

ISSN 2307-5368



ПЕТЕРБУРГСКИЙ ЭКОНОМИЧЕСКИЙ ЖУРНАЛ

НАУЧНО-ПРАКТИЧЕСКИЙ РЕЦЕНЗИРУЕМЫЙ ЖУРНАЛ



№ 2 . 2017

**Журнал включен в «Перечень рецензируемых научных изданий, в которых должны быть опубликованы основные научные результаты диссертаций на соискание ученой степени кандидата наук, на соискание ученой степени доктора наук»
Высшей аттестационной комиссии при Минобрнауки РФ
[Письмо Минобрнауки РФ №13-6518 от 01.12.2015]**

№ 2 • 2017

ПЕТЕРБУРГСКИЙ ЭКОНОМИЧЕСКИЙ ЖУРНАЛ

НАУЧНО-ПРАКТИЧЕСКИЙ РЕЦЕНЗИРУЕМЫЙ ЖУРНАЛ

УЧРЕДИТЕЛЬ И ИЗДАТЕЛЬ

**САНКТ-ПЕТЕРБУРГСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ
ИНСТИТУТ КИНО И ТЕЛЕВИДЕНИЯ**



Свидетельство о регистрации средства массовой информации ПИ № ФС77-62177 от 26 июня 2015 г., выданное Федеральной службой по надзору в сфере связи, информационных технологий и массовых коммуникаций (Роскомнадзор). Журнал зарегистрирован Министерством Российской Федерации по делам печати, телерадиовещания и средств массовых коммуникаций – свидетельство ПИ № 77-12803 от 31 мая 2002 г. В свидетельство о регистрации СМИ внесены изменения в связи с переименованием учредителя 26 июня 2015 г.

«Петербургский экономический журнал»: научно-практический рецензируемый журнал включен в национальную базу данных «Российский индекс научного цитирования» (РИНЦ) [Договор от 29 апреля 2013 г. № 264-04/2013]. Полные тексты публикаций в открытом доступе размещены на платформе eLIBRARY.RU.

Открыта подписка на «Петербургский экономический журнал» на второе полугодие 2017 г. Подписаться на журнал можно в любом отделении связи по Объединенному каталогу «Пресса России». Подписной индекс 70658 [Договор № 7652 от 29 апреля 2016 г.].

Петербургский экономический журнал: научно-практический рецензируемый журнал / Санкт-Петербургский государственный институт кино и телевидения. – СПб., 2017. – № 2. – 182 с.

Подписано в печать 26.06.2017. Формат 60 × 84 ¹/₈.
Объем 22,75 печ. л. Тираж 500 экз. Заказ 728.

Главный редактор Д. П. Барсуков
Адрес издателя и редакции: 191119, Санкт-Петербург, ул. Правды, д. 13
Сайт: <http://www.gukit.ru>

Отпечатано в Издательстве Санкт-Петербургского государственного экономического университета,
Набережная канала Грибоедова, д. 30/32, 1-й подъезд
Тел. (812) 458-97-76 E-mail: print@unecon.ru Сайт: print.unecon.ru

При использовании материалов ссылка на «Петербургский экономический журнал» обязательна

Редакционный совет

Евменов Александр Дмитриевич – председатель редакционного совета, ректор Санкт-Петербургского государственного института кино и телевидения, заслуженный деятель науки РФ, доктор экономических наук, профессор.

Аносова Людмила Александровна – начальник отдела – заместитель академика-секретаря Отделения общественных наук РАН по научно-организационной работе, доктор экономических наук, профессор.

Анфиногентова Анна Антоновна – член Отделения общественных наук РАН, член президиума Саратовского научного центра РАН, директор Института аграрных проблем РАН, доктор экономических наук, профессор, академик РАН.

Барсуков Дмитрий Петрович – главный редактор, проректор по учебной работе Санкт-Петербургского государственного института кино и телевидения, доктор экономических наук, профессор.

Благих Иван Алексеевич – профессор кафедры истории экономики и экономической мысли Санкт-Петербургского государственного университета, доктор экономических наук, профессор.

Карпова Галина Алексеевна – заведующая кафедрой экономики и управления в сфере услуг Санкт-Петербургского государственного экономического университета, доктор экономических наук, профессор.

Кузнецов Сергей Валентинович – директор Института проблем региональной экономики РАН, доктор экономических наук, профессор.

Макаров Валерий Леонидович – член Президиума РАН, член Бюро Отделения общественных наук РАН, председатель Научного совета по экономическим проблемам интеллектуальной собственности, заместитель председателя Национального комитета по системному анализу при Президиуме РАН, директор Центрального экономико-математического института РАН, главный редактор журнала «Экономика и математические методы» РАН, доктор физико-математических наук, профессор, академик РАН.

Харламов Андрей Викторович – профессор кафедры общей экономической теории Санкт-Петербургского государственного экономического университета, доктор экономических наук, профессор.

Editorial Board

Evmenov, Aleksandr Dmitrievich – Chairperson of the Editorial Board, Rector of the Saint-Petersburg State Institute of Film and Television, Honored Scientist RF, Doctor of Economics, Professor.

Anosova, Lyudmila Aleksandrovna – Chief of Department – Deputy Academician Secretary of the Social Science Department of RAS for Scientific Organizational Affairs, Doctor of Economics, Professor.

Anfinogentova, Anna Antonovna – Member of the Social Science Department of RAS, Presidium Member of the Science Center of RAS, Director of the Institute of Agrarian Problems of RAS, Doctor of Economics, Professor, Member of the Academy of Science.

Barsukov, Dmitriy Petrovich – Chief Editor, Pro-rector for Academic Affairs, Saint-Petersburg State Institute of Film and Television, Doctor of Economics, Professor.

Blagikh, Ivan Alekseevich – Professor of the History of Economics and Economic Thought Department, Saint-Petersburg State University, Doctor of Economics, Professor.

Karpova, Galina Alekseevna – Head of the Economics and Management in Service Industries Department of the Saint-Petersburg State University of Economics, Doctor of Economics, Professor.

Kuznetsov, Sergey Valentinovich – Director of the Institute of Regional Economy Problems of RAS, Doctor of Economics, Professor.

Makarov, Valeriy Leonidovich – Presidium Member of the Russian Academy of Science (RAS), Member of Bureau of the Social Science Department of RAN, Chairperson of Scientific Council on Economic Issues and Intellectual Property, Deputy Chairperson of the National Committee on System Analyses at the Presidium of RAN, Director of the Central Economic and Mathematical Institute of RAN, Chief Editor of the Economics and Mathematical Methods Journal of RAN, Doctor of Physics and Mathematics, Professor, Member of the Russian Academy of Science (RAS).

Kharlamov, Andrey Viktorovich – Professor of the General Economics Department, Saint-Petersburg State University of Economics, Doctor of Economics, Professor.

Редакционная коллегия

Барсуков Дмитрий Петрович – главный редактор, проректор по учебной работе Санкт-Петербургского государственного института кино и телевидения, доктор экономических наук, профессор.

Байков Евгений Александрович – заместитель главного редактора – научный редактор, профессор кафедры управления экономическими и социальными процессами в кино- и телеиндустрии Санкт-Петербургского государственного института кино и телевидения, доктор военных наук, профессор.

Солдатова Любовь Анатольевна – ответственный секретарь, ведущий специалист отдела аспирантуры и научной деятельности Санкт-Петербургского государственного института кино и телевидения.

Данилов Павел Вячеславович – заведующий кафедрой продюсирования кино и телевидения Санкт-Петербургского государственного института кино и телевидения, кандидат экономических наук, доцент.

Еникеева Лилия Аубакировна – профессор кафедры управления экономическими и социальными процессами в кино- и телеиндустрии Санкт-Петербургского государственного института кино и телевидения, доктор экономических наук, профессор.

Кузьмина Светлана Николаевна – профессор кафедры управления экономическими и социальными процессами в кино- и телеиндустрии Санкт-Петербургского государственного института кино и телевидения, доктор экономических наук, доцент.

Павлова Элла Юрьевна – директор издательско-полиграфического комплекса Санкт-Петербургского государственного института кино и телевидения, кандидат экономических наук.

Циммерман Галина Александровна – заведующая кафедрой иностранных языков Санкт-Петербургского государственного института кино и телевидения, кандидат педагогических наук, доцент.

Чеснова Ольга Александровна – декан факультета управления и медиакоммуникаций Санкт-Петербургского государственного института кино и телевидения, кандидат экономических наук, доцент.

Editorial College

Barsukov, Dmitriy Petrovich – Chief Editor, Pro-rector for Academic Affairs, Saint-Petersburg State Institute of Film and Television, Doctor of Economics, Professor.

Baikov, Evgeniy Aleksandrovich – Deputy Chief Editor, Science Editor, Professor at the Department of Economic and Social Processes Management in Film and TV Industry, Saint-Petersburg State Institute of Film and Television, Doctor of Military Sciences, Professor.

Soldatova, Lyubov Anatolievna – Executive Secretary, Lead Specialist of the Research Department, Saint-Petersburg State Institute of Film and Television.

Danilov, Pavel Vyacheslavovich – Head of the Department of the Producing Business of Film and Television Department, Saint-Petersburg State Institute of Film and Television, Candidate of Economic Sciences, Associate Professor.

Enikeeva, Lilia Aubakirovna – Professor at the Department of Economic and Social Processes Management in Film and TV Industry, in the Saint-Petersburg State Institute of Film and Television, Doctor of Economics, Professor.

Kuzmina Svetlana Nikolaevna – Professor at the Department of Economic and Social Processes Management in Film and TV Industry, Saint-Petersburg State Institute of Film and Television, Doctor of Economics, Associate Professor.

Pavlova Ella Yurievna – Director of the Editorial and Polygraphic Complex of Saint-Petersburg State Institute of Film and Television, Candidate of Economic Sciences.

Zimmerman, Galina Aleksandrovna – Chief of the Foreign Languages Department, Saint-Petersburg State Institute of Film and Television, Candidate of Pedagogical Sciences, Associate Professor.

Chesnova, Olga Aleksandrovna – Dean of the Producing, Economics and Management Faculty, Saint-Petersburg State Institute of Film and Television, Candidate of Economic Sciences, Associate Professor.

В выпуске номера принимали участие: Е. Е. Бурова, О. Ю. Сажина, А. Г. Сахно

СОДЕРЖАНИЕ

Актуальные проблемы социально-экономического развития общества, пути их решения

Лаврова Т. А. Анализ тенденций развития международного туризма в современных условиях 6

Орловская Т. Н. Исследование влияния интеграционных процессов и процессов глобализации на обеспечение экономической безопасности России 18

Хань Чао. Современное состояние и перспективы развития отношений Российской Федерации и Китайской Народной Республики в энергетической сфере в формате стратегии «Экономический пояс Шелкового пути» ... 29

Теория и практика управления организационно-экономическими системами

Еникеева Л. А., Смирнов К. Б. Модели выбора форм и доли государственной поддержки отечественных производителей кинопродукции 34

Сорвина Т. А., Шмакова А. Д. Актуальные аспекты развития проектного управления в социально-культурной сфере 48

Сабельникова Н. В. Формирование принципиальных основ эффективного механизма управления сферой культуры 55

Инновационное развитие экономики и социально-культурной сферы

Куликова Н. Н. Сущностные характеристики межорганизационных взаимоотношений в инновационной деятельности 62

Смирнова А. Т. Перспективы развития потенциала Арктической зоны России для обеспечения экономической безопасности региона 70

Инвестиционные аспекты развития экономики и социально-культурной сферы

Судова Т. Л., Торосян Е. К. Инвестирование в детей: производство и производительность человеческого капитала 82

Ганиева М. К. Развитие методов оценки инвестиционных проектов в нефтяном комплексе РФ с применением моделей оценки стоимости реальных опционов 93

CONTENTS

Current Problems of Social and Economic Development of Society and the Ways of Their Solution

Lavrova T. A. Analysis of International Tourism Development Tendencies in Modern Conditions 6

Orlovskaya T. N. A Study of the Influence of Integration Processes and Processes of Globalization on the Economic Security of Russia 18

Han Chao. The Current Status and Further Development of the Russian Federation and the People's Republic of China in the Energy Sector under the "Silk Road Economic Belt" Strategy 29

Theory and Practice of Managing Organizational and Economic Systems

Enikeeva L. A., Smirnov K. B. Forms and Share Choice Models of State Support for Domestic Film Producers 34

Sorvina T. A., Shmakova A. D. Relevant Aspects of Project Management Development in the Socio-Cultural Sphere 48

Sabelnikova N. V. Principal Bases Formation of the Effective Mechanism of Managing the Sphere of Culture 55

Innovative Development of Economy and Social and Cultural Sector

Kulikova N. N. The Essential Characteristics of Inter-Organizational Relationships in Innovative Activities 62

Smirnova A. T. Prospects for the Potential Development of the Arctic Zone of Russia for Providing Economic Security of the Region 70

Investment Development of Economy and Social and Cultural Sector

Sudova T. L., Torosyan E. K. Investing in Children: Production and Productivity of Human Capital 82

Ganieva M. K. Methods Estimation Development of Investment Projects in the Oil Complex of the Russian Federation with the Value Real Options Estimation Models Application 93

Рыночная организация экономики и обеспечение ее конкурентоспособности

Благова И. Ю., Булочников П. А. Динамическое управление конкурентоспособностью организации сферы услуг..... 102

Кожевникова С. Ю., Волкова М. М. Многокритериальный подход к определению конкурентоспособности организаций сферы услуг: ориентация на клиентов..... 110

Смирнова А. Т., Атлыгина В. А. Развитие арктических регионов для обеспечения экономической безопасности Российской Федерации..... 119

Люй Ямэн. Особенности формирования спроса и предложения в индустрии моды..... 128

Финансовая и денежно-кредитная сферы

Леявина Т. А., Семенова А. В. Валютное регулирование как инструмент внешнеэкономической деятельности и обеспечения экономической безопасности России 139

Экономика и управление хозяйствующими субъектами

Алексеева П. А., Будилов В. М., Данилов П. В. Ключевые особенности и направления продюсерской деятельности на этапе деvelopeмента проекта аудиовизуального производства..... 146

Колобова Е. Ю. Формирование системы управления конкурентоспособностью хозяйствующих субъектов кинопоказа 155

Алексеева П. А., Карев В. Ю. Теоретические и практические аспекты продюсирования на радио..... 165

Научные обзоры, рецензии и отзывы

Список новой литературы 177

Обзор новой литературы 179

Market Economy and Ensuring Its Competitiveness

Blagova I. Yu., Bulochnikov P. A. Dynamic Management of Organization Competitiveness of the Service Sector..... 102

Kozhevnikova S. Yu., Volkova M. M. Multicriterial Approach to Determining the Competitiveness of Organizations of the Service Sector: Customer Orientation..... 110

Smirnova A. T., Atlygina V. A. Arctic Regions Development for Ensuring Economic Security of the Russian Federation 119

Lui Yameng. The Supply and Demand Formation Features in the Fashion Industry 128

Financial and Monetary and Credit Sectors

Lelyavina T. A., Semenova A. V. Currency Regulation as a Tool of Foreign Economic Activity and Ensuring Economic Security of Russia 139

Business Entities Economy and Management

Alekseeva P. A., Budilov V. M., Danilov P. V. Key Features and Directions of Production Activity at the Stage of the Project Development of Audiovisual Work..... 146

Kolobova E. Yu. Competitiveness Control System Formation of Economic Subjects of the Cinema 155

Alekseeva P. A., Karev V. Yu. Theoretical and Practical Aspects of Producing on Radio..... 165

Scientific Reviews, Peer Reviews and Opinions

New Literature 177

New Literature Review..... 179



*Александр Дмитриевич
Евменов*
ректор Санкт-Петербургского
государственного
института
кино и телевидения,
заслуженный деятель науки
Российской Федерации,
доктор экономических наук,
профессор

Поздравление ректора СПбГИКиТ Александра Евменова выпускникам института

Дорогие выпускники!

Поздравляю вас со знаменательным событием – окончанием Санкт-Петербургского государственного института кино и телевидения!

Вы прошли очередной и очень важный рубеж жизни – обучение в институте. Сегодня институт провожает вас в долгую и интересную дорогу профессионального роста. Пропуском в эту жизнь является ваш диплом, который показывает, что вы преодолели немало испытаний.

Позади вас годы студенческой жизни: веселой, счастливой, наполненной радостью открытий и незабываемых встреч. Хочется пожелать, чтобы вы на долгие годы сохранили в душе эти неповторимые моменты жизни.

Впереди – пора свершений, пора самостоятельной, взрослой жизни. В институте вы получили качественные знания, развили творческие способности, научились отстаивать свои взгляды и убеждения. Это ваш потенциал, который поможет вам справиться со всеми жизненными испытаниями и достичь больших успехов.

Уверен, что вы не остановитесь на достигнутом и продолжите свое самообразование. Сегодня жизнь требует от человека все новых и новых знаний и умений. Учитесь, трудитесь, и вы найдете свое достойное место в жизни!

Счастья вам, здоровья, благополучия и удачи!

А. Д. Евменов

АНАЛИЗ ТЕНДЕНЦИЙ РАЗВИТИЯ МЕЖДУНАРОДНОГО ТУРИЗМА В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ

ANALYSIS OF INTERNATIONAL TOURISM DEVELOPMENT TENDENCIES IN MODERN CONDITIONS

УДК 338.48



ЛАВРОВА Татьяна Анатольевна

профессор кафедры национальной экономики Санкт-Петербургского государственного экономического университета, доктор экономических наук, профессор, victoriatan@inbox.ru

LAVROVA, Tatiana Anatolyevna

Professor at the Department of National Economy of the Saint-Petersburg State University of Economics, Doctor of Economics, Professor, victoriatan@inbox.ru

Аннотация.

В статье рассмотрены особенности международного туризма в современных условиях, определены основные факторы, оказывающие влияние на развитие туризма. Особое внимание уделено анализу динамики международных туристских прибытий по укрупненным регионам мира за период 1990–2000 гг. и 2005–2015 гг. Представляет интерес разработанная автором классификация факторов, оказывающих положительное и отрицательное влияние на развитие туризма и анализ доходов от развития международного туризма.

Ключевые слова: международный туризм, факторы развития туризма, Всемирная туристская организация (UNWTO), международные туристские прибытия, доходы от туристской деятельности.

Abstract.

The article deals with the international tourism peculiarities in modern conditions, and it defines the basic factors influencing the tourism development. It pays special attention to the analysis of the dynamics of international tourist arrivals on the aggregated world regions for the 1990–2000 and 2005–2015 periods. The author developed the classification of factors which has positive and negative effects on tourism development and the analysis proceeds from the international tourism development.

Key words: international tourism, factors of development of tourism, World Tourism Organization (UNWTO), international tourist arrivals, revenue from tourism activities in the Russian Federation.

Тенденции развития международного туризма зависят от влияния внешних и внутренних факторов по отношению к каждой конкретной стране, от сложившейся на рынке услуг конъюнктуры спроса и, конечно, от желания людей осуществлять путешествия и получать положительные впечатления от разнообразных поездок. Как внешние, так и внутренние факторы могут оказывать и положительное, и отрицательное влияние на развитие туризма, на количественное изменение туристского потока, на особенности инвестиционной деятельности в области туризма и на доходность отрасли по сравнению с другими направлениями деятельности стран. Рассмотрим основные факторы, влияющие на развитие международного туризма, динамику изменения туристского потока и изменение доходности отрасли в мировом масштабе. На протяжении длительного периода времени многие ученые разрабатывали различные классификации факторов, оказывающих влияние на развитие туризма. Особо следует отметить таких ученых, как А. П. Дубнов, П. Мароитт, М. А. Ананьев, И. Т. Твердохлебов, М. Б. Биржаков, В. А. Квартальнов и др. Основываясь на исследованиях отечественных и зарубежных ученых, были сформулированы основные группы классификационных факторов, влияющих на развитие международного туризма, а именно: социально-экономические факторы, факторы географического положения; природно-рекреационные факторы; историко-культурные факторы; медико-санитарные факторы; политические факторы; экологические факторы. Существуют и другие классификации, например, деление факторов на экономические, демографические и инфраструктурные [1]. Вне всякого сомнения, процесс изучения влияния факторов на развитие международного туризма, на изменение динамики туристского потока и доходности индустрии туризма имеет огромное значение для любой страны, имеющей отношение к туризму.

В таблице 1 представлена разработанная автором структура факторов, влияющих на развитие международного туризма.

Обобщая вышесказанное, можно сделать вывод, что развитие международного туризма определяется действием большого количества

факторов. Необходимо также обратить внимание на такие факторы, как:

- рост доходов населения, что приводит к увеличению затрат на туризм;
- рост урбанизации и ухудшение качества окружающей среды, что способствует все возрастающему спросу на туристские услуги;
- увеличение количества свободного времени, что способствует развитию туризма;
- развитие транспортных средств, что позволяет сделать более доступными туристские ресурсы других стран и удаленных регионов;
- быстрое развитие и совершенствование средств массовой информации и информационных технологий, что позволяет развивать рекламу и быстро обслуживать миллионы туристов.

Большинство стран мира участвуют в процессе развития туристских направлений, инфраструктуры туризма, строительства современных отелей, развития сетевого отельного бизнеса и, что самое главное, по количественным характеристикам туристского потока и величине доходов от туристской деятельности занимают определенные рейтинговые позиции, которые не являются неизменными, а постоянно изменяются, что подтверждается данными Всемирной туристской организации (UNWTO) – крупнейшей межправительственной организацией, являющейся специализированным учреждением ООН и насчитывающей в своем составе 156 стран.

«В UNWTO есть шесть региональных комиссий, которые проводят заседания не реже одного раза в год и состоят из всех Действительных и Ассоциированных членов из соответствующего региона» [2].

В таблице 2 представлена количественная структура укрупненных регионов мира.

Как видно из таблицы 2, наибольшее количество стран (48) находятся в Африке, 46 стран относятся к Европе, которая включает в себя страны Западной и Восточной Европы и страны – бывшие республики СССР. В статистике UNWTO Россия относится к Европе. К Американскому региону относятся 23 страны, к Восточной Азии и Тихоокеанскому региону – 18 стран, Ближний Восток представляет 12 стран и 9 стран относятся к Средней Азии.

