг: учебное пособие/ В. В. Кванина // Челябинск, 2002 – 216 с.
3. Мирошник, А.В. Возмездное оказание услуг в гражданском праве России// [Электронный ресурс] / Библиотека диссертаций Российской Федерации. - Москва 2008. - Режим доступа: <http://diss.rsl.ru/> - Дата доступа: 06.03.2018.
4. Пучков, Е.А. Правовое регулирование договора возмездного оказания услуг// [Электронный ресурс] / Библиотека диссертаций Российской Федерации. - Москва 2006. - Режим доступа: <http://diss.rsl.ru/> - Дата доступа: 06.03.2018.
5. Романова, Е. Н. Гражданско-правовое содержание услуг / Е. Н. Романова// М., 2000. – 311 с.
6. Степанов, Д.И Услуги как объект гражданских прав // [Электронный ресурс] / Библиотека диссертаций Российской Федерации. - Москва 2005. - Режим доступа: <http://diss.rsl.ru/> - Дата доступа: 06.03.2018.

Об авторах

Ребицкая Екатерина Витальевна, студентка 4 курса юридического факультета Витебского государственного университета имени П.М. Машерова.

Березко Денис Васильевич, старший преподаватель кафедры гражданского права и гражданского процесса.

СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ ПРОХОЖДЕНИЯ ГОСУДАРСТВЕННОЙ ГРАЖДАНСКОЙ СЛУЖБЫ БРЯНСКОЙ ОБЛАСТИ (НА ПРИМЕРЕ УПРАВЛЕНИЯ МИРОВОЙ ЮСТИЦИИ БРЯНСКОЙ ОБЛАСТИ)

Новикова М.А.

Научный руководитель - Макарова Г.В., к.с.н., доцент кафедры экономики и управления

ФГБОУ ВО «Брянский государственный университет имени академика И.Г. Петровского»

Статья посвящена вопросам прохождения государственной гражданской службы. Особое внимание обращается на правовую основу Управления мировой юстиции Брянской области. На основе анализа динамики численности, результативности практической деятельности, а также характера взаимодействия определяются меры по улучшению системы прохождения государственной гражданской службы.

Ключевые слова: государственно гражданская служба, прохождение государственной гражданской службы, совершенствование кадровой работы.

В условиях реформирования всех областей государственного управления, важное значение имеет формирование корпуса эффективных чиновников. Этому вопросу государство постоянно уделяет внимание, занимаясь вопросами реформирования и развития системы государственной гражданской службы Российской Федерации. Становление и развитие государственного гражданского служащего проходит в ходе прохождения гражданской службы. Прохождение государственной службы представляет собой систему правовых, организационных и социальных

мер, которые определяют процедуру, содержание и основные этапы прохождения службы. Кроме того, это совокупность отношений, которые возникают между государством и государственными служащим в ходе осуществления государственно-служебных полномочий и, наконец, определенные технологии прохождения службы [4, с. 279].

Государственная служба основывается на принципах, которые можно разделить на три группы: принципы отбора сотрудников на государственную службу, принципы самой государственной службы, а также принципы прекращения государственной службы [1]. Нормативно-правовые основы прохождения государственной службы представляют собой систему нормативных правовых актов и правовых норм, которая имеет несколько уровней.

Организация и контроль за прохождением государственной службы в Управлении мировой юстиции Брянской области возложены на отдел кадров, который является структурным подразделением управления мировой юстиции Брянской области, и действует на основании Положения об отделе кадров управления мировой юстиции.

Основными задачами отдела являются:

- Кадровое обеспечение деятельности мировых судей, управления и организация прохождения государственной службы.
- Обеспечение реализации федеральных законов, законов Брянской области и иных нормативных правовых актов о государственной гражданской службе в аппаратах мировых судей Брянской области и управлении.
- Подготовка и проведение аттестации, конкурсов на замещение вакантных должностей государственной гражданской службы, квалификационных экзаменов работников аппаратов мировых судей и управления.
- Осуществление в установленном порядке формирования кадрового резерва кандидатов на государственные должности государственной гражданской службы в аппаратах мировых судей и управлении.
- Обеспечение профессиональной подготовки, повышения квалификации и обучения мировых судей, работников аппаратов мировых судей и управления, организация производственной и преддипломной практики.
- Участие в работе групп, комиссий по вопросам, входящим в компетенцию отдела, внесение предложений по совершенствованию форм и методов кадровой работы, обобщению и распространению положительного опыта.