Таблица 1
Классификация факторов развития международного туризма

№ п/п	Факторы, оказывающие положительное влияние на развитие туризма	Факторы, оказывающие отрицательное влияние на развитие туризма
1	<ul style="list-style-type: none"> – Выгодное для развития туризма географическое положение страны; – наличие морских или океанических пляжей; – наличие природных парков 	<ul style="list-style-type: none"> – Удаленность от транспортных маршрутов и труднодоступность территории страны для туристов; – отсутствие водоемов, морских или океанических пляжей
2	<ul style="list-style-type: none"> – Комфортные климатические условия, температурный режим 	<ul style="list-style-type: none"> – Суровый климат, малое количество солнечных, теплых дней
3	<ul style="list-style-type: none"> – Богатый природно-ресурсный потенциал 	<ul style="list-style-type: none"> – Наличие однообразных ландшафтов, отсутствие разнообразных видов флоры и фауны
4	<ul style="list-style-type: none"> – Наличие объектов культурно-исторического наследия; – развитая экскурсионная сеть маршрутов по территории страны 	<ul style="list-style-type: none"> – Отсутствие объектов культурно-исторического наследия; – плохо развитая сеть экскурсионных маршрутов
5	<ul style="list-style-type: none"> – Наличие объектов размещения разного уровня комфортности; – большое разнообразие объектов курортного отдыха; – наличие отелей международных сетей 	<ul style="list-style-type: none"> – Наличие отелей высшего уровня только в крупных городах страны; – недостаток средств размещения; – отсутствие или недостаточное развитие объектов курортного отдыха
6	<ul style="list-style-type: none"> – Высокий уровень безопасности туристов; – политическая стабильность в стране; – низкий уровень террористической угрозы 	<ul style="list-style-type: none"> – Недостаточный уровень безопасности туристов; – политическая нестабильность; – высокий уровень террористической угрозы
7	<ul style="list-style-type: none"> – Высокий уровень благосостояния населения; – наличие социальных гарантий; – высокий уровень сервиса и медицинского обслуживания туристов 	<ul style="list-style-type: none"> – Низкий уровень благосостояния населения; – слабое развитие социальных гарантий; – низкий уровень сервиса и медицинского обслуживания туристов
8	<ul style="list-style-type: none"> – Высокий технологический уровень развития страны; – развитие мобильной связи, интернета; – комфортные условия проживания и отдыха 	<ul style="list-style-type: none"> – Низкий уровень технологического развития; – отсутствие комфортных условий проживания; – отсутствие развитой системы связи, интернета
9	<ul style="list-style-type: none"> – Повышение уровня платежеспособности населения; – экономическая стабильность, отсутствие кризисов 	<ul style="list-style-type: none"> – Снижение уровня платежеспособности населения стран; – низкий уровень экономической стабильности, нарастающая фаза кризисных явлений

Источник: выполнено автором.

Таблица 2
Структура укрупненных регионов мира

№ п/п	Регион развития туризма	Количество стран
1	Африка	48
2	Американский регион	23
3	Восточная Азия и Тихоокеанский регион	18
4	Южная Азия	9
5	Европа (в том числе республики бывшего СССР)	46
6	Ближний Восток	12
	Всего стран	156

Источник: выполнено автором на основе [2].

На основе данных журнала «Tourism Towards 2030/ Global overview» (Туризм 2030. Глобальный обзор) автором сформирована таблица 3, в которой представлена динамика международных туристских прибытий по укрупненным регионам за период 1990–2000 гг.

Анализируя данные таблицы 3, можно сделать вывод, что за период с 1990 по 2000 г. количество международных туристских прибытий увеличилось на 242 млн чел., что составило увеличение почти на 56%. Темпы прироста международных туристских прибытий в развивающиеся страны за этот период оказались в два раза больше, чем в развитые страны, а именно: темпы прироста международных туристских прибытий в развивающиеся страны составили 84,17%, а в развитые страны – 42,23%. По укрупненным регионам развитие туризма за период 1990–2000 гг. также происходило неравномерно. Максимальный прирост международных прибытий туристов наблюдался в страны Ближнего Востока – 151,04% прироста и в Азиатско-Тихоокеанский регион, где прирост составил 97,67%.

По данным Всемирной туристской организации UNWTO, на долю туризма в 2000 г. приходилось 476 млрд долл. Годовой оборот от туризма в мире составлял около 3,8 трлн долл.

Капитальные вложения в туристские отрасли достигли 700 млрд долл. в год, или более 11% всех инвестиций. Прямые и косвенные налоговые поступления к 2000 г. составили около 400 млрд долл., или 16% всех налоговых поступлений. Вклад во внутренний валовой продукт от туризма в ряде стран в 2000 г. достигал 25%, а положительное сальдо платежного баланса по туристским услугам превышало 20 млрд долл. [4, с. 3].

Представленные факты свидетельствуют о большом потенциале развития международного туризма, который оказывает сильное влияние на экономику и развитие стран и регионов. Региональное распределение туристских потоков сложилось давно. С начала массовых туристских обменов по настоящее время на мировом рынке туризма заметно выделяются Европа и Америка, прежде всего Северная Америка. На них приходится 4/5 прибытий в мире. Динамика международного туризма, при общем 20-кратном увеличении туристских потоков на планете в последние 50 лет, обнаруживает существенные различия по регионам мира. В Европе и Америке наблюдалось постепенное замедление темпов роста международного туризма. Молодые туристские регионы – Азиатско-Тихоокеанский, Ближневосточный и Африканский – развиваются значительно быстрее. Неравномерность темпов роста международного туризма в территориальном разрезе привела к изменению его региональной структуры. Доля Европы и Америки снизилась при одновременном повышении удельного веса Азиатско-Тихоокеанского региона и некоторой стабилизации положения остальных регионов мира [5, с. 281–282].

В соответствии с данными о международных туристских прибытиях за период 1990–2000 гг., представленными в таблице 3, и распределении туристских потоков по укрупненным регионам, в таблице 4 представлена доля международных туристских прибытий по укрупненным регионам в общемировом рынке (в процентах).

Исследуя динамику процесса международных туристских прибытий по укрупненным регионам мира, можно выявить следующие закономерности, а именно: за период с 1990

Таблица 3

Динамика международных туристских прибытий по укрупненным регионам за период 1990–2000 гг. (млн чел.)

Регионы мира	1990	1995	2000	Прирост 2000/1990, млн чел.	Прирост 2000/1990, %
Всего в мире, в том числе:	435	528	677	242	55,63
– развитые страны	296	334	421	125	42,23
– развивающиеся страны	139	194	256	117	84,17
	По регионам UNWTO				
Европа	261,1	304,1	388,2	127,1	48,68
Азиатско-Тихоокеанский	55,8	82,0	110,3	54,5	97,67
Северная и Южная Америка	93,7	109,3	128,2	34,5	36,82
Африка	14,8	18,9	26,2	11,4	77,03
Ближний Восток	9,6	13,7	24,1	14,5	151,04

Источник: выполнено автором на основе данных [3].

Таблица 4

Доля международных туристских прибытий по регионам в общемировом рынке за период 1990–2000 гг., %

Регионы мира	1990	1995	2000
Всего в мире, в том числе:	100	100	100
– развитые страны	68,05	63,26	62,19
– развивающиеся страны	31,95	36,74	37,81
	По регионам UNWTO		
Европа	60,02	57,6	57,34
Азиатско-Тихоокеанский	12,83	15,53	16,29
Северная и Южная Америка	21,54	20,70	18,94
Африка	3,40	3,58	3,87
Ближний Восток	2,21	2,59	3,56

Источник: выполнено автором на основе данных таблицы 3.

по 2000 г. наблюдалась стабильная тенденция сокращения туристских прибытий в Европу. В 1990 г. доля прибытий туристов в Европу составляла 60,02%, а в 2000 – доля, равная 57,34%, что на 2,68% меньше первоначальной величины. Быстрыми темпами увеличивается количество прибытий туристов в Азиатско-Тихоокеанский регион: в 1990 г. доля прибытий составила по данному региону 12,83%, а в 2000 г. количество прибытий увеличились в структуре регионов до 16,29% от общего количества международных туристских прибытий, что на 3,46% больше уровня 1990 г. Положительная динамика наблюдается и по Африканскому региону. Доля международных прибытий по Африканскому региону за период с 1990 г. по 2000 г. увеличилась на 0,47%. В то же время наблюдается сокращение доли туристских прибытий по Американскому региону на 2,6%.

«В течение второй половины XX в. численность международных туристов увеличилась почти в 28 раз, а поступления от этого вида услуг возросли почти в 237 раз. В последние 20 лет среднегодовые темпы роста международного туризма составляли 5,1%. В последнее время поступления от туризма растут медленнее, чем прибытия, по причине экономии туристов на расходах (сокращение продолжительности пребывания, выбор путешествий ближе к месту проживания, выбор более экономичного транспорта и размещения)» [6, с. 90].

Во многих странах мира туризм входит в тройку ведущих отраслей страны, развивается быстрыми темпами и имеет важное социальное и экономическое значение, так как: увеличивает местный доход, создает новые рабочие места, развивает все отрасли, связанные с производством туристских услуг, развивает социальную и производственную инфраструктуру в туристских центрах, активизирует деятельность центров народных промыслов и развития культуры, обеспечивает рост уровня жизни местного населения и увеличивает валютные поступления.

«Туризм является важнейшим источником доходов для городов и окружающих их районов, особенно для тех, которые знамениты своим историческим или культурным наследием, таких, как Каир и Кейптаун в Африке,

Афины, Париж, Рим или Прага в Европе, Бангкок и Пекин в Азии, Рио-де-Жанейро, Канкун и Санто Доминго в Америке. Именно поэтому представляется целесообразным создание туристско-рекреационных зон, как объектов комплексного обслуживания с широкими управленческими и экономическими возможностями. Туристские зоны функционируют как в развитых (Испания, Португалия, Швейцария), так и в развивающихся странах (Доминиканская Республика, Колумбия, Чили). Государство, как правило, финансирует строительство гостиниц и других средств размещения туристов, а также предоставляет различные льготы иностранным и местным компаниям, занятым в сфере туристского бизнеса» [7, с. 277].

В результате влияния политических, экономических, социальных факторов на развитие международного туризма в динамике туристских прибытий происходят характерные изменения. В таблице 5 представлены данные о динамике международных туристских прибытий в мире по укрупненным регионам с 2005 по 2015 г., по данным Всемирной туристской организации UNWTO.

По данным Всемирной туристской организации (UNWTO), в 2005 г. международные туристские прибытия достигли 807 млн чел., а в 2015 г. мировой туризм перешагнул планку в 1 млрд туристских прибытий и составил 1 186 млрд чел.

Анализируя данные таблицы 5, можно сделать вывод, что за период с 2005 по 2015 г. количество международных туристских прибытий увеличилось на 379 млн чел., что составило увеличение туристского потока почти на 47%. Темпы прироста международных туристских прибытий в развивающиеся страны за этот период заметно снизились по сравнению с периодом 1990–2000 гг. и составили 53,16% по сравнению с 84,8%. По укрупненным регионам развитие туризма за период 2005–2015 гг. также происходило неравномерно. Максимальный прирост международных прибытий туристов наблюдался в Азиатско-Тихоокеанский регион 81,77%. Однако по количественным показателям максимальный международный туристский поток неизменно направлен в

Таблица 5

Динамика международных туристских прибытий и доля рынка по укрупненным регионам, млн чел.

Название региона	Международные туристские прибытия				Прирост, млн чел.	Прирост, %	Прирост, %
	2005	2010	2014	2015	2015/ 2005	2015/ 2005	2015/ 2014
Всего в мире, в том числе:	807	948	1 134	1 186	379	46,96	4,59
– развитые страны	459	506	622	653	194	42,27	4,98
– развивающиеся страны	348	442	512	533	185	53,16	4,10
	По регионам UNWTO						
Европа	448,9	484,8	580,2	607,6	158,7	35,35	4,72
Азиатско-Тихоокеанский	153,6	204,9	264,3	279,2	125,6	81,77	5,64
Северная и Южная Америка	133,4	150,6	181,9	192,6	59,2	44,38	5,88
Африка	34,8	49,5	55,3	53,5	18,7	53,74	–3,25
Ближний Восток	36,3	58,2	52,4	53,1	16,8	46,28	1,34

Источник: выполнено автором на основе данных [8].

Европейский регион, так в 2005 г. в Европе зафиксировано 448,9 млн чел. туристов, а в 2015 г. – 607,7 млн чел., что составляет более 51% всего международного туристского потока. Минимальный прирост международных туристских прибытий наблюдается в Европу и составляет 35,35%. Несмотря на большое количество объектов культурно-исторического наследия и развитой инфраструктуры в европейских странах, тенденции развития туризма указывают на резкое сокращение туристского потока в Европу. Причинами такой ситуации, возможно, стали такие факторы, как усилившаяся политическая нестабильность стран Западной и Восточной Европы, увеличение мигрантов в многие европейские страны, усиление террористической угрозы. При сравнении количественных показателей за период 2014–2015 гг. выявился отрицательный прирост, т. е. сокращение количества туристских прибытий в Африканский регион на 1,8 млн чел., что составило – 3,25%.

В соответствии с данными о международных туристских прибытиях за период

2005–2015 гг., в таблице 6 представлена доля международных туристских прибытий по укрупненным регионам (в процентах).

На основе полученных данных в таблице 6 можно сделать вывод, что на развитые страны в 2015 г. приходилось 55,06% международных туристских прибытий, на развивающиеся – 44,94%. Из регионов мира в 2015 г. безусловным лидером по числу международных туристских прибытий является Европа – 607,6 млн чел., что составило 51,23%.

Анализируя динамику процесса международных туристских прибытий по укрупненным регионам мира, можно выявить следующие закономерности: за период с 2005 по 2015 г. наблюдалась тенденция сокращения туристских прибытий в Европу. В 2005 г. доля прибытий туристов в Европу составляла 55,63%, а в 2015 г. эта доля составила 51,23%, что на 4,40% меньше первоначальной величины. Быстрыми темпами увеличивается количество прибытий туристов в Азиатско-Тихоокеанский регион: в 2005 г. доля прибытий составила по данному региону 19,03%, а в 2015 г. количество

Таблица 6

Доля международных туристских прибытий по регионам за период 2005–2015 гг., %

Регионы мира	2005	2010	2015
Всего в мире, в том числе:	100	100	100
– развитые страны	56,88	53,38	55,06
– развивающиеся страны	43,12	46,62	44,94
	По регионам UNWTO		
Европа	55,63	51,14	51,23
Азиатско-Тихоокеанский	19,03	21,61	23,54
Северная и Южная Америка	16,53	15,89	16,24
Африка	4,31	5,22	4,51
Ближний Восток	4,50	6,14	4,48

Источник: выполнено автором на основе данных таблицы 5.

прибытий увеличилось в структуре регионов до 23,54% от общего количества международных туристских прибытий, что на 4,51% больше уровня 2005 г. Положительная динамика наблюдается и по Африканскому региону. Доля международных прибытий по Африканскому региону за период с 2005 по 2015 г. увеличилась на 0,2%. В то же время наблюдается сокращение доли туристских прибытий по Американскому региону на 0,29%.

На рисунке 1 представлены данные о динамике международных туристских прибытий за период с 1990 по 2015 г.

По данным UNWTO, общая экспортная выручка от международного туризма составила в 2015 г. 1,26 трлн долл. США. В таблице 7 представлены данные Всемирной туристской организации о динамике доходов от мирового туризма за период 2005–2015 гг.

Анализируя данные таблицы 7, можно сделать вывод, что за период с 2005 по 2015 г. доходы от международного туризма увеличились на 554 млрд долл. США, что составило прирост в 78,47%. На рисунке 2 представлены данные по структуре международных прибы-

тий и распределения доходов от туристской деятельности, по данным Всемирной туристской организации UNWTO в 2015 г.

При исследовании тенденций развития международного туризма необходимо обратить внимание на страны-лидеры по приему туристов и страны-лидеры по доходам от международного туризма.

В таблицах 8 и 9 представлены данные о десяти странах-лидерах по числу международных туристских прибытий и по доходам от международного туризма в 2015 г., а также данные о месте России в этом рейтинге.

Как видно из таблицы 8, в числе стран-лидеров по приему туристов в 2015 г. – Франция (7,12%), США (6,53%), Испания (5,75%). Россия находится на 10-м месте в десятке ведущих стран мира по приему туристов и составляет (2,63%). Доля всех ведущих десяти стран по приему туристов в 2015 г. в мировом потоке этой группы составила 43,23%. Прирост десятки ведущих стран по приему туристов за 2014–2015 гг. составил 20,4 млн чел.

Анализируя данные таблицы 9, где представлены страны-лидеры по доходам от

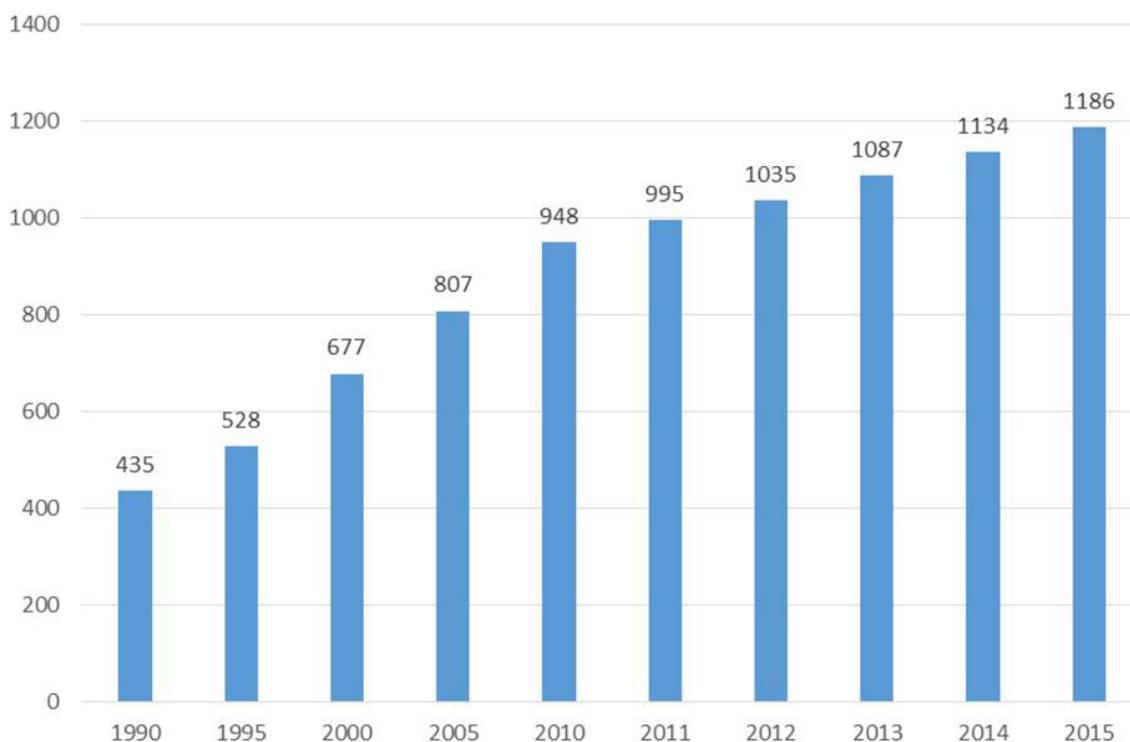


Рисунок 1
Динамика международных туристских прибытий по данным UNWTO, 1990–2015 гг., млн чел. [8]

Таблица 7
Динамика доходов от международного туризма в мире в 2005–2015 гг., млрд долл. США

Показатель	2005	2008	2009	2010	2012	2013	2014	2015
US \$	706	987	905	986	1146	1241	1309	1260
Euro	568	671	649	744	892	934	986	1136

Источник: [8].

международного туризма в 2014–2015 гг., можно сделать вывод, что в большинстве стран выявлены отрицательные темпы прироста по доходам. Несмотря на то, что из одиннадцати представленных в таблице стран-лидеров по доходам только три страны показали положительные темпы роста. К таким странам относятся: США с доходом от международного туризма за 2015 г. в раз-

мере 204,5 млрд долл. Прирост по сравнению с 2014 г. составил 13,2 млрд долл. Китай по величине доходов от международного туризма занимает второе место с показателем – 114,1 млрд долл. в 2015 г., прирост по сравнению с 2014 г. составил 8,7 млрд долл. На шестом месте рейтинга стран по доходам от туризма находится Таиланд с доходом в размере 44,6 млрд долл., причем прирост до-



Рисунок 2

Международный туризм в 2015 г. по данным UNWTO: международные прибытия и доходы по регионам мира [8]

Таблица 8

Страны-лидеры международных туристских прибытий в 2014–2015 гг., млн чел.

Место	Страна	2014 г.	2015 г.	Прирост 2015/2014 гг. млн чел.	Удельный вес, % 2015 г.
1	Франция	83,7	84,5	0,8	7,12
2	США	75,0	77,5	2,5	6,53
3	Испания	64,9	68,2	3,3	5,75
4	Китай	55,6	56,9	1,3	4,80
5	Италия	48,6	50,7	2,1	4,27
6	Турция	39,8	42,1	2,3	3,55
7	Германия	33,0	35,0	2,0	2,95
8	Великобритания	32,6	34,4	1,8	2,9
9	Мексика	29,3	32,1	2,8	2,71
10	Российская Федерация	29,8	31,3	1,5	2,63
	<i>Всего по группе</i>	492,3	512,7	20,4	43,23
	Другие страны	641,7	673,3	31,6	56,77
	<i>Всего</i>	1134	1186	52	100

Источник: выполнено автором на основе данных [8].

Таблица 9

Страны-лидеры по доходам от международного туризма в 2014–2015 гг., млрд долл. США

Место	Страна	2014 г.	2015 г.	Прирост 2015/2014 гг. млрд долл.	Удельный вес, % 2015 г.
1	США	191,3	204,5	13,2	16,23
2	Китай	105,4	114,1	8,7	9,06
3	Испания	65,1	56,5	-8,6	4,48
4	Франция	58,1	45,9	-12,2	3,64
5	Великобритания	46,5	45,5	-1,0	3,61
6	Таиланд	38,4	44,6	6,2	3,54
7	Италия	45,5	39,4	-6,1	3,14
8	Германия	43,3	36,9	-6,4	2,93
9	Гонконг (Китай)	38,4	36,2	-2,2	2,87
10	Макао (Китай)	42,6	31,3	-11,3	2,48
...
32	Российская Федерация	11,8	8,5	-3,3	0,67
	<i>Всего по группе</i>	686,4	663,4	-23,0	52,65
	Другие страны	622,6	596,6	-26	47,35
	<i>Всего</i>	1309	1260	-49	100

Источник: выполнено автором на основе данных [8].

ходов за год составил 6,2 млрд долл. По доходам от развития международного туризма в 2015 г. Российская Федерация находилась на 32-м месте, и доходы от туризма составляли 8,5 млрд долл., по сравнению с 2014 г. доходы от туризма в РФ снизились на 3,3 млрд долл. В целом, по группе 10 лидирующих стран плюс Российская Федерация доходы от туризма в 2015 г. составили 663,4 млрд долл. и по сравнению с 2014 г. сократились на 23 млрд долл. Одним из факторов, оказывающих влияние на тенденцию сокращения доходов от международного туризма, является процесс снижения покупательной способности населения, отказ

от дополнительных платных услуг, сокращение времени путешествия, неблагоприятные условия в области безопасности туристов.