Анализируя кадровый состав государственных гражданских служащих Брянской области, проходящих гражданскую службу в Управлении мировой юстиции Брянской области (далее Управление), необходимо отметить, что более 75% служащих составляют женщины, при этом возраст 48% служащих 30-35 лет. Это свидетельствует о том, что более половины гражданских служащих Управления имеют опыт работы, который могут передать молодым сотрудникам. Вместе с тем, на протяжении последних трех лет наблюдается высокая сменяемость кадров и уход значительного количества сотрудников из системы по собственной инициативе, что является очень серьезной проблемой. В первую очередь это обусловлено дисбалансом между большим объемом работы и высоким уровнем ответственности и низкой заработной платой. В конечном итоге это сказывается на эффективности работы Управления. Поступив на службу, гражданский служащий получает опыт и навыки работы в системе, на что тратится много времени и усилий, а затем уходит, на его место приходит новый сотрудник, на адаптацию и обучение которого требуется время. Конечно, наиболее эффективным способом решения обозначенной проблемы является повышение денежного содержания гражданских служащих, о чем было неоднократно заявлено Советом судей Российской Федерации.

Но что же еще сможет поспособствовать улучшению кадровой ситуации? Мне хотелось бы выделить ряд возможных мер, которые, по моему мнению, даже в отсутствие повышения заработной платы, смогли бы повлиять на повышение привлекательности работы и способствовали привлечению квалифицированных, перспективных кадров:

Во-первых, необходимо пропагандировать среди учащихся школ и студентов ВУЗов престиж и перспективы государственной службы. Так, например можно проводить экскурсии, в

рамках которых школьники и студенты могут ознакомиться с историей возникновения системы арбитражных судов, посетить музей суда, поприисутствовать в судебном заседании и узнать о современных технологиях, применяемых судом в процессе работы.

Во-вторых, введение в штат должности психолога. Психолог мог бы проводить предварительные собеседования с кандидатами на должности гражданских служащих, давать заключения о степени их стрессоустойчивости, предрасположенности к конфликтам, нацеленности на результативную работу в коллективе. Кроме того, это бы обеспечило работников аппарата возможностью проведения индивидуальной работы, а при необходимости - урегулирования конфликтных ситуаций посредством работы с психологом.

Особое внимание нужно уделить формированию корпоративной культуры. Для этого необходимо проведение спортивных мероприятий, направленных на воспитание командного духа в коллективе, обеспечение возможности дружеского неформального общения и пропаганду здорового образа жизни.

Важным периодом в процессе прохождения государственной гражданской службы является процесс вхождения в систему и должность, так называемый адаптационный период или адаптация новых сотрудников. Так, например в Управлении мировой юстиции на протяжении нескольких лет действует институт наставничества. За каждым вновь назначенным на должность служащим закрепляется наставник - лицо, которое уже длительный период времени занимает аналогичную должность. Наставник обеспечивает введение нового сотрудника в курс дел, разъясняет его обязанности, осуществляет непосредственное взаимодействие с «подопечным» в течение нескольких месяцев. По итогам проведенной работы наставник составляет характеристику на нового сотрудника, которая учитывается при присвоении классного чина. В случае признания работы наставника успешной, руководством суда предусмотрена возможность его материального поощрения. Эффективность наставничества несомненна, но возможно еще более усовершенствовать его формы и методы. Так, более тесное взаимодействие между наставником и «подопечным» могло бы быть достигнуто в случае размещения их рабочих мест в одном кабинете. Наставничество должно быть по возможности добровольным и осуществляться лицами, заинтересованными в его итогах. Представляется необходимым, чтобы наставник одной из основных своих задач видел обучение нового работника рациональному использованию рабочего времени, давал четкие разъяснения, как необходимо расставлять приоритеты при исполнении должностных обязанностей.

Следующая проблема, которую необходимо решать для привлечения в систему государственной гражданской службы молодых, образованных и перспективных сотрудников на долговременный период – это обеспечение жильем. На мой взгляд, весьма перспективным является способ решения проблемы обеспечения работников аппарата суда жильем по аналогии с Федеральным законом от 20.08.2004 № 117-ФЗ «О накопительно-ипотечной системе жилищного обеспечения военнослужащих». При использовании указанного подхода государственному служащему, признанному нуждающимся в улучшении жилищных условий, предоставлялся бы целевой жилищный займ. Погашение займа производилось бы за счет средств областного бюджета в течение длительного периода времени равными ежемесячными платежами. При этом, в случае увольнения госслужащего из судебной системы до погашения займа, он был бы обязан возратить выплаченные ему суммы в определенный срок. Указанный подход позволил бы содействовать в решении жилищного вопроса сотрудников, принятых в систему государственной гражданской службы и нацеленных на длительную работу.

Данные предложения в своей совокупности могли бы поспособствовать привлечению большего потока желающих поступить на гражданскую службу и предотвратить «текучку» кадров, которая в настоящее время угрожает эффективности работы.