Несмотря на тревожные факты снижения покупательной активности населения в области международного туризма, ожидается, что к 2030 г. объем международных туристских прибытий в мире достигнет 1,8 млрд чел. Всемирная туристская организация (UNWTO) определила основные особенности развития международного туризма в мировой экономике на основании статистики международного туризма.

«К 2030 г. северо-восточная Азия станет самым посещаемым регионом в мире, на нее

придется 16% всего въездного туристского потока, она опередит южную Европу и европейский страны Средиземноморья, заняв в 2030 г. 15%-ю долю. Выездной туризм будет в основном расти в Азиатско-Тихоокеанском регионе. Затем идет Европа, из которой средний рост числа туристов составит 16 млн в год, при темпах роста (+2.5% в год). Далее, 5 млн туристов придутся на Америку, 3 млн туристов на Африку и 2 млн туристов на Средний Восток» [3, с. 34].

Обобщая вышесказанное, можно отметить, что даже в условиях мирового экономического кризиса и снижения покупательного спроса на услуги туризм занимает важнейшие позиции

в экономике многих стран и регионов мира. Развитие туризма способствует дальнейшему углублению процесса интеграции и международной специализации. Необходимо уделять серьезное внимание индустрии туризма, как крупному сектору экономики страны, как взаимосвязанной системе, оказывающей влияние как на экономические, так и на социальные процессы в обществе. В современных условиях мирового экономического кризиса становится все более актуальным разработка новых методологических подходов к развитию и совершенствованию системы регионального управления туризмом и повышения интереса к внутреннему и въездному туризму.

Список литературы

1. Барсуков Д. П., Литвин Ю. Ю., Шайдаров А. Ю. Хозяйственный механизм формирования и реализации туристского потенциала региона: монография. СПб.: Д.А.Р.К., 2005. 208 с.
2. Всемирная туристская организация при ООН (ЮНВТО) – Ростуризм. URL: <http://www.russiatourism.ru/content/2/section/24/detail/3557> (дата обращения: 23.04.2017).
3. Туризм 2030. Глобальный обзор / Tourism Towards 2030/ Global overview. URL: http://www.wise.co.th/wise/Knowledge_Bank/References/Tourism/UNWTO_Tourism_Toward_2030.pdf (дата обращения: 24.04.2017).
4. Гуляев В. Г. Туризм: экономика и социальное развитие. М.: Финансы и статистика, 2003. 304 с.
5. Кружалин К. В. Оценка рекреационного потенциала России для развития международного туризма // Туризм и рекреация: фундаментальные и прикладные исследования: труды междунар. науч.-практ. конф. 27–28 апреля 2006 г. / МГУ им. М. В. Ломоносова. М.: Туризм, 2006. С. 281–288.
6. Вавилова Е. В. Основы международного туризма. М.: Гардарики, 2005. 160 с.
7. Морозов М. А. Экономика туризма / М. А. Морозов, Н. С. Морозова, Г. А. Карпова, Л. В. Хорева. М.: Федеральное агентство по туризму. 320 с.
8. Отчет Всемирной туристской организации за 2016 год/UNWTO Tourism Highlights, 2016 Edition. URL: http://tourlib.net/wto/WTO_highlights_2016.pdf (дата обращения: 24.04.2017).

ИССЛЕДОВАНИЕ ВЛИЯНИЯ ИНТЕГРАЦИОННЫХ ПРОЦЕССОВ И ПРОЦЕССОВ ГЛОБАЛИЗАЦИИ НА ОБЕСПЕЧЕНИЕ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ БЕЗОПАСНОСТИ РОССИИ

A STUDY OF THE INFLUENCE OF INTEGRATION PROCESSES AND PROCESSES OF GLOBALIZATION ON THE ECONOMIC SECURITY OF RUSSIA

УДК 332.871:911.3:314.743



ОРЛОВСКАЯ Тамара Николаевна

доцент кафедры правового обеспечения экономической безопасности Санкт-Петербургского государственного архитектурно-строительного университета, кандидат экономических наук, e-tamara@mail.ru

ORLOVSKAYA, Tamara Nikolaevna

Associate Professor at the Department of Legal Support of Economic Security of the Saint-Petersburg State University of Architecture and Civil Engineering, Candidate of Economic Sciences, e-tamara@mail.ru

Аннотация

В статье раскрыты результаты исследований нового приоритетного научного направления, изучающего влияния мировых интеграционных процессов на экономическую безопасность России. Рассмотрены основные проблемы глобализации мировой экономики, связанные с обеспечением населения продовольствием, развитием систем связи, миграционными процессами. Выделены наиболее значимые аспекты для обеспечения продовольственной и информационной безопасности России. Проведен анализ миграционных процессов в России в период с 1997 по 2015 г.

Ключевые слова: интеграционные процессы, экономическая безопасность, продовольственная безопасность, цифровые технологии, миграционные процессы в России.

Abstract.

The article gives research results of the new priority research areas associated with the study of the influence of global integration processes on economic security of Russia. It considers main issues of globalization of the world economy associated with the provision of food, communication system development, migration

processes. The paper highlights the most important aspects to ensure food and information security of Russia. The analyses of migration processes in Russia for the 1997–2015 period is carried out.

Key words: integration processes, economic security, food security, digital technology, migration processes in Russia.

На современном этапе развития мировой экономики бесспорной является актуальность исследования интеграционных процессов, процессов глобализации мирового экономического пространства и логически связанных с ними процессов обеспечения экономической безопасности России, в том числе в рамках решения продовольственной проблемы, обеспечения безопасности систем связи и масштабов миграционных процессов. Результаты происходящих в экономике процессов глобализации, несмотря на очевидные структурные сдвиги в мировой экономике, неоднозначно оцениваются специалистами. Этап устойчивых и позитивных глобализационных процессов сменяется дестабилизацией и кризисным состоянием мирохозяйственных связей: «До последнего времени глобализационные процессы определялись как устойчивые, преимущественно позитивные» [1, с. 4], современное же состояние, по определению Н. С. Мироненко и Б. А. Питера, – это «состояние неопределенности и турбулентности» [2, с. 17].

Расхождения во взглядах на происходящее связаны со многими объективно-субъективными причинами. В частности, большинство из рассматриваемых проблем до настоящего времени представляют трудности для исследования, поскольку они не только масштабны и подвержены изменениям во времени, но и чрезвычайно сложны в понимании сущностных и глубинных процессов происходящих явлений, непредсказуемостью моделей поведения корпораций и отдельных групп населения. Кроме того, некоторые аспекты глобализации и интеграции в подобном масштабе мало изучены, отдельные направления оцениваются учеными не только как достаточно «молодые»

для исследовательской практики, но и сопровождаемые «большой трудоемкостью сбора, обработки и систематизации первичного материала» для проведения качественной оценки и верификации выводов [3, с. 75]. Сегодня очевидна необходимость «углубления и расширения научных исследований экономической безопасности как категории общей экономической теории, ее связей с другими категориями» [4, с. 119].

Вместе с тем по ряду вопросов, являющихся, по мнению автора, наиболее интересными для исследования, была собрана и проанализирована аналитическая информация, позволяющая сформировать мнение об основной направленности современных глобализационных процессов, влияющих на экономическую безопасность России, позволяющих оценить привлекательность страны с учетом различных макро- и микроэкономических факторов – политических, социально-экономических и личностной мотивации. Выбор исследуемых факторов обусловлен тем, что на характер интеграционных и глобализационных процессов в значительной степени оказывает влияние уровень социально-экономического развития страны, оцениваемый в значительной мере по сложившейся в стране продовольственной ситуации, развитости систем связи и происходящих миграционных процессов. На современном этапе развития мировой экономики очевидна острота решения продовольственной проблемы, ее влияние на валовой внутренний продукт страны, уровень и динамику ее внешнеэкономических торговых связей. Сегодня существенное влияние на все социально-экономические процессы оказывает и степень развитости систем связи,

информационных технологий. Очевидно, что, обеспечивая интеграцию многих процессов, современные информационные технологии усиливают и неравенство в экономическом развитии различных стран. Также очевидно, что миграция является тем показателем, который позволяет оценить привлекательность той или иной страны для проживания, и является по сути интегральным показателем, отражающим совокупное влияние разных факторов на результирующий показатель, в качестве которого может выступать рейтинг страны по уровню ее экономического развития и безопасности проживания.

Исследуя вопросы поиска путей развития экономики России, российские ученые считают, что достаточно сложен вопрос обеспечения экономической безопасности России при решении продовольственной проблемы, поскольку существуют «угрозы продовольственной безопасности России из-за санкций Запада и ответных санкций нашей страны в области импорта продовольствия» [4, с. 119]. Не менее важным вопросом обеспечения экономической безопасности России в настоящее время становится миграционная и трудовая статистика. Миграционные процессы рассматриваются в качестве важнейших в обеспечении экономической безопасности России в работах А. А. Аузана [5], А. М. Беляновой и С. В. Кайманакова [6], А. Д. Некипелова, В. В. Ивантера и С. Ю. Глазьева [7]. А. А. Аузан отмечает, что в рамках выдвинутой гипотезы о конкурентных преимуществах России был сделан вывод о том, что «Германия, Израиль и США – основные направления эмиграции (авт. – российских) специалистов, выпускников российских вузов – обладают хорошей миграционной и трудовой статистикой» [5, с. 13]. А. М. Белянова и С. В. Кайманаков, исследуя функции ЕАЭС, предлагают в качестве приоритетного выделить создание на территории бывшего СНГ общего единого рынка, включающего «свободное перемещение товаров, услуг, капиталов и рабочей силы» [6, с. 118]. А. Д. Некипелов, В. В. Ивантер и С. Ю. Глазьев в Докладе «Россия на пути к современной динамичной и эффективной экономике» отмечают, что «потенциал мигра-

ции из России очень велик и серьезно вырос за последние 10 лет» [7, с. 20]. Приведенные ими факты показывают, сколь масштабны миграционные процессы – «...около половины населения страны выражает готовность уехать из России с разными целями...», но самым негативным фактором является то, что среди них достаточно велика доля лиц в возрасте до 30 лет [7, с. 20]. По оценке [7], «желание более трети работающих россиян превратиться в гастарбайтеров – яркое проявление неблагополучия на российском рынке труда...» [7, с. 20]. Вместе с тем имеет место и иная оценка миграционных процессов [8]. В. С. Тикунов и другие ученые отмечают «активизацию миграционных процессов во всем мире», при которых «все большую миграционную привлекательность приобретает Россия», а сами миграционные процессы «становятся неотъемлемой составной частью повседневной жизни россиян и активно влияют на нее», что позволяет авторам сделать обоснованный вывод о том, что «многие явления рассматриваются в современной России как новые вызовы и угрозы национальной безопасности» [8, с. 33].

То есть обеспечение продовольственной безопасности населения, развитие систем связи, обеспечивающих координацию и контроль по основным направлениям мирохозяйственных связей и внешнеторговой деятельности, миграционные потоки – взаимосвязанные и взаимозависимые составляющие глобализационных процессов, напрямую и косвенным образом влияющих на экономическую безопасность России.

При проведении исследований использованы опубликованные материалы российских и зарубежных ученых по вопросам продовольственной безопасности населения и глобальных перспектив информационных технологий, данные Доклада Всемирного банка в 2016 г. о мировом развитии (далее – Доклад о мировом развитии), данные Госкомстата о международной миграции в России за период 1997–2015 гг. В качестве интегрального показателя процессов глобализации были проанализированы масштабы и направленность миграционных процессов в России в период с 1997 по 2015 г. Выбор периода исследования миграционных

процессов в России обусловлен возможностью использования официально опубликованных статистических данных. В статье выделен определенный круг показателей, которые достаточно просты в интерпретации и позволяют наиболее адекватно оценить современные интеграционные и глобализационные процессы и их влияние на экономическую безопасность России. Исследование проводилось на основе общенаучных методов познания: анализа и синтеза.

Одной из наиболее острых глобальных проблем до настоящего времени остается проблема обеспечения продовольствием населения. В значительной степени на остроту продовольственной ситуации влияют демографическая ситуация и место, занимаемое страной в международной торговле продовольственными продуктами. На основе предложенной Н. А. Стариковым [9, с. 48–56] типологии стран по особенностям и решенности продовольственной ситуации (типы: дисбалансированный, благоприятный, относительно благоприятный, нормализующийся, напряженный, кризисный), факторов, условий и предпосылок, влияющих на состояние продовольственной проблемы, можно выделить несколько значимых для решения продовольственной безопасности России аспектов:

1. Сложившаяся ситуация введения санкционных ограничений внесла существенные коррективы в системный (базовый) фон факторов влияния на проблему продовольственной безопасности России. Под системным (базовым) фоном факторов влияния на продовольственную проблему автор понимает исторически сложившуюся в какой-либо стране социально-экономическую ситуацию, характеризующуюся национальными особенностями потребления продуктов питания, специализаций сельскохозяйственного производства, обработки, хранения, реализации продуктов, возможностью участвовать в международной торговле.

Россия, отнесенная к типу страны с благоприятной продовольственной ситуацией [9, с. 53], обладая богатыми земельными ресурсами, и имеющая возможность самообеспечения в полном объеме всеми необходимыми про-

дуктами питания, в условиях санкционных ограничений для обеспечения безопасности страны вынуждена усилить ориентацию на отечественного производителя и, руководствуясь положениями принятой Доктрины продовольственной безопасности Российской Федерации [10], менять направления внешне-экономических торговых связей.

2. Происходящие структурные сдвиги в международном процессе торговли ускоряют (или могут ускорить) переход стран из одного типа – в другой. Яркий пример – динамика перехода Китая в относительно короткий временной отрезок из типа напряженной продовольственной ситуации в середине XX в., через тип нормализующейся ситуации в 1980-х гг., к типу относительно благоприятной ситуации с 2000 г. [9, с. 54].

3. В качестве одного из факторов повышения конкурентоспособности экономики страны становится развитие систем связи. Внедрение информационно-коммуникационных технологий во все отрасли становится основным вектором глобализационных преобразований мировой экономики. Подтверждение этому автор находит в основных положениях Докладов Всемирного банка о мировом развитии в 2016 г. [11; 12].

Особая значимость фактора современных технологий связи, влияющих на суть происходящих глобализационных процессов (в том числе миграционных и продовольственных), выделена и в современных научных исследованиях, например, в работах М. С. Савоскул [13–15].

Собственно глобальность влияния на международную экономику цифровых технологий, (или иначе – технологий связи) отмечена в Докладе о мировом развитии. В Основных положениях [11] отмечено, что цифровые технологии, содействуя глобализации интеграционных процессов, по сути, являются главным фактором происходящих изменений мирохозяйственных связей.

Процесс, связанный с развитием информационных баз и банков данных, применением и включением во все сферы мирового хозяйства новых инновационных технологий, с одной стороны – способствует поступательному раз-

вitiю международных хозяйственных связей, с другой – усиливает разрыв в уровне развитости отдельных стран и регионов. Как отмечено в Докладе о мировом развитии, «почти 40% населения планеты ... лишены доступа к интернету..., почти 4 млрд человек вообще не имеют доступа в интернет, а почти 2 млрд человек – не имеют мобильного телефона» [12].

Вместе с тем глобализация развития цифровых технологий сопряжена с различными рисками, как-то: усиление позиций транснациональных компаний, «консолидирующих через паутину внутри- и межфирменных связей все мировое городское сообщество» [3, с. 75], усиление «разрыва между технологией и институтами, а там, где степень подотчетности государственного сектора низка, цифровые технологии зачастую способствуют усилению контроля над гражданами, а не расширению их прав и возможностей» [11].

Революционное развитие цифровых технологий вносит коррективы и в обеспечение экономической безопасности России. Глобальное развитие информационной сети, интеграционные процессы в сфере разработки новых компьютерных технологий заставляют уделять особое внимание защите конфиденциальной информации предприятий России от внешнего вторжения. В Государственной стратегии экономической безопасности России (далее – Стратегия безопасности) [16] было обращено внимание на необходимость формирования «механизмов, устраняющих или смягчающих воздействие факторов, подрывающих устойчивость национальной экономики». Вопросы формирования «электронного правительства», работы «одного окна», обеспеченного электронным документооборотом и созданием единых информационных баз и банков данных, электронные подписи и удостоверения личности, системы управления банковским сектором – все эти направления требуют разработки соответствующих инструментов системы безопасности и обеспечения ее защиты от проникновения в нее извне.

Согласно основным положениям [16] важнейшим объектом экономической безопасности Российской Федерации является личность человека. Обеспечение защиты прав и свобо-

ды гражданского населения России, создание «приемлемых условий для жизни и развития личности» – есть основная цель Стратегии безопасности. Ее реализация связана как с созданием условий, направленных на сохранение потенциала человеческого капитала России и позволяющих обеспечить развитие личности в перспективе, так и с созданием условий для равноправной интеграции в систему мирохозяйственных связей. В этом плане процессы международной миграции могут расцениваться не только в качестве обеспечивающих национальные интересы России и иных стран, но и в качестве индикатора притягательности страны для реализации личностного и творческого потенциала конкретного человека.

Результаты исследования системы международных миграций населения, проведенные М. С. Савоскул [13–15], позволили в рамках выдвинутой ею концепции территориальных миграционных систем выделить особенности миграции на разных этапах развития общества, объяснить закономерности миграционных оттоков-притоков и миграционной взаимозависимости развитых и менее развитых в экономическом отношении стран. М. С. Савоскул отмечено, что «в постиндустриальном обществе с развитием глобализации и коммуникационных технологий меняется характер миграционного процесса [13, с. 17].

До настоящего времени актуальным остается вопрос масштаба и строноориентированности эмиграционных процессов в России. Если в период с 1983 по 2014 г. в общем эмигрировало 1,5 млн человек [14, с. 46], то по проведенным автором расчетам на основе данных Росстата [17] в период 1997–2015 гг. из России эмигрировало около 2,5 млн человек (таблица 1). В страны дальнего зарубежья с 1997 по 2015 г. выехало, по подсчетам автора, более 800 тыс. человек, в страны СНГ – более 1,6 млн человек (рисунок 1). В общей доле мигрантов преобладает эмиграция в страны СНГ, составившая в целом за период 66%. Основные расчетные показатели миграционного процесса приведены в таблице 2.

Если в периоды с 1990–1999 гг. эмиграция охватила более 1 млн человек, а основными странами эмиграции были Германия и Изра-

Таблица 1
Миграция из Российской Федерации в 1997–2015 гг.

Период	Эмигрировало из России, чел.			Показатели эмиграции		
	Всего	В том числе		Соотношение эмигрировавших в страны СНГ и в страны дальнего зарубежья (гр.3 /гр.4), раз	Доля эмигрировавших	
		в страны СНГ	в страны дальнего зарубежья		в страны СНГ (гр.3/гр.2), %	в страны дальнего зарубежья (гр.4/гр.2), %
1	2	3	4	5	6	7
1997–1999	661 327	397 025	264 302	1,5	60,0	40,0
2000–2005	617 182	308 713	308 469	1,0	50,0	50,0
2006–2010	206 618	132 469	74 149	1,8	64,1	35,9
2011–2015	1 009 636	824 034	185 602	4,4	81,6	18,4
<i>Всего за 1997–2015</i>	2 494 763	1 662 241	832 522	2,0	66,6	33,4

Примечание: рассчитано автором по данным Росстата [17].

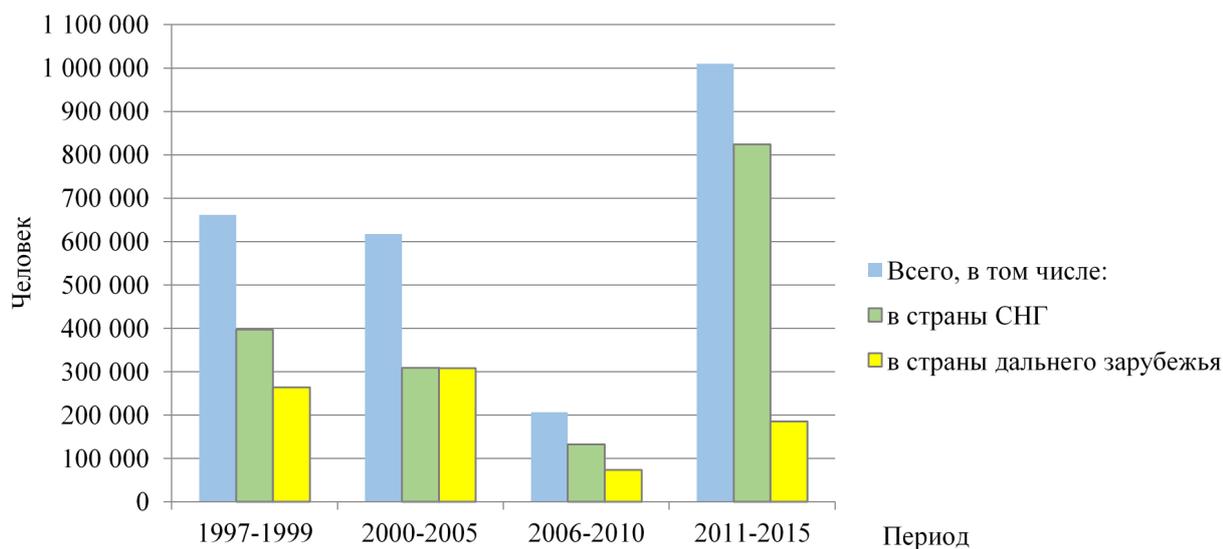


Рисунок 1
Миграция из Российской Федерации в 1997–2015 гг.

Таблица 2

Показатели миграционного процесса из Российской Федерации в страны СНГ и страны дальнего зарубежья в 1997–2015 гг.

Период	Показатели эмиграционного процесса в страны СНГ, чел.		Показатели эмиграционного процесса в страны дальнего зарубежья, чел.	
	Изменение по сравнению с предыдущим периодом, чел.	Доля в общем объеме эмиграции за период 1997–2015, %	Изменение по сравнению с предыдущим периодом, чел.	Доля в общем объеме эмиграции за период 1997–2015, %
1	2	3	4	5
1997–1999	–	23,9	–	21,3
2000–2005	–88 312	18,6	–21 696	17,8
2006–2010	–176 244	8,0	–13 956	15,6
2011–2015	691 565	49,6	185 271	45,2
<i>Всего</i> за 1997–2015	–	100,0	–	100,0

Примечание: рассчитано автором по данным Росстата [17].

иль, то в период 2012–2014 гг. направленность эмиграции меняется, число основных стран эмиграции пополняется странами азиатского направления – Китай, КНДР, Вьетнам, Турция; одновременно меняются и основные причины эмиграции из России: в основном политические сменяются учебно-научными и семейными [14, с. 48].

Характеристика эмиграционных процессов была бы не полной без анализа данных о количестве иммигрантов в Россию за этот же период. В таблицах 3, 4 и на рисунке 2 приведены данные об иммиграции в Российскую Федерацию.

В целом результаты миграционных процессов для России (таблица 5) показывают глобализацию и масштабность процессов. За период 1997–2015 гг. сальдо миграции составило более 3,8 млн человек, в том числе – по странам СНГ – более 4 млн человек, по странам дальнего зарубежья – (–) 206 тыс. человек.

Отмечено, что большая часть мигрантов прибывает в Россию из стран СНГ (от 88 до

92% прибывших за период). В среднем доля мигрантов из стран СНГ составила около 90% от числа всех прибывших в этот период в Россию.

Немногим менее 10% эмигрантов прибывают в Россию из стран дальнего зарубежья. В различные периоды доля этой группы эмигрантов колебалась от 8,8 до 11,6% в общем объеме прибывших.

Проведенный автором анализ современной направленности глобализационных процессов позволил сделать следующие выводы:

1. На современном этапе развития мирохозяйственных связей отмечена стагнация интеграционных и глобализационных процессов в целом. С введением санкционных ограничений для России меняется вектор направленности внешнеэкономического взаимодействия с рядом европейских стран, усиливается внимание к отечественным производителям продукции. Одним из первоочередных мероприятий внешнеэкономической деятельности России является переход к по-

Таблица 3
Миграция в Российскую Федерацию в 1997–2015 гг.

Период	Прибыло в Россию, чел.			Показатели иммиграционного процесса		
	Всего	В том числе		Соотношение прибывших из стран СНГ и прибывших из стран дальнего зарубежья (гр.3 /гр.4), раз	Доля прибывших в Россию	
		из стран СНГ	из стран дальнего зарубежья		из стран СНГ (гр.3/гр.2), %	из стран дальнего зарубежья (гр.4/гр.2), %
1	2	3	4	5	6	7
1997–1999	1 490 928	1 357 496	133 432	10,2	91,1	8,9
2000–2005	1 162 923	1 051 187	111 736	9,4	90,4	9,6
2006–2010	1 226 513	1 128 733	97 780	11,5	92,0	8,0
2011–2015	2 445 898	2 162 847	283 051	7,6	88,4	11,6
<i>Всего за 1997–2015</i>	6 326 262	5 700 263	625 999	9,1	90,1	9,9

Примечание: рассчитано автором по данным Росстата [17].

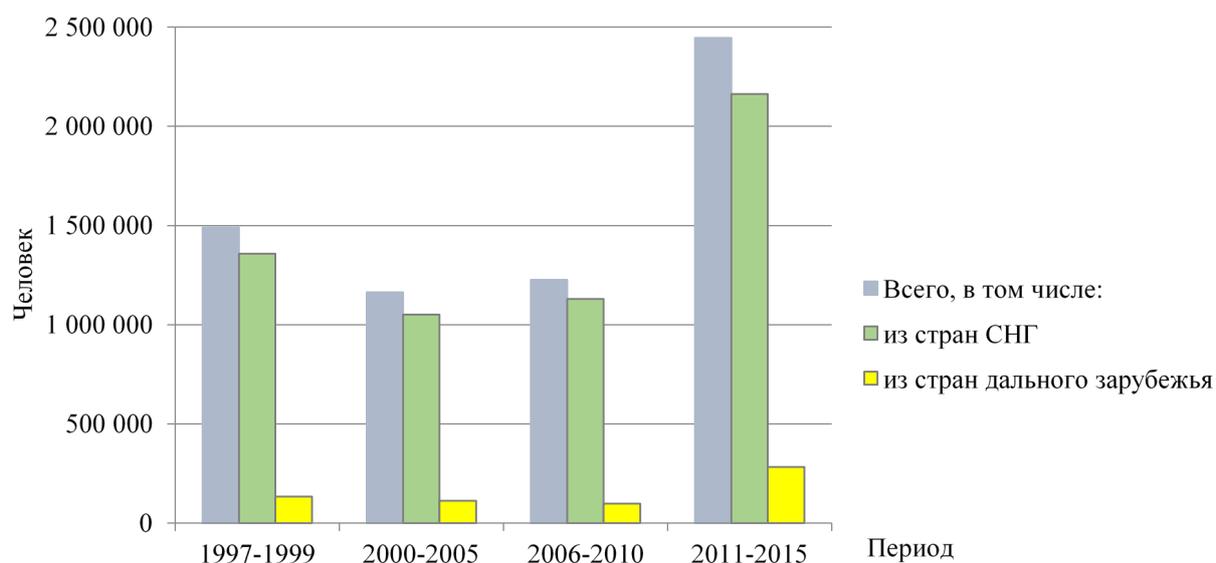


Рисунок 2
Миграция в Российскую Федерацию в 1997–2015 гг.

Таблица 4

Показатели миграционного процесса в Российскую Федерацию из стран СНГ и стран дальнего зарубежья в 1997–2015 гг.

Период	Показатели иммиграционного процесса из стран СНГ, чел.		Показатели иммиграционного процесса из стран дальнего зарубежья, чел.	
	Изменение по сравнению с предыдущим периодом, чел.	Доля в общем объеме эмиграции за период 1997–2015, %	Изменение по сравнению с предыдущим периодом, чел.	Доля в общем объеме эмиграции за период 1997–2015, %
1	2	3	4	5
1997–1999	–	23,8	–	31,7
2000–2005	–306 309	18,4	44 167	37,1
2006–2010	77 546	19,8	–234 320	8,9
2011–2015	1 034 114	37,9	111 453	22,3
<i>Всего за 1997–2015</i>	–	100,0	–	100,0

Примечание: рассчитано автором по данным Росстата [17].

Таблица 5

Сальдо миграции в Российскую Федерацию в 1997–2015 гг.

Период	Сальдо миграции в Российскую Федерацию, чел.		
	Всего	В том числе	
		по странам СНГ	по странам дальнего зарубежья
1	2	3	4
1997–1999	829 601	960 471	–130 870
2000–2005	545 741	742 474	–196 733
2006–2010	1 019 895	996 264	23 631
2011–2015	1 436 262	1 338 813	97 449
<i>Всего за 1997–2015</i>	3 831 499	4 038 022	–206 523

Примечания: рассчитано автором по данным Росстата [17]; (–) – преобладание эмиграции из России.

литике импортозамещения, ориентации на межрегиональную интеграцию, пересмотр отраслевой направленности внешнеэкономической деятельности.

2. Достаточно остро встает вопрос и об обеспечении доступа к новым рынкам труда и капитала, формирующих основу для повышения уровня производительности труда, создания предпосылок для занятия лидирующих позиций в импортозамещении продукции и услуг, повышению иммиграционной привлекательности России.

3. Усиливается внимание к развитию цифровых технологий, способствующих сглаживанию разрывов между уровнями социально-экономического развития стран, обеспечивающих ускорение доступа с информационным банкам и базам данных, мобильности общения граждан различных стран и, как следствие – ускорению интеграционных и глобализационных процессов. В целом процесс, с одной стороны, способствует позитивному развитию стран, с другой – обязывает органы власти формировать условия по обеспечению информационной безопасности на макро- и микроуровнях.

4. В период 2011–2015 гг. наблюдается активизация миграционных процессов: количество эмигрировавших из России составило более 1 млн человек, а прибывших в Россию – около 2,5 млн человек. В целом сохраняется соотношение доли мигрантов в Россию из стран СНГ и стран дальнего зарубежья в течение всего исследуемого периода (1997–2015 гг.): для стран СНГ – в пределах от 88 до 92%; для стран дальнего зарубежья – от 8 до 12%. В период с 1997 по 2015 г. соотношение доли эмигрантов из России несколько иное – в

страны СНГ выезжают около 67% эмигрантов, в страны дальнего зарубежья – около 33%. В разные временные периоды структура миграции меняется: в страны СНГ выезжают от 50 до 82% эмигрантов, в страны дальнего зарубежья выезжают от 18 до 50% эмигрантов.

5. С 2011 г. возрастает количество эмигрировавших в страны СНГ (более 820 тыс. человек), одновременно растет количество прибывших в Россию из стран СНГ (более 2,0 млн человек). Сальдо миграции с 1997 по 2015 г. составляет более 4 млн человек (количество прибывших в Россию превышает количество эмигрировавших из России).

6. После спада миграционной активности в период 2006–2010 гг. растет число прибывших в Россию из стран дальнего зарубежья (более 280 тыс. человек). Сальдо миграции с 1997 по 2015 гг. составляет около (–) 206 тыс. человек (количество эмигрировавших из России превышает количество прибывших в Россию).

Для России глобализация как процесс преобразования мирового пространства в единую экономическую зону сегодня связана с поисками новых источников точек роста. Традиционные источники роста, такие как природные ресурсы, труд, капитал и земля, ограничены, поэтому так важны исследования мотивационных факторов, воздействующих на конкурентный потенциал страны, региона, предприятия. В целом для обеспечения экономической безопасности России необходимо формирование устойчивого состояния национальной социально-экономической системы, при котором она индифферентна к воздействию внешних и внутренних факторов риска и одновременно динамично развивается.

Список литературы

1. Колосов В. А., Гречко Е. А., Мироненко К. В., Самбурова Е. Н., Слука Н. А., Тикунова И. Н., Ткаченко Т. Х., Федорченко А. В., Фомичев П. Ю. Горизонты исследований в области географии мирового хозяйства (к 25-летию кафедры географии мирового хозяйства) // Вестник московского университета. Серия 5. География. 2016. № 1. С. 3–12.
2. Мироненко Н. С., Гитер Б. А. Мирохозяйственный переход в начале XXI века: макротехнологические и пространственные трансформации // Вестник московского университета. Серия 5. География. 2013. № 2. С. 14–18.

3. Пилька М. Э., Слука Н. А. Размещение представительств крупнейших транснациональных корпораций в глобальных городах США // Вестник московского университета. Серия 5. География. 2014. № 4. С. 75–82.
4. Брялина Г. И., Волошин Д. И., Лутовинов А. Е., Титова Н. И. Экономика России: поиск путей развития // Вестник московского университета. Серия 6. Экономика. 2015. № 2. С. 110–120.
5. Аузан А. А. «Эффект колеи». Проблема зависимости от траектории предшествующего развития – эволюция гипотез // Вестник московского университета. Серия 6. Экономика. 2015. № 1. С. 3–17.
6. Белянова А. М., Кайманов С. В. Интеграционные процессы на постсоветском пространстве // Вестник московского университета. Серия 6. Экономика. 2015. № 1. С. 108–119.
7. Некипелов А. Д., Ивантер В. В., Глазьев С. Ю. Приоритеты долгосрочного социально-экономического развития // Экономические и социальные перемены: факты, тенденции, прогноз. 2013. № 6 (30). С. 18–31.
8. Тикунов В. С., Белозеров В. С., Щитова Н. А. и др. Геоинформационный мониторинг: инструмент пространственно-временного анализа миграции населения // Вестник московского университета. Серия 5. География. 2015. № 2. С. 33–39.
9. Стариков Н. А. Типология стран мира по особенностям продовольственной ситуации // Вестник московского университета. Серия 5. География. 2015. № 6. С. 48–56.
10. Указ Президента Российской Федерации от 30.01.2010 № 120 «Об утверждении доктрины продовольственной безопасности Российской Федерации». URL: <http://base.garant.ru/106503/> (дата обращения: 10.02.2017).
11. Доклад о мировом развитии. 2016. Основные положения. URL: [/http://pubdocs.worldbank.org/en/697151452690994615/WDR2016MainMessages-RUSSIAN-WebRes.pdf](http://pubdocs.worldbank.org/en/697151452690994615/WDR2016MainMessages-RUSSIAN-WebRes.pdf) (дата обращения: 10.03.2017).
12. Всемирный банк. 2016. Доклад о мировом развитии 2016 «Цифровые дивиденды». Обзор. URL: <https://openknowledge.worldbank.org/bitstream/handle/10986/23347/210671RuSum.pdf?sequence=16> (дата обращения: 10.03.2017).
13. Савоскул М. С. Территориальные системы международных миграций населения // Вестник московского университета. Серия 5. География. 2015. № 6. С. 11–18.
14. Савоскул М. С. Эмиграция из России в страны дальнего зарубежья в конце XX – начале XXI века // Вестник московского университета. Серия 5. География. 2016. № 2. С. 44–54.
15. Савоскул М. С. Обзор третьей международной миграции населения второй половины XX века // Региональные исследования. 2015. № 4 (50). С. 56–65.
16. Указ Президента РФ от 29.04.1996 № 608 «О Государственной стратегии экономической безопасности Российской Федерации (Основных положениях)». URL: <http://base.garant.ru/106503/> (дата обращения: 10.02.2017).
17. Росстат. URL: http://www.gks.ru/free_doc/new_site/population/demo/migr2.xls (дата обращения 30.01.2017).

СОВРЕМЕННОЕ СОСТОЯНИЕ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ ОТНОШЕНИЙ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ И КИТАЙСКОЙ НАРОДНОЙ РЕСПУБЛИКИ В ЭНЕРГЕТИЧЕСКОЙ СФЕРЕ В ФОРМАТЕ СТРАТЕГИИ «ЭКОНОМИЧЕСКИЙ ПОЯС ШЕЛКОВОГО ПУТИ»

THE CURRENT STATUS AND FURTHER DEVELOPMENT
OF THE RUSSIAN FEDERATION AND THE PEOPLE'S REPUBLIC
OF CHINA IN THE ENERGY SECTOR UNDER THE "SILK ROAD
ECONOMIC BELT" STRATEGY

УДК 339.96



Хань Чао

аспирант Санкт-Петербургского государственного экономического университета, hanchaopp1988@gmail.com

Han Chao

Post-graduate student of the Saint-Petersburg State University of Economics, hanchaopp1988@gmail.com

Аннотация.

Сотрудничество в энергетической сфере играет важную роль в отношениях между РФ и Китаем. В статье рассматривается стратегия «Экономический пояс Шёлкового пути» и анализируются возможности энергетического сотрудничества в рамках данной стратегии. Незыблемой основой для такого сотрудничества являются долговременные доверительные и плодотворные отношения, сложившиеся между Россией и Китаем на протяжении многих десятилетий.

Ключевые слова: стратегия, энергоресурсы, конкурентоспособность, экономическая система, государственная политика, международные отношения, Шелковый путь.

Abstract.

Cooperation in the energy sector plays an important role in relations between the Russian Federation and China. The article examines the « Silk Road Economic Belt» strategy and analyzes the possibilities of energy cooperation within the framework of this strategy. An unshakable foundation for such cooperation is the long-term trust and fruitful relations that have been developed between Russia and China for many decades.

Key words: *strategy, energy, competitive power, economic system, national policy, state relations, Silk Road.*

Экономический пояс «Великий шелковый путь» – это новый ареал экономического развития, основанный на понятии исторического Шелкового пути. Экономический пояс «Великий шелковый путь» простирается от Азиатского-Тихоокеанского экономического региона на западе до Европейского экономического региона на востоке. Он считается «самым большим экономическим коридором в мире». История энергетического сотрудничества Китая и России с 90-х гг. XX в. до сегодняшнего дня насчитывает уже более 20 лет. Опыт этого сотрудничества и извлеченные из него уроки очень важны для дальнейшего энергетического сотрудничества двух государств.

В рамках проекта «Экономический пояс Шелкового пути» предполагается реализация трех трансъевразийских экономических коридоров:

- северный коридор: Китай — Центральная Азия — Россия — Европа);
- центральный коридор: Китай — Центральная и Западная Азия — Персидский залив и Средиземное море;
- южный коридор: Китай — Юго-Восточная Азия — Южная Азия — Индийский океан [1].

Выделим ключевые аспекты в энергетической сфере в формате стратегии «Экономический пояс Шелкового пути». Россия является крупнейшим в мире производителем нефти: добыча нефти занимает 12,9% от общемирово-

го объема, также она является вторым по величине экспортером нефти после Саудовской Аравии. Россия владеет наиболее развитой нефтегазовой перерабатывающей системой и занимает ведущую позицию в добыче нефти и газа, что имеет решающее значение для мирового развития энергетического рынка. «Газпром», «Роснефть» и «Транснефть» являются тремя российскими гигантами в нефтегазовой сфере. В ближайшие 20 лет Россия будет одной из немногих стран, чья добыча нефти и газа может быть больше, чем их потребление.

В начале XXI в. Китай и Россия имели в эксплуатации два больших нефтегазовых проекта. Первый – проект газопровода «Запад-Восток». Согласно политике, предусмотренной китайским правительством для совместных предприятий, Китайская национальная нефтегазовая корпорация (CNPC) подписала совместное рамочное соглашение по проекту газопровода «Запад-Восток» с «Газпромом», группой компаний «Royal Dutch/Shell» и «ExxonMobil» в июле 2002 г. Таким образом, «Газпром» стал партнером проекта газопровода «Запад-Восток».

Второй проект – Российско-китайский нефтепровод. Этот проект впервые был предложен Россией в ноябре 1994 г. После подписания меморандума между CNPC и российской Сибирско-Дальневосточной нефтяной компанией обе страны стали готовиться к реализации этого проекта. В апреле 1996 г. федеральная делегация правительства России

посетила Китай, и правительства двух стран подписали соглашение о взаимном сотрудничестве и официально подтвердили проект российско-китайского газопровода.

Этот проект рассматривался на заседаниях российско-китайского комитета премьеров, начиная с 1997 г., и российско-китайского комитета сотрудничества в области энергетики, начиная с 1999 г. CNPC подписала соглашение по технико-экономическому обоснованию проекта строительства российско-китайского нефтепровода с компаниями «ЮКОС» и «Транснефть» в феврале 1999 г. На основании договора технико-экономическое обоснование было завершено в декабре 1999 г. Китайское и российское правительства подписали соглашение о взаимном сотрудничестве еще в июле 2000 г., и китайско-российский проект нефтепровода был одним из основных положений этого соглашения [2].

Важно понимать, что на современное состояние и перспективы развития отношений Российской Федерации и Китайской Народной Республики в энергетической сфере в формате стратегии «Экономический пояс Шелкового пути» оказывают очень сильное влияние аспекты взаимодействия Китая и стран АСЕАН. Ассоциация стран Юго-Восточной Азии (АСЕАН) – интеграционный союз, целью которого является активное политическое и экономическое сотрудничество. Объединение открыто взаимодействует со странами, граничащими, но не входящими в ассоциацию. Наиболее популярным форматом взаимодействия является форма «АСЕАН+1», когда переговоры ведутся с Китаем. Китай – ключевой игрок в азиатском регионе, который не только укрепляет свои внешнеэкономические и внешнеполитические позиции путем взаимовыгодного сотрудничества, но и стремится диктовать свои условия игры, позиционируя себя в качестве лидера. Это соответствует стратегическим интересам России [3].

Россия и Китай постепенно превратились в друзей в процессе долгосрочного дружественного сотрудничества на протяжении многих поколений, которое является идеологическим фундаментом двустороннего стратегического сотрудничества.

Это общий консенсус между правительствами двух стран и народов, в котором обе страны будут добрыми соседями, большими друзьями и верными партнерами навсегда. Изначально российско-китайские отношения строились на основе эффективного политического взаимодействия. После распада Советского Союза российско-китайские отношения не только выстроили двустороннюю связь с прицелом на далекие перспективы, но и повлияли в определенной степени на развитие и изменения мировой глобальной структуры. В этом смысле совместное заявление об основах взаимоотношений между Китайской Народной Республикой и Российской Федерацией, подписанное 18 декабря 1992 г., сыграло очень важную роль [4].

В настоящее время некоторые ученые обеспокоены оценкой двусторонних отношений в данном документе, которая провозглашает, что Китай и Россия «рассматривают друг друга как дружественные страны». На самом деле, этот дипломатический документ содержит в себе очень богатое содержание, и точность различных определений по вопросам двусторонних отношений была довольно общей. Мы не можем позволить себе понизить оценку развития двусторонних отношений в этот период просто из-за определения «дружественных стран». Обе нации подчеркнули в документе, что они хотели бы «поднять свои двусторонние отношения на новый уровень, а также укрепить и развить их, что отвечает коренным интересам народов обеих стран и благоприятствует миру и стабильности в Азии и во всем мире».

В документ внесли ряд новых предложений и идей в целях укрепления сотрудничества в политической сфере для того, чтобы заложить прочную основу для дальнейшего развития двусторонних политических отношений [5]. В 1994 г. Китай и Россия заявили, что их двусторонние отношения «уже создают новый тип конструктивного партнерства», в котором обе стороны совершенно равны, дружны и сотрудничают на основе пяти принципов мирного сосуществования, которые не согласованы и не направлены на какую-либо третью страну. Документ описывает четыре известных

принципа двусторонних отношений, которые составляют их основу в будущем.

В 1996 г. китайско-российские отношения переросли в «отношения стратегического взаимодействия и партнерства, равенства, доверия, ориентированные на XXI в.», что было большим шагом вперед в своих политических связях.

Российско-китайский договор о добрососедстве и дружеском сотрудничестве, который был подписан в 2001 г., перевел эти базовые принципы двусторонних отношений в правовую форму. Важная особенность российско-китайских политических отношений заключается в том, что они не основаны на идеологии [6]. С самого начала обе страны достигли консенсуса в решении вопросов в социальной системе, а также установили, что различие взглядов стран в данном вопросе не будет мешать развитию их отношений в других областях. Две страны также постановили, что в политических отношениях внутренние особенности двух стран должно быть приняты во внимание, и право свободно выбирать свой путь развития должно быть взаимно уважаемым. Две страны должны информировать друг друга о своих реформах. Этот консенсус был применен на практике. Коммунистическая партия Китая и партия «Единая Россия» часто обмениваются опытом в управлении своими странами и решении проблем реформирования и развития [7].

Стратегические опорные пункты в российско-китайских отношениях таковы, что Китай и Россия обоюдно поддерживают политику по вопросам сохранения национального единства и территориальной целостности. Этот основополагающий принцип в долгосрочной перспективе развития политических отношений между двумя странами имеет важное значение для китайско-российских стратегических отношений, где обе стороны поддерживают друг друга в вопросах, касающихся их коренных интересов, таких, как национальный суверенитет, единство и территориальная целостность. Китай и Россия прилагают все усилия для повышения и укрепления договорно-правовой основы для двусторонних отношений. Законодательные и соответствующие

ведомства обеих стран имеют частые контакты и сотрудничают для углубления взаимопонимания. Обе стороны предпринимают эффективные меры для защиты законных прав и интересов людей в других странах, когда они находятся на территории другой страны, предоставляя необходимую судебную помощь по гражданским и уголовным делам [8]. Это важно для центральных законодательных и правоохранительных ведомств в соответствии с общей тенденцией развития двусторонних отношений. Повышение уровня взаимного доверия остается одним из приоритетов для устойчивого развития китайско-российских отношений в интересах обеих стран, партнерство сможет служить движущей силой двусторонних отношений.