Государственная гражданская служба является специфической сферой профессиональной деятельности для обеспечения функций органов государственной власти и управления. Это вносит предельную определенность в структуру приоритетов и ценностей в государственной службе [7].

В целях совершенствования прохождения государственной гражданской службы, необходимо:

- разработать комплекс мер по формированию современного кадрового резерва для обеспечения преемственности и передачи накопленного профессионального опыта молодым специалистам государственных служащих;
- создать систему мотивации и карьерного роста государственных служащих роста как важного условия прохождения государственной службы;
- совершенствовать научно-методическое, учебно-методическое, информационно-аналитическое обеспечение дополнительного профессионального образования государственных служащих;
- повышать уровень правовой и социальной защищенности государственных гражданских служащих. Повышение уровня социальной защищенности государственных гражданских служащих, совершенствование системы государственных гарантий, создание современной системы материального и нематериального стимулирования труда в гражданской службе имеют важное значение для успешного развития гражданской службы, эффективного достижения ее цели [5, с.340]. Требуется введение в сферу государственной службы современных технологий управления информацией, а также совершенствование системы организации профессиональной деятельности государственных служащих.

Необходима также масштабная PR-кампания по повышению престижа государственной и муниципальной службы и созданию «образцов поведения» для самих служащих, продвижению имиджа современного чиновника, обладающего такими характеристиками, как «ориентация на результат», «профессионализм», «служение стране», «активная жизненная позиция», «готовность к изменениям».

Современная государственная служба должна быть открытой, конкурентоспособной и престижной, ориентированной на результативную деятельность государственных служащих по обеспечению исполнения полномочий государственных органов, должна активно взаимодействовать с институтами гражданского общества и быть социально направленной. От правильного подбора, расстановки и профессиональной подготовки кадров государственной службы зависят успехи в социально-экономическом развитии и эффективность государственного управления в целом. [6]

Вовлечение ярких, инициативных, талантливых управленцев, которых, прежде всего, интересуют масштабные задачи, требующие творческих и вполне прагматичных подходов и делегирования ответственности, может существенно снизить остроту проблемы «кадрового голода» в современной России.

Список использованной литературы:

1. Федеральный закон «О государственной гражданской службе Российской Федерации» от 27.07.2004 N 79-ФЗ (с изменениями и дополнениями в ред. от 03.03.2017 г.).
2. Указ Президента РФ от 11 августа 2016 г. № 403 «Об Основных направлениях развития государственной гражданской службы Российской Федерации на 2016 - 2018 годы».
3. Указ Губернатора Брянской области от 29 января 2013 года № 75 «Об утверждении Положения об управлении мировой юстиции Брянской области».
4. Анохина И.Н. Кадровое обеспечение профессиональной деятельности государственной и муниципальной службы / И.Н. Анохина // Социальная политика и социология. 2014. № 4. С. 279.
5. Игнатов В. Г. Государственная гражданская служба. - М.: МарТ, 2013.
6. Макарова Г.В. Совершенствование кадровой работы в системе государственной гражданской службы// В сборнике: Управление социально-экономическими системами и правовые исследования: теория, методология и практика Материалы международной научно-практической конференции. 2017. С. 271.
7. Марченко И.П. Особенности формирования кадрового потенциала государственной (муниципальной) службы в современной России. – Новосибирск: СибАГС, 2004. – 301с.
8. Осейчук В.И. Как преодолеть кадровый голод на гражданской и муниципальной службе // Государственная служба. – 2010. – № 2. – С. 38–41.

9. Электронный ресурс: Официальный сайт управления мировой юстиции - <http://uprmirust32.ru/>

Об авторе

Новикова М.А., студентка 4 курса финансово-экономического факультета Брянского государственного университета имени академика И.Г. Петровского.

**Брянский государственный университет
имени академика И.Г. Петровского
Институт экономики, истории и права**

**Международная научно-практическая конференция
преподавателей, аспирантов
и студентов**

**УПРАВЛЕНИЕ СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКИМИ
СИСТЕМАМИ, ПРАВОВЫЕ И ИСТОРИЧЕСКИЕ
ИССЛЕДОВАНИЯ:
ТЕОРИЯ, МЕТОДОЛОГИЯ И ПРАКТИКА**

***Материалы международной научно-практической
конференции***

(Том –II)

Ответственный редактор:

Фомин Н.В., заместитель директора по научной работе Института экономики,
истории и права БГУ им. акад. И.Г. Петровского, кандидат педагогических наук,
профессор

241036, г. Брянск, ул. Бежицкая 14, корпус №7,
тел.: 64-34-82,
e-mail: ieip.zam-nauka@yandex.ru

© РИО БГУ имени академика И.Г. Петровского, 2018

© Институт экономики, истории и прав БГУ имени академика И.Г. Петровского, 2018

Брянск 2018