Ввиду сложной и нестабильной международной обстановки при сохранении искренности и взаимного доверия обеим странам удастся избежать и устранить взаимные опасения и недоразумения и продолжать укреплять свои связи [9]. Одной из важных особенностей китайско-российских отношений является то, что две страны рассматривают друг друга как партнеры, на основе солидарности и взаимной помощи, что заложено в основы отношений в энергетической сфере в формате стратегии «Экономический пояс Шелкового пути».

Основную направленность и особенности российско-китайского сотрудничества в энергетической сфере в формате стратегии «Экономический пояс Шелкового пути» определяют следующие факторы. Во-первых, в российско-китайских отношениях должен быть соблюден принцип неконфронтации. Иными словами, ни одна из сторон не должна применять силу или угрозу в их отношениях, и они не должны использовать экономические санкции и другие способы давления друг на друга. Устранение проблем между ними должно происходить мирными средствами. Во-вторых, развитие их дружественных отношений и сотрудничества не должно быть направлено против какой-либо третьей страны. Военное и военно-техническое сотрудничество не должно быть направлено на третью страну; ни одна из сторон не должна вступать ни в какой альянс или блок, который наносит ущерб суверенитету,

безопасности и территориальной целостности другой стороны, ни одна из двух сторон не позволяет третьей стране использовать свою территорию в ущерб национальному суверенитету, безопасности и территории другой стороны; ни одна из двух сторон не позволяет создание на ее территории организаций, которые могут нанести ущерб суверенитету, безопасности и территориальной целостности другой стороны, и запрещает подобную деятельность; если одна из сторон подвергается угрозе или агрессии, обе стороны будут незамедлительно контактировать друг с другом с целью устранения этой угрозы [10].

Таким образом «Экономический пояс Шелковый путь» создает прочную платформу и новое пространство для энергетического сотрудничества между Россией и Китаем. В условиях еще более открытого и свободного сотрудничества Россия и Китай смогут найти больше взаимовыгодных возможностей. В то же время углубление энергетического сотрудничества России и Китая имеет большое значение для строительства «Экономического пояса Шелкового пути». Энергетическое сотрудничество и совместное развитие инициатив – это результативный путь к совместному процветанию двух стран.

Список литературы

1. *Васильев Л. Е.* АСЕАН в начале XXI века. М.: ИД «Форум», 2010. 368 с.
2. *Карелина Е. А.* Социально-экономическое развитие Китая: прогнозы и перспективы // *Экономические науки*. 2015. № 2 (123). С. 99–101.
3. *Кузык Б. Н., Титаренко М. Л.* Китай – Россия – 2050: стратегия соразвития. М.: МИР, 2016. 215 с.
4. *Лузянин С. Г.* Китай в Юго-Восточной Азии: стратегический «капкан» или ресурс возвышения 2013. URL: <http://old.mgimo.ru/news/experts/document238309.phtml> (дата обращения: 23.03.2017).
5. *Малюженко Е. В., Дмитриевская В. А.* Энергетическое сотрудничество России и Китая // *Экономика и бизнес: теория и практика*. 2016. № 12. С. 69–71.
6. *Михеев В., Швыдко В., Луконин С.* Китай – Россия: Когда эмоции уместны? // *Мировая экономика и международные отношения*. 2015. № 2. С. 5–13.
7. *Михневич С. В.* Конкуренция и сотрудничество в Азиатско-Тихоокеанском регионе // *Вестник международных организаций*. 2016. №1. С. 92–120.
8. Обзор внешнеэкономической деятельности Китая за 2015 г. URL: http://www.ved.gov.ru/exportcountries/cn/about_cn/ved_cn (дата обращения: 23.03.2017).
9. Обзор: стабилизация российско-китайской торговли на фоне резкого падения экспорта западных стран в Китай // *Южный Китай*. 2016. URL: <http://south-insight.com/t2016> (дата обращения: 23.03.2017).
10. *Бурлакова М. В.* Анализ экономических и политических отношений Российской Федерации и Китайской Народной Республики / М. В. Бурлакова, М. Н. Гигаури // *Экономика и бизнес: теория и практика*. 2016. № 12. С. 8–10.

МОДЕЛИ ВЫБОРА ФОРМ И ДОЛИ ГОСУДАРСТВЕННОЙ ПОДДЕРЖКИ ОТЕЧЕСТВЕННЫХ ПРОИЗВОДИТЕЛЕЙ КИНОПРОДУКЦИИ

FORMS AND SHARE CHOICE MODELS OF STATE SUPPORT FOR DOMESTIC FILM PRODUCERS

УДК 338.46



ЕНИКЕЕВА Лилия Аубакировна

профессор кафедры управления экономическими и социальными процессами в кино- и телеиндустрии Санкт-Петербургского государственного института кино и телевидения, доктор экономических наук, профессор, Enikeeva_lilia@mail.ru

ENIKEEVA, Lilia Aubakirovna

Professor at the Department of Economic and Social Processes Management in Film and TV Industry, Saint-Petersburg State Institute of Film and Television, Doctor of Economics, Professor, Enikeeva_lilia@mail.ru



СМИРНОВ Константин Борисович

старший преподаватель кафедры управления экономическими и социальными процессами в кино- и телеиндустрии Санкт-Петербургского государственного института кино и телевидения, smi-konstantin@list.ru

SMIRNOV, Konstantin Borisovich

Assistant Professor at the Department of Economic and Social Processes Management in Film and TV Industry, the Saint-Petersburg State Institute of Film and Television, smi-konstantin@list.ru

Аннотация.

В статье рассмотрены основные направления государственной поддержки отечественных производителей кинопродукции. Проанализировано сегментирование мирового рынка кинопроизводства по занимаемой доле компаниями-производителями кинопродукции. Дана сравнительная характеристика источников финансирования, форм и методов государственной поддержки национальных кинопроизводителей по отдельным странам. Это позволило рекомендовать для использования отдельные формы частично-государственного финансирования кинопроизводства в РФ. Предложен комплекс моделей, позволяющих обосновать конкретную форму государственного участия в финансировании отечественной кинопродукции и определиться с ее долей.

Ключевые слова: кинематография, кинопроизводство, государственное финансирование, модель выбора формы финансирования, отечественная кинопродукция, модель определения доли господдержки, целевой коэффициент финансирования.

Abstract.

The article describes the main directions of state support for domestic film-makers. It analyzes the global film industry segmentation by the share of film producing companies. Comparative characteristics of funding sources, forms and methods of state support of national producers in individual countries are given. This has led to recommendation for using certain forms of partial state financing for film production in Russia. The paper proposes a set of models to prove a specific form of state participation in financing of domestic film production and to determine its proportion.

Key words: cinematography, film production, government funding, choice model of forms of financing, domestic film production, model to determine the share of state support, the target ratio of funding.

В современных условиях направленность государственной политики на поддержку кинопроектов игрового, неигрового и анимационного кино в лице Министерства культуры РФ является одним из возможных решений социальных проблем, направленных на сохранение исторических культурных традиций и воспитание граждан, и особенно подрастающего поколения, в соответствии с культурными нормами, правилами, ценностями в рамках стратегии национальной безопасности страны.

Так, в частности, в 2015 г. была осуществлена государственная поддержка кинопроектов по четырем приоритетным направлениям (рисунок 1) на общую сумму 3,7 млрд руб.

Согласно статистике Фонда социальной и экономической поддержки отечественной кинематографии (Фонда кино) и Министерства культуры РФ, в 2015 г. снизились объемы отечественного кинопроизводства и количество объектов финансирования: если в 2006 г. государственную поддержку получили 653 кинопроекта, то в 2015 г. – 548 (таблица 1). Зато увеличились объемы государственной финансовой поддержки с 2,360 млрд руб. в 2006 г. до 6,200 млрд в 2015 г. В расчете на один кинопроект финансирование составило в 2006 г. 3,61 млн руб., а уже в 2015 г. на один кинопроект приходится в среднем 11,31 млн руб.

Это стало результатом целенаправленной государственной политики в лице Министерства культуры Российской Федерации и Фонда кино, которые выделили эти средства на кинопроизводство как на возмездной, так и на безвозмездной основах.

В ходе проведенного сравнительного анализа зарубежного опыта использования форм и методов государственной поддержки национальных производителей кинофильмов авторами статьи были выделены страны-лидеры (рисунок 2). Это США (40%), Индия (15%), Китай (11%), Великобритания (8%), Россия (6%), Канада (4%), Япония (3%).

Российская Федерация занимает 5-е место в мире по занимаемой доле рынка компаниями-кинопроизводителями. В таблице 2 представлена характеристика форм и методов государственной поддержки производителей кинофильмов стран-лидеров.

Сопоставление зарубежного опыта использования форм и методов государственной поддержки национальных производителей кинофильмов на примере стран-лидеров показало, что для успешного развития организаций кинопроизводства сферы кинематографии целесообразно использование форм частичного государственного финансирования кинопроизводства в РФ.

Для выбора конкретной формы господдержки национальных кинопроектов авто-

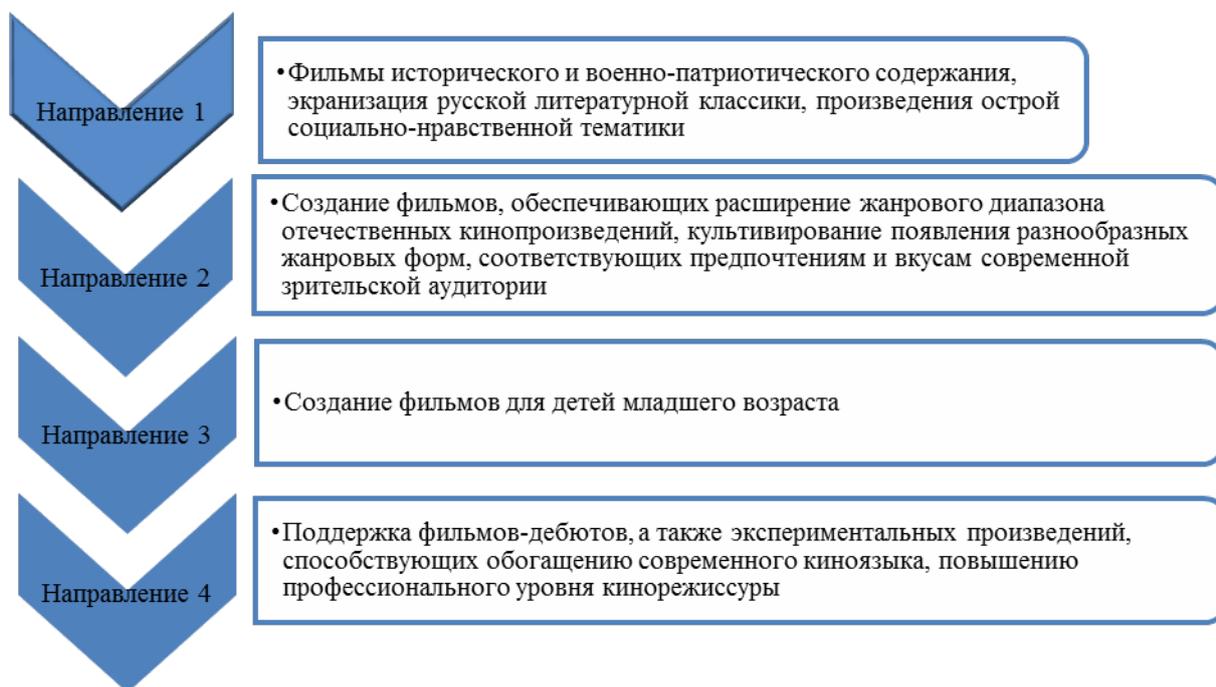


Рисунок 1
Основные направления государственной поддержки [1]

Таблица 1
Объемы государственной поддержки по видам кинопроектов [2; 3]

Год	Игровые фильмы	Неигровые фильмы	Анимационные фильмы	Всего российских кинофильмов	Объем государственной финансовой поддержки сферы кинематографии, млн руб.	В среднем на один кинопроект, млн руб.
2006	105	483	65	653	2360	3,61
2007	78	555	137	770	2641	3,43
2008	101	612	160	873	2741	3,14
2009	78	326	151	555	2445	4,41
2010	60	439	136	635	4453	7,01
2011	51	483	106	640	4759	7,44
2012	35	447	130	612	6332	10,35
2013	62	397	87	546	6680	12,23
2014	95	383	155	633	6500	10,27
2015	77	291	180	548	6200	11,31

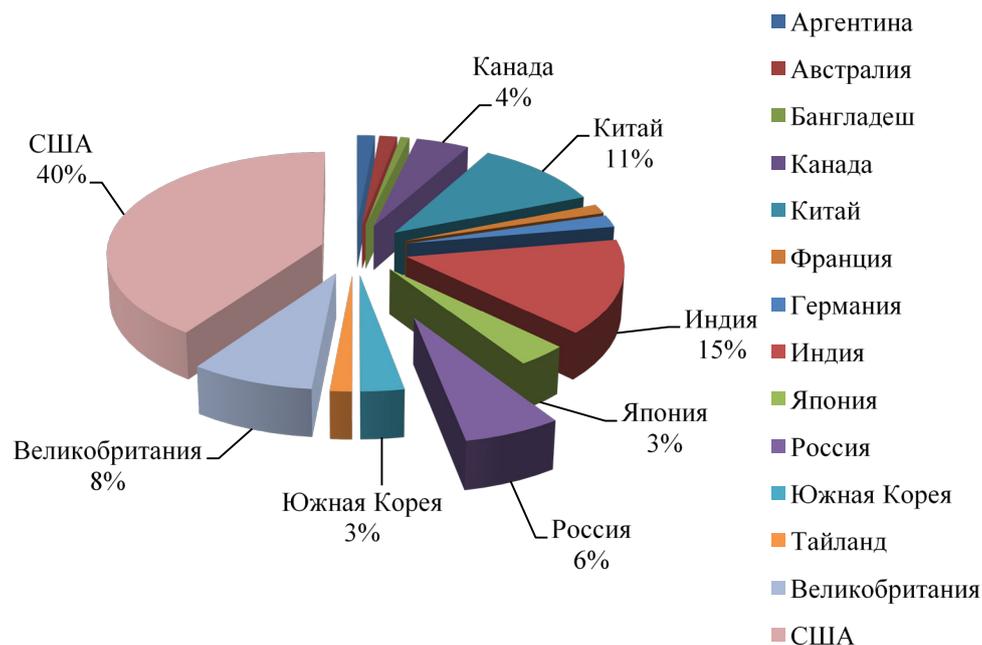


Рисунок 2
Сегментирование мирового рынка кинопроизводства по занимаемой доле компаниями-производителями кинопродукции [4]

Таблица 2
Сравнительная характеристика источников финансирования, форм и методов государственной поддержки национальных производителей кинофильмов зарубежных стран [4–10]

Страны-лидеры	Сфера деятельности	Источники финансирования национальных проектов	Формы и методы государственной поддержки национальных производителей кинофильмов
1	2	3	4
США (164 кинокомпании)			
Paramount Pictures Warner Bros. Columbia Pictures 20th Century Fox Universal Studios И др.	– Кинопроизводство; – кинопрокат	– Доходы от коммерческой деятельности; – взносы инвесторов; – членские взносы	Отсутствие государственной поддержки
Индия (61 кинокомпания)			
14 Reels Entertainment Aamir Khan Productions Aashirvad Cinemas Annapurna Studios Anurag Kashyap Films и др.	– Кинопроизводство; – кинопрокат; – региональное кинопроизводство на 22-х языках	– Частное финансирование; – государственные кинокомпании «Doordarshan и National Film Development Corporation»	The National Films Development Corporation (NFDC): – выплата компенсаций режиссерам части затрат на производство; – налоговые льготы; – лицензирование

Страны-лидеры	Сфера деятельности	Источники финансирования национальных проектов	Формы и методы государственной поддержки национальных производителей кинофильмов
Китай (44 кинокомпании)			
Asia Film Company Beijing Enlight Pictures Beijing Galloping Horse Group Changchun Film Group Corporation China Film Group Corporation	– Кинопроизводство; – кинопрокат	– Государственное финансирование; – копродукция; – вспомогательное производство; – заказное производство	Введение ограничений на деятельность иностранных компаний: 1) копродукция; 2) вспомогательное производство (assisted production); 3) заказное производство (commissioned production); – цензурная система
Великобритания (34 кинокомпании)			
BBC Films British Lion Films DNA Films Intermedia Vertigo Films и др.	– Кинопроизводство; – кинопрокат	– Копродукция; – частное финансирование	– С 2007 г. действует система налоговых льгот на производство национальных фильмов
Канада (18 кинокомпаний)			
Atopia Bleeding Art Industries Breakthrough Entertainment The Bridge Studios Brightlight Pictures и др.	– Билингвальная система поддержки (английский и французский языки); – совместные проекты с американскими кинопроизводителями	– Копродукция; – инвестиции американского кинорынка	– Низкая роль национального фактора в производстве кино; – отсутствие государственной политики по поддержке национального кино
Япония (14 кинокомпаний)			
Enoki Films Kadokawa Pictures Studio Ghibli Toei Company Toho Shochiku	– Поддержка профессиональных стандартов операторского искусства; – поддержка взаимодействия между членами организации и общественностью	– Членские взносы; – финансовая поддержка Советом по кино Великобритании	– Поддержка программ развития и мероприятий Советом по кино Великобритании; – консультирование профессиональных сообществ по проблемам организационного развития

рами предложены две модели, позволяющие определить рекомендуемую форму и долю государственного участия в финансировании отечественной кинопродукции.

Для этого были собраны реальные данные по 86 российским фильмам и их дистрибьюторам за период 2014–2016 гг. (таблица 3).

Первая модель определения типа формы господдержки построена с помощью аппарата корреляционно-регрессионного анализа, основной вид которой формализован в виде нижеприведенной формулы (1)

$$Y = \beta_1 \cdot X_1 + \beta_2 \cdot X_2 + \beta_3 \cdot X_3 + \dots + \beta_1 \cdot X_1 + \varepsilon. \quad (1)$$

В качестве факторов, оказывающих влияние на форму государственной поддержки, авторами статьи были выбраны следующие признаки:

- дистрибьютор кинофильма;
- количество фильмокопий (количество экранов), ед.;
- наработка на одну фильмокопию, руб./ед.;
- общие сборы по фильму в прокате, руб.;

Таблица 3
Исходные данные для моделирования (фрагмент)

№	Фильм	Дистрибутор	Форма господдержки, у	Дистрибутор, х1	Количество фильмокопий, х2	Нарботка на одну фильмокопию, х3	Общие сборы по фильму в прокате, млн руб х4	Год выпуска, х5	Возрастное ограничение, х6	Бюджет млн руб. Х7	Количество зрителей, чел., х8	Эффективность проката	Жанр, х10
1	Экипаж	Централ Партнершип	5	1	2500	601808	1504.52	2016	6	1386.8	5383436	279.47	0
2	Иван Царевич и Серый Волк-3	Наше кино	5	2	1800	416565	749.82	2016	6	291.7	3326535	225.40	2
3	Самый лучший день	Bazelevs/ Двадцатый Век Фокс СНГ	3	8	1526	333925	726.35	2015	16	149.0	2815296	258.00	0
4	Жених	Каропрокат	3	4	1824	264430	482.32	2016	12	97.5	2098221	229.87	0
5	28 панфиловцев	UPI**	5	5	1181	321176	379.31	2016	12	108.8	1703517	222.66	0
6	Луэлянт	WDSSPR	5	6	1952	193230	377.19	2016	16	725.0	1419778	265.67	0
7	Ледокол	Наше кино	5	2	1224	284480	348.20	2016	12	430.0	1454542	239.39	0
8	Мафия: Игра на выживание	Каропрокат	3	4	1472	216112	318.12	2015	12	180.0	1072980	296.48	0
9	День выборов-2	UPI**	2	5	930	304516	314.87	2016	12	100.0	1095951	287.30	0
10	Страна чудес	WDSSPR	1	6	1124	278067	312.55	2015	16	90.0	1157762	269.96	0
11	Смешарики: Легенда о золотом драконе	UPI**	5	5	1162	225402	287.46	2016	6	150.0	1352380	227.54	2
80	Рудольф Нурев. Остров его мечты	Reflexion Films	1	27	16	13750	0.22	2016	16	35.9	1145	192.14	1
85	Иерей-сан. Исповель самурая	Люксор	5	15	5	27436	0.14	2014	12	155.9	45297	3.03	0
86	Инсайт	Самокат	3	31	3	20255	0.06	2015	16	54.2	238	255.32	0

Источник: [2; 11].

- год выпуска кинофильма;
- возрастное ограничение;
- бюджет кинофильма, руб.;
- бюджет кинофильма, долл. США;
- количество зрителей (посещаемость), чел.;
- жанр кинофильма;
- формат просмотра кинофильма.

В качестве результативного признака как прогнозируемого выбрана форма государственной поддержки, которая принимает значения от 1 до 5 в соответствии с таблицей 4, $Y_i, i = 1...5$.

Дистрибьюторы представлены в виде переменной $x1_i, i = 1...37$.

Количество фильмокопий (количество экранов) представлено в виде переменной $x2_i, i = 1...n, n \in Z$.

Наработка на одну фильмокопию представлена в виде переменной $x3_i, i = 1...t, x3_i > 0$.

Общие сборы по фильму в прокате представлены в виде переменной $x4_i$.

Год выпуска кинофильма представлен в виде переменной $x5_i$.

Возрастное ограничение представлено в виде переменной $x6_i$, которая может принимать следующие значения [10]:

«0+» – Кинопродукция для детей, не достигших возраста шести лет;

«6+» – Кинопродукция для детей, достигших возраста шести лет;

«12+» – Кинопродукция для детей, достигших возраста двенадцати лет;

«16+» – Кинопродукция для детей, достигших возраста шестнадцати лет;

«18+» – Кинопродукция запрещена для распространения среди детей.

Бюджет кинофильма представлен в виде переменной $x7_i$, в рублях.

Количество зрителей (посещаемость) представлено в виде переменной $x8_i$.

Под форматом просмотра кинофильма понимается переменная $x8_i$, принимающая следующие значения:

0 IMAX;

1 2D;

2 3D.

Все жанры по формам господдержки были укрупнены в следующие группы, переменная ($x10_i$)

0 Игровое

1 Неигровое

2 Анимационное.

В группу игрового кино включены: музыкальная комедия, комедия, драма, мелодрама, военная драма, историко-приключенческий триллер, фильм-катастрофа, боевик, фантастика, фильм-катастрофа, семейный

Таблица 4
Формы государственной поддержки российских фильмов

Формы государственной поддержки	Значения, принимаемые в модели, Y_i
Поддержка производства ненационального кино на безвозмездной основе	1
Поддержка производства ненационального кино на условиях 100%-й возвратности	2
Поддержка производства ненационального кино на условиях участия в прибыли	3
Поддержка в прокате на условиях возвратности	4
Частичное государственное финансирование производства, проката и показа национальных фильмов (в ред. Федерального закона от 24.07.2007 № 218-ФЗ)	5

фильм, спортивный фильм, фильм ужасов, триллер, фэнтези, мюзикл, исторический детектив, историко-мистическая комедия, приключенческий фильм, детектив, мелодрама, сказка, шоу.

В группу неигрового кино включены: документальное, научно-популярное, альманах.

В группу анимационного кино включены: сборник мультфильмов, анимация, сказка.

Корреляционная матрица по выбранным факторам представлена на рисунке 3. Наиболее значимыми факторами по линейному коэффициенту корреляции являются факторы, оказывающие влияние на выбор формы государственной поддержки:

- бюджет фильма, руб. $r_{yx7} = 0,88$;
- жанр фильма, $r_{yx10} = 0,80$;
- год выпуска, $r_{yx5} = 0,69$;
- формат показа, $r_{yx9} = -0,85$.

В результате построено окончательное уравнение регрессии, представленной формулой (2).

$$Y = 0,023X_5 + 0,0001X_7 - 1,2557X_9 + 0,6597X_{10}. \quad (2)$$

Таким образом, на выбор формы господдержки существенное влияние оказывают следующие признаки:

- бюджет фильма, руб.;
- жанр фильма;
- год выпуска;
- формат показа.

Согласно модели множественной регрессии рекомендуемые формы рассчитаны и сравнены с существующими формами, рисунок 4.

В результате построенное уравнение регрессии $Y = 0,023X_5 + 0,0001X_7 - 1,2557X_9 + 0,6597X_{10}$ может быть использовано для принятия решения о выборе формы поддержки, рисунок 4.

Если прогнозное значение множественной регрессии совпадает с заявленной формой поддержки, то переменная x_{12} примет значение «ИСТИНА», иначе такой переменной будет присвоено значение «ЛОЖЬ».

Например, у фильма «Экипаж» рекомендуемая форма господдержки совпадает с существующей и логическая переменная при проверке на соответствие принимает значение

«ИСТИНА». Анимационный фильм «Иван Царевич и Серый Волк-3»: рекомендуемая форма господдержки не совпала с существующей, и логическая переменная при проверке на соответствие принимает значение «ЛОЖЬ». В соответствии с рекомендуемой моделью, этому анимационному фильму рекомендована форма поддержки в прокате на условиях возвратности (четвертая форма по модели, таблица 4).

Документальному фильму «В лучах солнца» рекомендована четвертая форма поддержки (поддержка в прокате на условиях возвратности), хотя на практике было осуществлено безвозмездное частичное государственное финансирование производства, проката и показа национальных фильмов (пятая форма по модели, таблица 4). У данного документального фильма собралось достаточное количество зрителей (8378 чел.) с бюджетом 26,49 млн руб.

Таким образом, полученные результаты моделирования позволяют новому кинопроекту рассчитать оптимальную долю финансирования и рекомендовать эффективную форму поддержки.

Вторая модель распределения государственной поддержки между кинопроектами представляет собой модель линейной оптимизации и позволяет определить оптимальную долю государственной поддержки конкретного кинопроекта.

Проблема обоснованного распределения государственной поддержки национальных кинопроектов может быть решена при использовании целевого коэффициента финансирования отечественной кинопродукции, который получен из данной модели.

В качестве целевой функции выбран показатель общих сборов в прокате, руб. по данным таблицы 1, рисунок 5, соотносясь к количеству зрителей, чел., который стремится к максимуму. То есть использован такой показатель эффективности, как доходность от фильма на одного зрителя (формула 3):

$$F(X) = \sum_1^{86} c_i \cdot x_i \rightarrow \max, \quad (3)$$

ФАКТОРЫ	A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	K	L
ФОРМА ГОСПОДДЕРЖКИ, Y												
ДИСТРИБЬЮТОР, X1		1										
КОЛИЧЕСТВО ФИЛЬМОВ, X2			1									
НАРАБОТКА НА ОДНУ ФИЛЬМОКОПИЮ, X3				1								
ОБЩИЕ СБОРЫ ПО ФИЛЬМУ В ПРОКАТЕ, руб X4					1							
ГОД ВЫПУСКА, X5						1						
ВОЗРАСТНОЕ ОГРАНИЧЕНИЕ, X6							1					
БЮДЖЕТ руб. X7								1				
КОЛИЧЕСТВО ЗРИТЕЛЕЙ, чел., X8									1			
ФОРМАТ ПОКАЗА, X9										1		
ЖАНР, X10											1	

Рисунок 3
Корреляционная матрица по выбранным факторам, оказывающим влияние на выбор формы господдержки

	A	B	C	D	E	F
1	Расчет по модели	Проверка на соответствие	Рекомендуемая форма господдержки	Форма господдержки, Y	Название фильма	Дистрибьютор
2	4.86	ИСТИНА	5	5	Экипаж	Централ Партнершип
3	4.12	ЛОЖЬ	4	5	Иван Царевич и Серый Волк-3	Наше кино
4	3.19	ИСТИНА	3	3	Самый лучший день	Bazelevs/Двадцатый Век Фокс СНГ
5	3.05	ИСТИНА	3	3	Жених	Каропрокат
6	3.09	ЛОЖЬ	3	5	28 панфиловцев	UPI
7	3.84	ЛОЖЬ	4	5	Дуэлянт	WDSSPR
8	3.47	ЛОЖЬ	3	5	Ледокол	Наше кино
9	2.09	ЛОЖЬ	2	3	Мафия: Игра на выживание	Каропрокат
10	3.24	ЛОЖЬ	3	2	День выборов-2	UPI
11	3.33	ЛОЖЬ	3	1	Страна чудес	WDSSPR
12	3.22	ЛОЖЬ	3	1	СуперБобровы	WDSSPR
13	5.06	ИСТИНА	5	5	Мешарики: Легенда о золотом драко	UPI
14	3.53	ЛОЖЬ	4	1	Землетрясение	Каропрокат
15	3.38	ИСТИНА	3	3	8 лучших свиданий	Централ Партнершип
16	3.28	ЛОЖЬ	3	2	Хардкор	Bazelevs
17	3.10	ЛОЖЬ	3	1	Чемпионы. Быстрее. Выше. Сильнее	Двадцатый Век Фокс СНГ
18	3.76	ЛОЖЬ	4	0	Статус: Свободен	Каропрокат
19	3.44	ЛОЖЬ	3	1	Ски и овцы. Бе-е-е-зумное превраще	Наше кино
20	3.56	ЛОЖЬ	4	5	30 свиданий	Каропрокат
21	3.62	ЛОЖЬ	4	5	Пятница	Централ Партнершип
22	3.77	ИСТИНА	4	4	Герой	Каропрокат
23	3.91	ЛОЖЬ	4	5	Кожаные каникулы	Каропрокат

Рисунок 4

Фрагмент таблицы определения формы господдержки по рекомендуемой модели множественной регрессии

где $C_i = \left(\frac{x_{4i}}{x_{8i}} \right)$ – соотношение общих сборов

в прокате от каждого i -го фильма к количе-

ству зрителей $\left(\frac{\text{руб.}}{\text{чел.}} \right)$;

x_i – доля государственной поддержки кинофильма.

В качестве ограничений выбраны следующие факторы (рисунок 5):

- наработка на одну фильмокопию, руб. (x_3);
- бюджет кинофильма, руб. (x_7).

В качестве параметров, являющихся числовыми ограничениями, выбраны:

- среднее значение по выборке из 86 кинофильмов наработки на одну фильмокопию, руб. (x_3), равное 931332 руб. за анализируемый период (2013–2015);
- годовой объем господдержки за 2015 г., руб. (x_3), подлежащий распределению;
- предполагалось, что доля государственной поддержки кинофильма не будет превышать 50% бюджета фильма;

Таким образом, общий вид модели представлен в виде целевой функции, формула (3) и системы ограничений, формула (4):

	A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	K	L	M
	Фильм	Дистрибьютор	Форма господдержки, у	Дистрибьютор, x1	Количество фильмов/копий, x2	Наработка на одну картину, фильмов/копий, x3	Общие сборы по фильму в прокате, руб. x4	Год выпуска, x5	Возрастное ограничение, x6	Бюджет, руб. X7	Количество зрителей, чел., x8	Эффективная вносить проката, x9	Жанр, x10
1	Элемак	Централ Партнершип	5	1	2500	601808	1504520868	2016	6	1386764400	5383436	279.4722	0
2	Иван Цирюлин и Сорый Волк-3	Наше кино	5	2	1800	416565	749816763	2016	6	2911719600	3326535	225.4047	2
3	Самый лучший день	Vazelevs/Двадцатый Век Фокс СНГ	3	8	1526	333925	726346440	2015	16	148959930	2815296	258	0
4	Жених	Каропрокат	3	4	1824	264430	482320238	2016	12	97460550	2098221	229.871	0
5	28 панфиловцев	UP1**	5	5	1181	321176	379308564	2016	12	108814790	1703517	222.662	0
6	Дуэлянт	WDSSPR	5	6	1952	193230	377185497	2016	16	725000000	1419778	265.6651	0
7	Ледокол	Наше кино	5	2	1224	284480	348203668	2016	12	430000000	1454542	239.3906	0
8	Медия: Игра на выживание	Каропрокат	3	4	1472	216112	318116792	2015	12	180000000	1072980	296.4797	0
9	День выборов-2	UP1**	2	5	930	304516	314890888	2016	12	100000000	1095951	287.3022	0
10	Страна чудес	WDSSPR	1	6	1124	278067	312546784	2015	16	900000000	1157762	269.9577	0
11	СуперБобровы	WDSSPR	1	6	1098	261799	287455862	2016	12	150000000	1263317	227.5404	0
12	Смешарик: Легенда о золотом драконе	UP1**	5	5	1162	225402	261917483	2016	6	996780000	1352380	193.6715	2
13	Землетрясение	Каропрокат	1	4	1209	182081	220111767	2016	16	200000000	896843	245.4295	0
14	8 лучших свиданий	Централ Партнершип	3	1	1205	151305	182328031	2016	12	750000000	713676	255.4773	0
15	Хардкор	Vazelevs	2	3	3015	181926	175194506	2016	18	136018600	712200	245.9906	0
16	Чемпионы: Быстрее, Выше, Сильнее	Двадцатый Век Фокс СНГ	1	7	937	183840	172258049	2016	6	900000000	748845	230.0316	0
17	Статус: Свободен	Каропрокат	5	4	1051	160189	168358248	2016	16	397307000	681447	247.0599	0
18	Волга и овраг: Бе-е-е-е-е превращение	Наше кино	1	2	1892	81160	153555361	2016	6	390152400	731216	210	2
19	30 славяний	Каропрокат	5	4	960	114483	109903925	2016	16	790689000	455126	241.4802	0

Рисунок 5
Фрагмент таблицы данных для распределения государственной поддержки между кинопроектами

	A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	K	L	M	N
	Фильм	Дистрибьютор	Форма господдержки, Y	Дистрибутор, x1	Количество фильмов/опт, x2	Наработка на одну фильмоопт, x3	Общие сборы по фильму в прокате, руб./x4	Год выпуска, x5	Возрастное ограничение, x6	Бюджет руб./x7	Количество зрителей, x8	Эффективность проката	Жанр, X10	Рекомендуемая доля господдержки
1														
2	Эпохал	Централ Партершип Наше кино	5	1	2500	601808	1504520668	2016	6	1386764400	5383436	279.4721936	0	0.000
3	Иван Царевич и Серый Волк.3		5	2	1800	416565	749816763	2016	6	291719600	3326535	225.4047419	2	0.500
4	Самый лучший день	Vazelen/Dвадцатый Век Фокс СНГ	3	8	1526	333925	726346440	2015	16	148959930	2815296	258.0000256	0	0.500
5	Женях	Каропрокат	3	4	1824	264430	482320238	2016	12	97460550	2098221	229.8710374	0	0.500
6	28 панфиловцев	UPI**	5	5	1181	321176	379008564	2016	12	106814790	1703517	222.6620362	0	0.500
7	Дуэлянт	WDSSPR	5	6	1952	193230	377185497	2016	16	725000000	1419778	265.665123	0	0.000
8	Ледокол	Наше кино	5	2	1224	284480	348203668	2016	12	430000000	1454542	239.3905903	0	0.000
9	Мafia. Игра на выживание	Каропрокат	3	4	1472	216112	318116792	2015	12	180000000	1079980	296.4797033	0	0.500
10	День выборов-2	UPI**	2	5	930	304516	314969088	2016	12	100000000	1095951	287.3021596	0	0.500
11	Страна чудес	WDSSPR	1	6	1124	278067	312546784	2015	16	900000000	1157762	269.957715	0	0.500
12	Суперборьбы	WDSSPR	1	6	1098	261799	287455662	2016	12	150000000	1263317	227.5404051	0	0.500
13	Снешарик. Легенда о золотом драконе	UPI**	5	5	1162	225402	261917483	2016	6	996780000	1362380	193.6715147	2	0.000
14	Землетрясение	Каропрокат	1	4	1209	182061	220111767	2016	16	2000000000	896843	245.4295423	0	0.500
15	8 лучших свиданий	Централ Партершип	3	1	1205	151305	182328031	2016	12	750000000	713676	255.4773188	0	0.500
16	Хардкор	Vazelen	2	3	3015	181926	175194506	2016	18	136018600	712200	245.990601	0	0.500
17	Чемпионы. Быстрее. Выше. Сильнее	Двадцатый Век Фокс СНГ	1	7	937	183840	172259049	2016	6	900000000	748845	230.0316474	0	0.500
18	В лучах солнца	Кино без границ	5	17	20	126873	2537452	2015	16	26490867	8378	302.8708522	1	0.500
19	Волки и овцы. Бе-е-е-зумное превращение	Наше кино	1	2	1892	81160	153555361	2016	6	390152400	731216	210.0000014	2	0.000
20	30 свиданий	Каропрокат	5	4	960	114483	109903925	2016	16	790689600	455126	241.4802165	0	0.500

Рисунок 6
Оптимальное решение модели (4) средствами Excel

$$\begin{aligned}
 F(X) &= \sum_1^{86} c_i \cdot x_i \rightarrow \max \\
 F(X) &= \frac{1504520668}{5383436} x_1 + \frac{749816763}{3326535} x_2 + \dots + \frac{60765}{238} x_{86} \rightarrow \max \\
 \begin{cases} 601808 \cdot x_1 + 416565 \cdot x_2 + \dots + 20255 \cdot x_{86} \geq 931332 \\ 1386764400 \cdot x_1 + 291719600 \cdot x_2 + \dots + 54221120 \cdot x_{86} \leq 3700000000 \\ 0 \leq x_i \leq 0,5 \end{cases} & \quad (4)
 \end{aligned}$$

На рисунке 6 представлено найденное средствами пакета Поиска решений (ППП) Excel оптимальное решение определения доли государственной поддержки для каждого кинофильма в виде целевого коэффициента финансирования.

Полученные результаты моделирования по второй модели могут быть интерпретированы следующим образом.

У фильма «Экипаж» рекомендуемая доля господдержки равна 0. Это означает, что на этапе проката данный фильм не нуждается в господдержке. Зато анимационному фильму «Иван Царевич и Серый Волк-3» рекомендована форма поддержки в прокате на условиях возвратности в размере 50% от бюджета (доля 0,5 по модели, рисунок 6).

Документальному фильму «В лучах солнца» рекомендована четвертая форма поддержки

(поддержка в прокате на условиях возвратности) в размере 50% от бюджета (доля 0,5 по модели, рисунок 6).

Таким образом, предлагаемый комплекс моделей позволяет обосновать выбор формы господдержки национальных кинопроектов и долю государственного участия в финансировании отечественной кинопродукции.

Кроме того, в дальнейшем предлагаемые модели можно применять в системе государственного распределения, они могут быть также полезны для отбора национальных кинопроектов, подавших заявку на государственное финансирование, а также позволит каждому новому кинопроекту подобрать оптимальную долю финансирования и рекомендовать эффективную форму поддержки.

Список литературы

1. Березин О., Леонтьева К. Российский рынок кинопоказа. Итоги 2015 года. URL: <http://research.nevafilm.ru/cinemascope/cinemascopeitem-4/cinemascope.pdf> (дата обращения: 27.02.2017).
2. Государственный доклад о состоянии культуры в Российской Федерации в 2015 году. URL: <http://mkrf.ru/report/report2015/> (дата обращения: 26.02.2017).
3. Итоговый отчет Фонда кино за 2014 год. URL: <http://www.fond-kino.ru/about/fond-report/> (дата обращения: 26.02.2017).
4. List of film production companies. URL: https://en.wikipedia.org/wiki/List_of_film_production_companies (дата обращения: 26.02.2017).
5. British Film Institute & British Media Educators. URL: <http://www.mediaed.org.uk> (дата обращения: 26.02.2017).
6. Система государственного регулирования киноотрасли в Китае (часть 1) // Менеджер. Кино. 2009. № 8 (58). С. 12–28.

7. Система государственного регулирования киноотрасли в Китае (часть 2) // Менеджер. Кино. 2009. № 9 (59). С. 10–16.
8. Система государственного регулирования киноотрасли в Канаде (часть 1) // Менеджер. Кино. 2010. № 8 (70). С. 22–32.
9. Система государственного регулирования киноотрасли в Канаде (часть 2) // Менеджер. Кино. 2010. № 9 (71). С. 12–18.
10. *Смирнов К. Б.* Особенности оценки рейтинга аудиовизуальной продукции по возрастной классификации в Российской Федерации как важного элемента механизма государственного регулирования // Петербургский экономический журнал. 2016. № 3. С. 49–55.
11. Портал Кинопоиск. URL: <https://www.kinopoisk.ru/> (дата обращения: 12.01.2017).
12. *Еникеева Л. А., Смирнов К. Б.* Поддержка IT проектов в сфере культуры как одна из форм государственной поддержки производителей отечественной кинопродукции // Новые информационные технологии в науке: сборник статей Международной научно-практической конференции (28 ноября 2016 г., г. Уфа). Уфа: РИО МЦИИ ОМЕГА САЙНС, 2016. С. 109–111.

АКТУАЛЬНЫЕ АСПЕКТЫ РАЗВИТИЯ ПРОЕКТНОГО УПРАВЛЕНИЯ В СОЦИАЛЬНО-КУЛЬТУРНОЙ СФЕРЕ

RELEVANT ASPECTS OF PROJECT MANAGEMENT DEVELOPMENT IN THE SOCIO-CULTURAL SPHERE

УДК 338.22



СОРВИНА Таисия Андреевна

доцент кафедры управления экономическими и социальными процессами в кино- и телеиндустрии Санкт-Петербургского государственного института кино и телевидения, кандидат экономических наук, доцент, sorvina-76@yandex.ru

SORVINA, Taisiya Andreevna

Associate Professor at the Department of Economic and Social Processes Management in Film and TV Industry of the Saint-Petersburg Institute of Film and Television, Candidate of Economic Sciences, Associate Professor, sorvina-76@yandex.ru



ШМАКОВА Александра Денисовна

аспирантка Санкт-Петербургского государственного института кино и телевидения, ashmakova@sapsan.ru

SHMAKOVA, Alexandera Denisovna

Post-graduate student of the Saint-Petersburg State Institute of Film and Television, ashmakova@sapsan.ru

Аннотация.

В статье рассматриваются методологические аспекты управления проектами, объединяющие наиболее значимые принципы, методы и инструменты, позволяющие повысить эффективность проектной деятельности в социально-культурной сфере. Авторами обосновываются возможности адаптации сложившейся методологии проектного управления в организациях социально-культурной сферы. Определяется приоритетность применения компетентностного подхода и внутреннего маркетинга в системе управления социально-культурными проектами.

Ключевые слова: управление проектами, социально-культурная сфера, компетентностный подход, внутренний маркетинг, принципы управления проектами.

Abstract.

The article deals with methodological aspects of project management, bringing together the most important principles, methods and tools to enhance the efficiency of project activities in the socio-cultural sphere. The authors justify the possibility of adapting the existing methodology for project management in the socio-cultural sphere organizations. The paper determines the priority of the competence approach application and internal marketing in the socio-cultural projects management.

Key words: *project management, socio-cultural sphere, the competence approach, internal marketing, project management principles.*

Управление проектами является сформировавшейся профессиональной и научно-практической сферой со сложившимися концепциями, теорией, методологией, развитыми технологиями, признанными международными и национальными стандартами и другими нормативно-методическими документами. Активно развивается обеспечивающий проектное управление рынок профессиональных услуг и программных приложений, адаптированных, прежде всего, к производственной сфере.

При этом в научных исследованиях, посвященных проблематике социально-культурной сферы, выявляется актуальная необходимость перехода ее основных структурных элементов к инновационным формам развития и функционирования [например, 1, с. 60]. Это, в свою очередь, определяет необходимость, в том числе, развития принципов, методов и инструментов управления проектами в социально-культурной сфере, что обусловлено спецификой удовлетворяемых потребностей населения.

В современных конкурентных условиях организации социально-культурной сферы при разработке и реализации проектов испытывают влияние многочисленных внутренних и внешних факторов, воздействующих на ресурсную базу проекта и, как следствие, на изменение его стоимости. К факторам, оказывающим воздействие на эффективность проектной деятельности отечественных организаций социально-культурной сферы, следует отнести:

- высокую динамику состояния внешней среды, в частности, политико-правового, экономического и социально-культурного факторов;
- насыщение рынка товаров и услуг и, как следствие, возрастающую индивидуализацию запросов заказчиков и потребителей;
- возрастающую степень неопределенности и риска при реализации проектов;
- влияние научно-технического прогресса, приводящее к появлению новых технологий и методов разработки и реализации проектов;
- мотивацию и компетентность участников проектов.

Перечисленные факторы обуславливают необходимость совершенствования методологии управления проектами в социально-культурной сфере для решения теоретических и прикладных задач, связанных с поиском оптимальных проектных решений по критериям рыночного потенциала, времени, стоимости, качества, конкурентоспособности, эффективности.

Важнейшей проблемой в сфере управления социально-культурными проектами является проблема устойчивости ресурсной базы проекта. В связи с чем совершенствование методологии проектного управления в социально-культурной сфере предполагает обоснование и практическое применение принципов формирования ресурсной базы проектов и современных методов оценки ее адекватности их целям и масштабам. Для формирования ресурсной базы проектов в социально-культурной сфере должны исполь-

зоваться современные методы планирования и прогнозирования, исследования операций, оптимизации бизнес-процессов.

При разработке методологических аспектов управления проектами в социально-культурной сфере следует понимать логику управления проектами, согласно которой жизненный цикл проекта разделяется в зависимости от реализуемых процессов на различные фазы, для каждой из которых имеются свои рекомендуемые к принятию действия, получаемые продукты и зоны ответственности. В традиционной методологии реализуются следующие процессы управления проектом: инициация проекта; запуск проекта; руководство проектом; контроль этапов; управление созданием продукта; управление границами этапов; закрытие проекта.

Методология управления проектной деятельностью в социально-культурной сфере позволяет стандартизировать процедуры управления проектами, улучшить координацию деятельности, а также помогает понять, каким образом следует планировать проект и осуществлять мониторинг его выполнения, что следует делать, если план проекта не выполняется.

В процессе формирования научно-практического опыта управления проектами сложились следующие методологические подходы (таблица).

В управлении проектами российских и зарубежных организаций широкое применение получил стандартизационный подход. Стандартизация может рассматриваться, с одной стороны, как форма оптимизации деятельности организаций, так как позволяет использовать лучший опыт, снизить затраты по установлению нормативов конкурентоспособности. С другой стороны, управление проектами на основе стандартизационного подхода может привести к нивелированию конкурентных преимуществ, что наблюдается в сложившейся ситуации как в производственной, так и в непроизводственной сферах.

Основные направления развития мировой и национальной стандартизации в области управления проектами, которые также полу-

чили преемственность в социально-культурной сфере, отражены в следующих стандартах:

1. Project Management Body of Knowledge (PMBOK®) — этот общепризнанный стандарт содержит обобщенные принципы и подходы, используемые в области проектного менеджмента, которые можно использовать в большинстве сфер деятельности. В основе стандарта лежит процессный подход к управлению проектами. Стандарт был первоначально принят Американским национальным институтом стандартов (ANSI) в качестве национального стандарта в США, а в настоящее время обрел мировое признание. Стандарт последнего поколения PMBOK®, 5th ed., опубликован Институтом управления проектами в 2013 г. [3, с. 6].

2. International Competence Baseline of the International Project Management Association (ICB IPMA) является международным нормативным документом, определяющим систему международных требований к компетентности менеджеров проектов. Стандарт разработан международной ассоциацией IPMA. На его основе производится разработка национальных систем требований к компетентности специалистов в странах, являющихся членами IPMA. В основе стандартов ICB заложен компетентностный подход.

3. Стандарт ISO 10006 является основополагающим документом из серии стандартов, ориентированных на решение проблемы управления качеством проектов, подготовленным техническим комитетом ISO/TC (Управление качеством и обеспечение качества) Всемирной федерации национальных органов стандартизации (члены ISO). Основной упор в нем сделан на принцип эффективности проектирования оптимального процесса и контроля этого процесса, а не на контроль конечного результата. Международный стандарт ISO 10006 ориентирован на проекты самого широкого спектра: малые и крупные, краткосрочные и долгосрочные, для различных окружающих условий. Он безотносителен к типу проектируемого продукта (включая технические средства, программное обеспечение, услуги или их сочетание). Заложенные в нем рамочные правила требуют

Особенности общих методологических подходов к управлению проектами

Название методологии проектного управления	Признаки	Особенности применения	Основные сферы применения методологии
Традиционная методология управления проектами (каскадная)	Предлагает строго установленную и соблюдаемую последовательность фаз проектной деятельности	Реализуемые фазы (этапы): – определение требований – проектирование – реализация – внедрение – тестирование и отладка – установка – эксплуатация и сопровождение	Проекты со строго заданными параметрами и требованиями, например, производственная сфера
Процессно-ориентированная проектная методология (Projects in Controlled Environments)	Является структурированной методологией к проектному управлению, фокусируется на процессах верхнего уровня	Реализуемые фазы (этапы): – инициация проекта – запуск проекта – руководство проектом – контроль этапов – управление созданием продукта – управление границами этапов – закрытие проекта	Проекты со строго заданными параметрами и требованиями, например, строительство
Гибкая методология управления проектом (Agile Project Management)	Представляет собой поступательную (итеративную) методологию. В процессе решения множества задач проекта осуществляется обратная связь, на основе которой улучшается продукт и результат проекта	Предполагает разделение ответственности за результат между тремя ролями: владелец продукта; мастер; члены команды	Проекты с динамичными параметрами, например, сферы услуг социально-культурной сферы, сервисно-ориентированные проекты
Методология быстрой разработки приложений (Rapid Application Development)	Характеризуется как обеспечивающая методология, которая позволяет улучшить показатели результативности проекта и повысить качество риск-менеджмента. Основной целью является быстрое и качественное создание обеспечивающего проект приложения	Методология предполагает четыре стадии проекта: – планирование – пользовательское проектирование – быстрое конструирование – переключение	Проекты со строго заданными параметрами и требованиями, например, IT-сфера, разработка проектного обеспечения. Не подходит для масштабных проектов, требует постоянного вовлечение клиента в процесс исполнения всего проекта

Примечание: составлено на основе [2, с. 308–309].

последующей адаптации руководства к конкретным условиям разработки и реализации отдельного проекта.

4. OPM3 (Organization Project Management Maturity Model) — стандарт оценки уровня зрелости организации по управлению проектами, содержащий методологию определения состояния управления проектами в организации. В данном случае оценивается «организационная зрелость по управлению проектами», которая характеризует способность организации отбирать проекты и управлять ими таким образом, чтобы это максимально эффективно поддерживало достижение стратегических целей компании [4].

На основе международных стандартов разрабатываются и национальные стандарты управления проектами. Отметим, что в России в 2011 году был разработан национальный стандарт по управлению проектами ГОСТ Р 54869–2011 «Проектный менеджмент. Требования к управлению проектом». Также ассоциация по управлению проектами России (SOVNET) на основе стандарта IPMA разработала «Основы профессиональных знаний. Национальные требования к компетентности специалистов». Для разработки корпоративных стандартов в России используется перевод стандартов ИСО 10006.

Очевидно, что для управления проектами в динамичной среде нельзя использовать только один подход, необходимо применять их в комплексе.

При организации проектной деятельности в социально-культурной сфере следует учитывать принципы формирования ресурсной базы проекта, реализация которых в практике во многом зависит от компетенций участников проектов. Так, к базовым принципам, обеспечивающим устойчивость ресурсной базы проекта, следует отнести:

- управление по этапам – необходимо, чтобы проекты были спланированы, а также подвергались мониторингу и контролю на каждом этапе выполнения;
- определение ролевой модели – команда проекта должна иметь ясную организационную структуру и вовлекать подходящих людей для решения нужных задач;

- постоянная оценка экономической необходимости — остается ли неизменной экономическая выгода от проекта на протяжении всего жизненного цикла проекта;

- адаптация к проектной среде – следует адаптировать процессы и инструменты управления проектом к требованиям проектной среды, а также к масштабу работ, их сложности, важности, квалификационным требованиям и степени риска;

- управление по отклонениям – следует четко обозначить допустимые границы отклонений в проекте, чтобы установить границы ответственности;

- обучение на опыте – команда проекта должна постоянно искать и изучать опыт предыдущих проектов;

- фокус на управление качеством проектной деятельности через обратную связь – необходимо концентрироваться на определении и достижении качества продуктов (результатах проекта) с учетом мнения потребителей, участников, членов проектной команды.

Исследователи относят к особенностям современных систем управления качеством то, что ключевые качественные характеристики продуктов закладываются на стадии проектирования. Поэтому стратегия управления качеством должна охватывать весь комплекс внутренних и внешних процессов [5, с. 46].

Также для повышения результативности управления проектами при их разработке и реализации нужно учитывать методологические аспекты проектного управления как вида профессиональной деятельности, в чем собственно и реализуется компетентностный подход к управлению проектами.

Аспекты методологии проектного управления, связанные с реализацией компетентностного подхода, основаны на следующих принципах:

- обоснование ценности проекта для организации и участников проекта;

- необходимость распределения ролей и ответственности между членами проектной команды для того, чтобы эффективно управлять проектом;

- определение качественных требований и критериев к качеству проекта;

- разработка плана и определение инструментария, необходимого для реализации проекта;
- выявление рисков и разработка сценариев регулирования их воздействия (каким образом менеджмент проекта будет разрешать проблему наличия неопределенностей в плане проекта и во внешней среде);
- определение механизма управления изменениями проекта (как руководство проекта будет оценивать влияние непредвиденных задач и изменений, реагировать на них);
- оценка результатов проекта – реализуемость проекта, выполнение планов и дальнейшее развитие проекта.

Именно на основе указанных принципов может быть реализовано гибкое управление проектом, характеризующееся как итеративная проектная методология. Отличительной чертой этой методологии является то, что в начале выполнения проекта точно неизвестно, каким должен быть конечный продукт и каким будет жизненный цикл проекта. Управление проектной деятельностью предполагает определение итеративных фаз, каждая из которых состоит из множества задач и имеет свой конечный продукт и результат. Продукт и результат постоянно улучшаются на основе обратной связи.

В соответствии с данной методологией управления проектами ответственность за результат делится между следующими субъектами:

- владелец продукта – определяет проектные цели, разрабатывает оптимальный график при заданных проектных параметрах, адаптирует процесс выполнения проекта к изменившимся требованиям и устанавливает приоритеты в характеристиках продукта;
- мастер – устанавливает приоритеты в выполнении задач командой проекта и устраняет возникающие затруднения, препятствующие этому;
- члены команды – выполняют большинство поставленных задач, осуществляют ежедневный менеджмент, создают отчеты о ходе выполнения проекта, контролируют качество продукта.

Преимущества гибкой методологии состоят в возможностях изменения параметров про-

екта, что является значимым для социально-культурных проектов. При этом данная методология не подходит для проектов со строго заданными параметрами и требованиями, например в строительстве.

Следует отметить, что не существует универсальной методологии управления проектом: выбор определяется типом проекта, спецификой окружающей среды, возможностью адаптации для реализации и условиями формирования ресурсной базы проекта.

Таким образом, с учетом вышеизложенных принципов и проанализированных методологических аспектов управления проектами в социально-культурной сфере актуализируется необходимость совершенствования проектного управления через развитие новых подходов, позволяющих повысить эффективность формирования ресурсной базы проекта [6].

При этом следует понимать, что ключевым внутренним фактором в формировании ресурсной базы проекта являются компетенции его участников. Именно поэтому управление проектами в социально-культурной сфере реализуется на основе применения методологии компетентностного подхода, который реализуется за счет процесса внутреннего маркетинга и ориентирован на достижение эффекта синергии в проекте и эффективность использования его ресурсов.

Внутренний маркетинг является базовой концепцией, на основе которой разрабатываются технологии управления персоналом социально-культурных проектов [7, с. 72]. Его важнейшая практическая функция в проектном управлении состоит в обеспечении обратной связи с потребителями, качества продукта и качества результата.

Анализ международных концепций позволяет сделать вывод о том, что на начальных этапах многие ученые рассматривали внутренний маркетинг как средство мотивации работников для того, чтобы они более сознательно относились к потребителю и ориентировались на обслуживание. Однако появились и другие точки зрения относительно внутреннего маркетинга, которые начали свое развитие из идеи о том, что работники сами по себе представляют первичный внутренний рынок

[8, с. 4329]. Согласно этим мнениям, необходимо акцентировать внимание на мотивации сотрудников, рассматривать организации в качестве внутреннего рынка с внутренними поставщиками и покупателями.

Применение внутреннего маркетинга ориентировано на формирование единых ценностей персонала проектов социально-культурной сферы. Как отмечал Д. Баллантайн, внутренний маркетинг призван уменьшить разрыв между теоретической формулировкой и практической реализацией корпоративных стратегий [9].

Для привлечения ресурсов участники проекта позиционируют свой опыт проектной деятельности, разрабатывают каналы обратной связи и обосновывают формы развития долгосрочных отношений.

Качество управления проектами в социально-культурной сфере определяется регулированием таких элементов:

- компетенции руководителей и персонала (команды) проектов;

- управление взаимоотношениями и стейкхолдерами;

- система коммуникаций проекта.

Именно поэтому при концептуальном проектировании и формировании организационного обеспечения системы управления социально-культурными проектами, разработке регламентов взаимодействия участников проекта, процедур управления различными этапами проекта, инструкций по исполнению процедур и шаблонов управленческих документов следует реализовать компетентностный подход.

Применение методологии управления проектами в социально-культурной сфере на основе реализации компетентного подхода и концепции внутреннего маркетинга способствует увеличению реальной отдачи и результативности от использования ресурсов проекта, создает предпосылки для развития конкретных преимуществ и инициирования привлечения ресурсов, необходимых для реализации социально-культурных проектов.

Список литературы

1. Евменов А. Д., Данилов П. В. Проблемы и перспективы инновационного развития сферы культуры // Экономика качества. 2013. № 4. С. 59–63.
2. Смирнова О. П. Системы управления проектами как фактор конкурентоспособности в строительной отрасли (на примере строительных предприятий) // Повышение производительности труда как ключевое направление региональной промышленной политики и основа неоиндустриального подъема инновационной конкурентоспособности корпораций: материалы VIII Междунар. науч.-практ. конф. (г. Пермь, ПГНИУ, 3 дек. 2015 г.). Пермь: Перм. гос. нац. исслед. ун-т, 2015.
3. Павлов А. Н. Управление проектами на основе стандарта PMI PMBOK. Изложение методологии и опыт применения. М.: БИНОМ. Лаборатория знаний, 2014.
4. Обзор современных моделей оценки зрелости управления проектами. URL: <http://www.moluch.ru/archive/70/12127/> (дата обращения: 15.01.2017).
5. Евменов А. Д., Булочников П. А. Управление качеством процессов функционирования организаций как резерв повышения конкурентоспособности // Петербургский экономический журнал. 2016. № 3. С. 40–48.
6. Барсуков Д. П. Инновационные проекты и рыночные условия их реализации // Журнал правовых и экономических исследований. 2009. № 4. С. 9–12.
7. Сорвина Т. А., Чеснова О. А. Применение системы внутреннего маркетинга для совершенствования системы управления персоналом организации // Управление персоналом и интеллектуальными ресурсами в России. 2016. Т. 5. № 3. С. 70–75.
8. Enikeeva L. A., Sorvina T. A., Torosyan E. K. Customer involvement in emerging and developed markets as a marketing innovations // International Business Management. 2016. Т. 10. № 18. С. 4324–4331.
9. Ballantyne D. Reframing Internal Marketing for Relationship Marketing. URL: <http://www.utdt.edu/congresos/empresarial/papers-ama/bal.PDF> (дата обращения: 12.10.2016).

ФОРМИРОВАНИЕ ПРИНЦИПАЛЬНЫХ ОСНОВ ЭФФЕКТИВНОГО МЕХАНИЗМА УПРАВЛЕНИЯ СФЕРОЙ КУЛЬТУРЫ

PRINCIPAL BASES FORMATION OF THE EFFECTIVE MECHANISM OF MANAGING THE SPHERE OF CULTURE

УДК 338.24 : 008



САБЕЛЬНИКОВА Надежда Владимировна

доцент кафедры продюсирования кино и телевидения Санкт-Петербургского государственного института кино и телевидения, kit.producer@mail.ru

SABELNIKOVA, Nadezhda Vladimirovna

Associate Professor at the Producing Business of Film and Television of the Saint-Petersburg State Institute of Film and Television, kit.producer@mail.ru

Аннотация.

В статье предложена совокупность принципов, на основе которых строится эффективный механизм управления сферой культуры в условиях современной экономики. Определена роль и направления использования принципов в различных составляющих элементах механизма управления, в том числе в стратегическом планировании развития сферы культуры. Выявлены особенности функционирования сферы культуры в современных рыночных условиях в Российской Федерации. Даны рекомендации для формирования успешного механизма управления сферой культуры.

Ключевые слова: сфера культуры, эффективность, принципы, результат, ресурсы, социальная ориентация.

Abstract.

The article proposes a set of principles on the basis of which an effective mechanism for managing the sphere of culture under the conditions of a modern economy is built. The role and directions of using the principles in various components of the management mechanism, including in strategic planning for the development of the sphere of culture, are determined.

Key words: sphere of culture, efficiency, principles, result, resources, social orientation.

В условиях современной экономики формирование эффективного механизма системы управления сферой культуры должно осуществляться на основе ряда принципов, появление которых обусловлено сущностными особенностями функционирования сферы культуры. Среди них целесообразно выделить такие принципы, как результативность, ресурсное обеспечение, перспективность, вариативность, адаптивность, социальная направленность, гармоничность, единство.

Принцип результативности, реализуемый в процессе осуществления управленческих воздействий, призван дать определенный результат. Должна появиться положительная динамика, которая и охарактеризует уровень социально-экономического развития экономики Российской Федерации [1].

Необходимо, чтобы управляющее воздействие осуществлялось на основе ранее намеченных ориентиров, достижение которых возможно только при эффективном развитии объекта управления в разных промежутках времени. Принцип результативности невозможно применять без целеполагания, а это в свою очередь может быть обеспечено только за счет структуризации целевых ориентиров.

Очень важно учитывать, что существуют различия между отдельными составляющими сферы культуры. Речь идет о сферах субъектов экономики, которые смогли адаптироваться к изменениям в условиях сильно изменяющейся внешней среды. Особенно ярко это видно на примере отрасли кинематографии. Такие отрасли способны эффективно функционировать, однако, если говорить о долгосрочной перспективе, для их устойчивого развития необходимо привлекать значительные финансовые ресурсы.

Чтобы охарактеризовать уровень результативности, по мнению автора, в ряде случаев возможно использовать показатели, которые эффективно применяются в других отраслях экономики. Среди них: объем прибыли; рентабельность продаж; рентабельность основного капитала; динамика объемов продаж; доля рынка.

При этом специфика отдельных структурных составляющих сферы культуры

может определять конкретные, присущие ей показатели результативности работы в целом. Так, например, для кинематографа таким показателем является средняя наполняемость зрительного зала в дни показов фильмов.

Отметим, что в некоторых субъектах культуры возможности по привлечению внебюджетных ресурсов из разных источников ограничены. В данном случае динамика экономических показателей не сможет отразить результативность функционирования организации. Так, объем доходов библиотеки не является показателем, позволяющим судить о развитии экономики страны ни в краткосрочной, ни в долгосрочной перспективе. Деятельность в данном случае будет направлена на достижение социального результата. При этом данный показатель будет рассматриваться в долгосрочной перспективе.

Измерить социальный эффект можно только проанализировав методологические проблемы, используя комплексный подход, что позволит оценить ситуацию в обществе в целом.

Социальный результат, который может быть получен на основе внедрения механизма рационализации управления организациями сферы культуры, оказывает большое влияние на социально-экономическое развитие. Учреждения культуры все больше оказывают влияние на процессы, происходящие в жизни общества.

Существует несколько объективных идентификаторов, которые свидетельствуют о повышении значимости уровня культуры. Среди них: увеличение количества структур, предоставляющих населению комплекс услуг, направленных на социально-экономическое и культурное развитие; рост количества посещений учреждений культуры; рост времени, которое граждане проводят в данных учреждениях [2].

Данные показатели можно рассматривать как по отдельности, так и в целом по всей отрасли. Важно отметить, что последний идентификатор даст представление лишь в том случае, если будет кардинально изменен способ сбора данных. Речь идет о повсемест-

ной замене билетов на бумажной основе на пластиковые карты. Но данный метод требует больших временных расходов и значительных экономических трат.

Важно отметить, что существуют и субъективные идентификаторы, отражающие состояние экономики. Например, можно рассчитать соотношение расходов федерального бюджета на сферу культуры с количеством посещений финансируемых организаций за определенный период времени [3]. Такой подход имеет несколько преимуществ: объективность, поскольку расчеты производятся на основе полученной исследовательским путем информации; простота расчетов, поскольку для измерения показателей в таком случае не нужны особые навыки или специальное образование; информативность, так как расчеты позволят отследить динамику за несколько лет или другой отрезок времени.

Для эффективности ресурсного обеспечения необходимо правильно распределить соответствие между ориентирами в разных отраслях экономики.

Процесс рыночных преобразований в различных отраслях культуры обладает разной скоростью. Это значит, что для объективной оценки необходимо использовать различные методы в совокупности с набором государственных и рыночных регуляторов, соответствующих каждой подсистеме в долгосрочной и краткосрочной перспективах [1].

Чтобы принцип перспективности работал, необходимо сформировать такой механизм реализации управляющих воздействий в сфере культуры, направленный на достижение долгосрочного результата, который будет отвечать потребности социально-экономического развития экономики страны. Для этого, в первую очередь, необходимо на системном уровне осуществлять прогнозирование как сферы культуры в целом, так и отдельных элементов.

Современные условия функционирования субъектов сферы культуры отличаются разнообразием. В связи с этим важно использовать несколько методов разработки прогноза, чтобы сделать объективные выводы о состоянии комплекса исследований объекта в будущем.

Основной процесс управления проходит на федеральном и региональном уровнях [4]. В условиях смешанной экономики характерно значительное увеличение числа факторов, которые оказывают влияние на результативность процесса управления. Прогноз перспективного развития сферы культуры должен предусматривать различные виды изменений, которые происходят во внешней среде. Это в свою очередь позволит составить корректное представление о динамике происходящих изменений. Основное внимание важно сосредоточить на выявлении условий, в которых реализация прогноза будет максимально вероятной.

Повышения результативности управленческих воздействий можно достигнуть, если дополнить процесс прогнозирования прогнозом динамики, применяемым к отдельным субъектам Российской Федерации [5]. Основой такого прогноза может стать оценка развития сферы культуры в целом, а также рассмотрение отдельных составляющих на федеральном и региональном уровнях.

Принцип перспективности зиждется на основе реализации научно обоснованной стратегии управления. В этом случае возможно задействовать весь социально-экономический потенциал для повышения уровня культурного развития населения. Стратегическое планирование позволит формировать управленческие решения, которые обеспечат рост результативности функционирования каждого объекта сферы культуры [6]. Принцип перспективности позволяет организовать процесс функционирования системы управления с ориентацией на будущее.

Принцип вариативности построен на том, что субъект управления сферой культуры формирует несколько различных вариантов действий, которые будут применяться в зависимости от сложившейся ситуации. С целью повышения эффективности механизма управления культурой важно сформировать поливариантный прогноз параметров, которые характеризуют функционирование данной структурной составляющей экономики [5]. При этом важно разработать несколько вариантов стратегических комплексов управ-

ляющих воздействий для эффективного использования имеющихся ресурсов, чтобы увеличить объем потребления населением услуг сферы культуры.

В разных условиях принцип вариативности дает приоритет различным приемам, методам и способам управления сферой культуры. Это создает объективные предпосылки для максимально возможного использования имеющегося потенциала экономики.

Особое значение для принципа вариативности в сфере культуры имеет необходимость совершенствования управления бюджетными и внебюджетными инвестиционными ресурсами. О положительном эффекте от данной работы можно говорить только в долгосрочной перспективе. Поэтому целесообразно распределить всю совокупность инвестиционных проектов, которые реализуются в сфере культуры, опираясь на значимость прогнозируемого социально-экономического эффекта, полученного в результате реализации данного проекта. Можно добиться реализации принципов системного подхода к использованию инвестиционных ресурсов бюджетов различного уровня.

Сегодня в экономике нет единого научно обоснованного подхода к рациональному перераспределению бюджетных ресурсов между отдельными объектами при возникновении неблагоприятных изменений. Так, в сфере культуры при появлении недостатка бюджетных ресурсов происходит пропорциональное уменьшение финансирования всех реализуемых проектов [7]. Иногда перераспределение осуществляется в соответствии с субъективными представлениями руководителей данной отрасли экономики.

При проявлении негативной динамики большинства макроэкономических показателей, которые характеризуют уровень социально-экономического развития экономики, целесообразно провести полномасштабную реализацию наиболее важных проектов. Их статус следует закрепить в нормативно-правовых актах, например, в Федеральной целевой программе «Культура России» [2; 7]. Менее значимые проекты, которые относятся к другому кластеру, лучше отложить до изменения

ситуации во внешней среде и появления благоприятных условий для каждого конкретного проекта.

Количество кластеров, которые были сформированы в процессе рационализации инвестиций, по мнению автора, должно быть ограничено небольшим числом. При этом возможность перехода на каждый кластер должна осуществляться только основываясь на объективных критериях, которые отражают уровень социально-экономического развития на данный момент, что позволит свести к минимуму субъективность в процессе выбора решения.

Возможность использования дополнительных ресурсов из бюджетов всех уровней будет способствовать повышению обоснованности принимаемых решений.

Принцип адаптивности предусматривает своевременную реакцию сферы культуры на изменения, происходящие во внешней среде, которые могут оказать влияние на развитие отрасли в разных промежутках времени.

Теория управления условно делит все факторы внешней среды на:

- среду прямого воздействия, к которой относятся потребители, поставщики, профсоюзы, конкуренты, а также принимаемые законы и нормативные акты;
- среду косвенного воздействия (речь идет о социально-культурных, общеэкономических, политических и международных факторах).

Первые оказывают воздействие немедленно, вторые – лишь спустя определенный промежуток времени. Данное разделение оправдано как при проведении анализа внешней среды при рассмотрении отдельного субъекта, так и при рассмотрении отрасли в целом.

В масштабах экономики сфера культуры не имеет прямых конкурентов, которые бы оказывали влияние на процесс ее развития существенным образом. Конкуренцию можно увидеть на международном уровне [1]. Современные условия дают только ограниченный характер, поскольку большая часть культурных услуг является неторгуемыми на мировом рынке. При этом большинство культурных услуг являются монопольными. Если

рассматривать определенную территорию, на ней будет находиться только один музей, один дворец культуры, один зоопарк и одна библиотека. Однако все эти объекты испытывают конкуренцию со стороны услуг-заменителей, например, спортивных комплексов или развлекательных центров.

На данный момент профсоюзы не оказывают существенного влияния на функционирование отдельных субъектов культуры и данную сферу в целом, поскольку в условиях современного состояния социально-экономической сферы у них не хватает необходимых ресурсов.

Если рассматривать взаимодействие субъектов культуры и потребителей, необходимо отметить, что в соответствии с принципом результативности важен не факт приобретения конкретного товара или услуги, а степень влияния на сознание потребителей услуг, а также динамику изменения их поведения. С одной стороны, система управления сферой культуры обязана осуществлять постоянный мониторинг позиции потребителя, а с другой – оказывать воздействие на потребителей, придерживаясь поставленных ранее целей.

Поставщики уделяют особое внимание организационно-правовым структурам, предоставляющим финансовые и трудовые ресурсы. Это требует увеличения эффективности взаимодействия системы управления сферой культуры и хозяйствующих субъектов [5], здесь также важно применять комплексный подход.

Общэкономическими факторами определены условия, позволяющие осуществлять функционирование сферы культуры, в частности, возможности финансирования отдельных отраслей и организационно-правовых структур. В период экономического спада наблюдается сокращение финансирования культурных программ, косвенно влияющих на эффективность функционирования экономики [1]. Это приводит к отрицательной динамике культурного развития населения, а значит, к снижению качества жизни работников, задействованных в сфере культуры. Экономический подъем в свою очередь дает

возможность увеличить объем финансовых ресурсов, которые выделяются хозяйственными субъектами сферы культуры из различных бюджетов. Средства могут быть не реализованы, поскольку появится необходимость в других отраслях экономики [8].

Повышение адаптивности системы управления сферой культуры к динамической смене общеэкономических факторов можно достигнуть, реализовав принцип перспективности, сформировав поливариантный прогноз развития отрасли и экономики в целом.

Политические факторы являются главными определяющими приоритетами развития страны в краткосрочной и долгосрочной перспективах. В настоящее время наблюдается тенденция усиления влияния данных факторов на развитие экономики, что связано с геополитической дестабилизацией [2].

Влияние социально-культурных факторов обусловлено функционированием субъектов данной сферы в определенных условиях, которые определены особенностями каждого региона.

В культурной среде постоянно происходят изменения, оказывающие влияние на потребление услуг. Отметим постоянный рост значения цифровых технологий обработки информации, что в свою очередь приводит к уменьшению значимости печатных форм предоставления информации. Системе управления культурой необходимо осуществлять мониторинг изменений, чтобы своевременно принимать решения и использовать наиболее эффективные формы и методы подстройки.

Принцип социальной справедливости направлен на удовлетворение потребностей населения, а также на создание благоприятных условий для социального развития страны в максимально короткий срок. Важно учитывать, что деятельность органов власти должна способствовать позитивным изменениям социальных процессов, а также повышению уровня комфорта и качества жизни.

В разработке стратегии важно учесть, что социальный состав граждан неоднороден, причем данная особенность возрастает в процессе проведения социально-экономических реформ. Результат – разные социальные груп-

пы имеют разные возможности, позволяющие пользоваться различными благами сферы культуры и экономики в целом.

Принцип социальной направленности приводит к тому, что система управления сферой культуры стремится к сглаживанию различий, которые существуют сегодня среди населения. Использование стандартов позволит не только установить минимальное количество учреждений культуры в каждом населенном пункте, но и подробно отразит формы поддержки различных социальных слоев граждан, нуждающихся в посещении объектов культуры. Однако региональная дифференциация, существующая сегодня на территории Российской Федерации, делает невозможным достижение полого выравнивания условий приобретения услуг, носящих культурный характер [3].

Принцип гармоничности предполагает необходимость достижения единства, соразмерности, пропорциональности, а также приоритета этических норм при осуществлении воздействия.

Современные условия не способствуют достижению уровня гармонии функционирования системы управления, между отдельными административно-территориальными образованиями прослеживается дифференциация. Справиться с данной проблемой можно, увеличив гибкость, разнообразие возможных состояний управляющей подсистемы в различных регионах.

В процессе неравномерного развития экономики в различных субъектах наблюдается существенная дифференциация, которая приводит к усилению социальной напряженности, а это отрицательно сказывается на результативности функционирования системы управления сферой культуры.

Создать гармоничную систему управления в отдельном учреждении культуры можно в том случае, если все сотрудники организации будут руководствоваться общими ценностями и принципами в работе.

Принцип единства направления обеспечивает рациональное взаимодействие между различными уровнями управления хозяйствующими субъектами сферы культуры. Чтобы рационально построить систему управления

данной сферой, важно учесть особенности функционирования комплекса в целом [9].

Вследствие значительного разнообразия условий, в которых гражданам предоставляются культурные услуги, а также различий между действиями отдельных субъектов культуры, нецелесообразно осуществлять управление всеми структурами из единого центра, эффективнее, по мнению автора, распределить функции управления между отдельными уровнями управления, что позволит добиться экономического и социального роста сферы культуры. При этом вмешательство органов государственного управления будет минимальным.

Таким образом, чтобы повысить эффективность развития сферы культуры, целесообразно на основе соблюдения вышеописанных принципов решить несколько задач:

- за каждым хозяйствующим субъектом сферы культуры необходимо закрепление конкретного ведомства различного уровня, которое будет ставить задачи и контролировать их выполнение;
- механизм управления сферой культуры должен обеспечивать выполнение сформированной стратегии развития, особое внимание должно уделяться проблемам, которые оказывают влияние на результативность работы в конкретном регионе [10].

Если региональные и местные органы управления в сфере культуры не находятся в подчинении органов федерального управления, им следует опираться на целевые ориентиры, определенные национальным законодательством.

По закону органы местного самоуправления не входят в систему государственной власти. Однако, как показывает практика, независимость данного уровня системы управления значительно ограничена, что связано со слабой финансовой базой, которая не дает возможность местному самоуправлению использовать весь имеющийся потенциал [4].

Важно отметить, что органы местного самоуправления имеют право наделяться отдельными полномочиями. При этом передаются для выполнения задач финансовые средства и

ресурсы. То есть формально существует возможность включения органов местного самоуправления в систему устройства государства, хоть и в виде низового звена, решающего конкретные проблемы жителей муниципального образования.

Высокий уровень централизации управленческих решений, наблюдаемый в процессе реализации, обуславливается особенностями данного этапа социально-экономического развития государства. На данном этапе для экономики характерно значительное увеличение значимости федеральных органов власти, что является своеобразной реакцией на чрезмерную децентрализацию управления, происходившего в середине девяностых годов прошлого столетия. Данные меры способ-

ствовали укреплению негативных тенденций в обществе.

Таким образом, чтобы управление сферой культуры было эффективным, оно должно основываться на вышеуказанных принципах. Только так можно обеспечить достижение нужных социальных и экономических результатов, удовлетворить потребности граждан, рационально распределить управление, найти соответствующие актуальным целям способы и методы управления. Задачи должны решаться посредством анализа разных вариантов действий, а на любые изменения во внешней среде должна поступать своевременная реакция, которую можно обеспечить только при правильном прогнозировании и расчетах с учетом потенциала экономики страны в данный момент.

Список литературы

1. Бреусова Е. А., Загорюлько А. В. Проблемы управления сферой культуры на современном этапе рыночных преобразований // Научно-методический электронный журнал «Концепт». 2016. Т. 2. С. 576–580. URL: <http://e-koncept.ru/2016/46133.htm> (дата обращения: 11.03.2017).
2. Ильина Т. В., Федотова Н. Г. Культурная политика в современной России // Международный студенческий научный вестник. 2016. № 4–5. С. 665–666.
3. Карпова Г. Г., Михина Н. В. Культурная политика современной России: законодательное регулирование и механизмы реализации // Власть. 2015. № 4. С. 73–78.
4. Николаенко А. С. Государственная культурная политика в современной России: вызовы времени // Государственное и муниципальное управление в XXI веке: теория, методология, практика. 2016. № 23. С. 25–30.
5. Смирнов И. Т. Обновление культуры: проблемы и перспективы. М.: Юнити, 2011. 149 с.
6. Евменов А. Д., Булочников П. А., Благова И. Ю. Стратегическое планирование инновационного развития сферы услуг // Журнал правовых и экономических исследований. 2013. № 4. С. 203–210.
7. О федеральной целевой программе «Культура России (2012–2018 годы)». Постановление Правительства РФ от 3 марта 2012 № 186. URL: <http://base.garant.ru/70149760/> (дата обращения: 10.04.2017).
8. Евменов А. Д., Данилов П. В. Анализ эффективности государственного финансирования развития сферы культуры Российской Федерации // Петербургский экономический журнал. 2015. № 1. С. 8–16.
9. Чиркин В. Е. Управление социальной сферой. М.: Макс-Пресс, 2010. 238 с.
10. Евменов А. Д. Государственно-частное партнерство в сфере культуры // Российское предпринимательство. 2012. № 4 (202). С. 17–21.

СУЩНОСТНЫЕ ХАРАКТЕРИСТИКИ МЕЖОРГАНИЗАЦИОННЫХ ВЗАИМООТНОШЕНИЙ В ИННОВАЦИОННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

THE ESSENTIAL CHARACTERISTICS OF INTER-ORGANIZATIONAL RELATIONSHIPS IN INNOVATIVE ACTIVITIES

УДК 334



КУЛИКОВА Наталия Николаевна

доцент кафедры экономики и инновационного предпринимательства Московского технологического университета, кандидат экономических наук, доцент, karpuxinanatasha@yandex.ru

KULIKOVA, Natalia Nikolaevna

Associate Professor at the Department of Economics and Innovative Entrepreneurship of Moscow Technological University, Candidate of Economic Sciences, Docent, karpuxinanatasha@yandex.ru

Аннотация.

Стремление к использованию передового опыта, лучших знаний, ресурсов и мощностей обуславливает развитие сотрудничества и партнерства в инновационной сфере. Межорганизационные взаимоотношения являются одним из действенных механизмов формирования инновационной цепочки ценностей. В работе проанализированы взгляды и подходы российских и зарубежных ученых к определению межорганизационных взаимоотношений. Автор выделяет важные характеристики межорганизационных взаимоотношений инновационных предприятий, которые влияют на взаимосвязи, фактические действия и результаты отношений. Особую актуальность, полученные результаты приобретают при характеристике современных межорганизационных взаимодействий в области научно-технической интеграции предприятий наукоемких отраслей машиностроения.

Ключевые слова: инновационное предприятие, цепочка ценностей, межорганизационные взаимодействия, партнер, сотрудничество, совместная деятельность, взаимозависимость.

Abstract.

Striving for the use of best practices, best knowledge, resources and capacities determines the development of cooperation and partnership in the innovation sphere. Inter-organizational relationships are one of the most effective mechanisms for the formation of an innovative value chain. The author analyzed the views and approaches of Russian and foreign scientists to the definition of inter-

organizational relationships. The author highlights important characteristics of inter-organizational relations of innovative enterprises which influence the interrelations, actual actions and results of relations. The obtained results acquire particular relevance, when characterizing modern inter-organizational interactions in the field of scientific and technical integration of enterprises of high technology branches of machine building.

Key words: innovative company, value chain, inter-organizational relationships, partner, cooperation, joint activities, interdependence.

Взаимодействие и взаимозависимость между предприятиями играют важную роль, особенно при разработке и производстве инноваций [1]. Межорганизационные взаимодействия способствуют конвергенции технологий [2] за счет того, что их участниками выступают предприятия с различными компетенциями [3], тем самым обеспечивая значительное увеличение количества совместных разработок [4]. То есть успех инновационных предприятий во многом определяется долгосрочными и тесными взаимоотношениями с партнерами [5]. Особенно межорганизационные взаимоотношения важны для малых инновационных предприятий, которые имеют незначительные ресурсы [6]. Поэтому представляется актуальным рассмотрение сущности основных характеристик межорганизационных взаимоотношений инновационных предприятий.

Необходимость партнерства инновационных предприятий проявляется в том, что отдельный хозяйствующий субъект не может самостоятельно выполнить все необходимые производственно-технологические этапы, связанные с проектированием и производством инновационной продукции, то есть реализовать всю инновационную цепочку ценности. Так, например, новые условия хозяйствования сегодня отменили единый хозяйственный комплекс и предполагают отход от концепции «единой фабрики» в наукоемких отраслях машиностроения, таких как приборостроение, радиотехническая и электронная промышленность, электротехническая промышленность.

Инновационная цепочка ценностей будет включать в себя совокупность субъектов, определенных жизненным циклом инновационной продукции: разработчики, производители, поставщики, потребители и третья сторона, участвующие в создании инноваций.

В межорганизационных взаимоотношениях деятельность каждого участника, в первую очередь, определяется наличием необходимых ресурсов у других участников. Во-вторых, межорганизационные взаимоотношения обуславливаются наличием необходимых мощностей у каждого участника в соответствии с выполняемыми им функциями в инновационной цепочке ценностей. В-третьих, межорганизационные взаимоотношения определяются компетенциями каждого участника и опытом предыдущей работы.

Компании-партнеры получают доступ к нужным технологиям, персоналу с ключевыми компетенциями, опыту и знаниями, необходимой инфраструктуре и другим возможностям, например, в области маркетинга и продаж [7]. Часто инновационное предприятие, выступая участником межорганизационных взаимоотношений, предлагает партнерам что-то уникальное. Межорганизационные взаимоотношения можно представить как совместное использование знаний, опыта, ресурсов, компетенций и мощностей двух или более предприятий для достижения совместного результата [8]. Межорганизационные взаимоотношения предприятий-партнеров преследуют общую цель, которая сводится к

комбинированию ресурсов, мощностей и компетенций, при этом каждый участник может иметь свои, локальные цели.

Взаимоотношения с каждым участником-партнером имеют свои причины. Р. Х. Холл выделяет причины взаимодействия предприятий [9], которые также могут характеризовать и межорганизационные взаимоотношения инновационных предприятий (рисунок 1) [10].

А. В. Шмаков [11], в свою очередь, считает, что единственной мотивацией к сотрудничеству является стремление к максимизации индивидуального благосостояния через договорные взаимоотношения.

Взаимоотношения участников хотя и имеют свои причины, но обязательно подчинены общей цели партнерства. Именно межорганизационные взаимоотношения способствуют согласованию единых целевых установок всех предприятий-партнеров при формировании ими инновационной цепочки ценностей и обеспечивают долгосрочное сближение их генеральных целей.

При этом каждый участник представляет собой формально независимое в экономическом плане предприятие, имеющее свои локальные цели, которые, в свою очередь, могут

быть достигнуты только за счет комбинирования знаний, опыта, ресурсов, компетенций и мощностей, имеющихся в наличии у всех участников, формирующих инновационную цепочку ценностей. Каждый участник межорганизационных взаимоотношений должен понимать свою роль и место в цепочке ценностей на основе оценки индивидуального вклада (знаний, опыта, ресурсов, компетенций, технологий). Поэтому межорганизационные взаимодействия представляют собой добровольное выделение необходимых ресурсов (знаний, опыта, компетенций, технологий) предприятиями для достижения общих целей партнерства [12; 13].

Разделяемая всеми партнерами концентрация на желаемых результатах, целях партнерства поддерживает согласованность и синхронизацию деятельности. Необходимость партнерства инновационных предприятий проявляется в том, что для реализации инновационной цепочки ценностей отдельный субъект должен поддерживать отношения с предприятиями, реализующими другие этапы жизненного цикла инновационного продукта [14]. Объединяя знания, опыт, ресурсы, компетенции и мощности, предприятия-

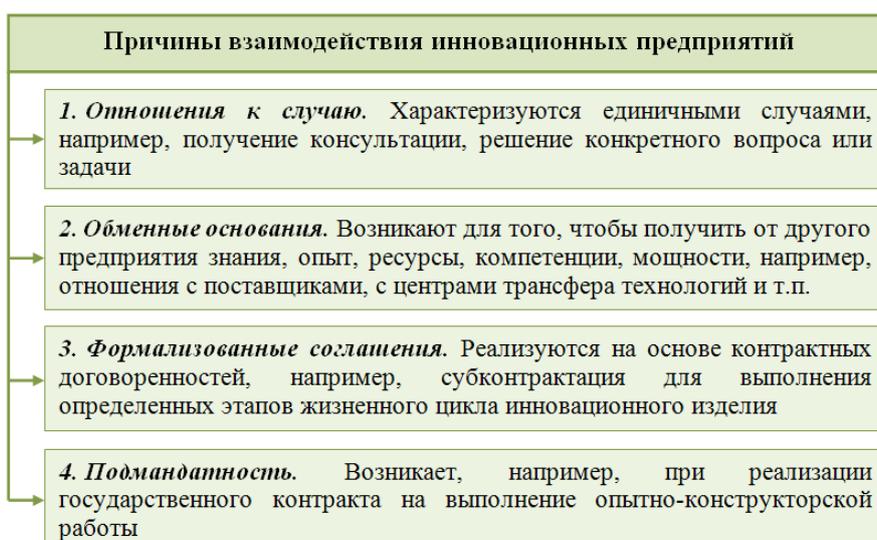


Рисунок 1
Причины взаимодействия инновационных предприятий [9; 10]

партнеры не объединяют свои функции, а согласовывают их.

C. Oliver [15] выделяет шесть критических факторов формирования согласованных межорганизационных взаимоотношений, которые могут быть использованы, в том числе, при формировании инновационной цепочки ценностей (рисунок 2).

Партнеры, заключая соглашения с другими участниками для осуществления совместной деятельности, вступают в межорганизационные взаимоотношения. M. Cao и Q. Zhang [16], рассматривая согласованные межорганизационные взаимоотношения предприятий, выделяют их следующие взаимосвязанные характеристики:

1. Обмен информацией. Предприятия-партнеры своевременно обмениваются релевантной, точной, полной и конфиденциальной информацией между собой.

2. Согласованность целей. Для достижения собственных целей участникам-партнерам

необходимо согласовать интересы и действия друг с другом. При этом придется пойти на некоторые компромиссы ради достижения главной цели межорганизационных взаимоотношений.

3. Координация деятельности. Предприятия-партнеры для реализации преимуществ межорганизационных взаимоотношений должны координировать свои действия с другими участниками.

4. Коммуникации. Реализация формальных и неформальных коммуникаций между всеми предприятиями-партнерами.

B. Gray и D. Wood [17] рассматривают межорганизационные взаимоотношения как процесс, посредством которого партнеры, имеющие различные точки зрения на проблемы, могут конструктивно обсуждать разногласия и искать решения, выходящие за пределы индивидуального.

По мнению A. Thomson и J. Perry [18], межорганизационные взаимоотношения –



Рисунок 2

Критические факторы формирования согласованных межорганизационных взаимоотношений инновационных предприятий [15]

это процесс взаимодействия автономных субъектов посредством формальных и неформальных согласований, совместно созданных структур и на основе совместных правил, регулирующих взаимоотношения, действия и принятия решений по совместным вопросам.

Межорганизационные взаимоотношения реализуются в течение определенного времени через формальные и неформальные переговоры, разработку и выполнение обязательств [19], основаны на постоянном тесном контакте, оперативном обмене информацией, согласованности и скоординированности действий.

Межорганизационные взаимоотношения характеризуются высокой интенсивностью взаимодействия между участниками, существенно превышающей интенсивность взаимодействия между участниками и элементами внешней среды [20]. Необходимость постоянного взаимодействия предприятий-партнеров обуславливается особенностями реализации инновационной цепочки ценностей. На начальных этапах предприятия-партнеры согласовывают свои цели и интересы, далее – согласовывают действия, контролируют исполнение функциональных задач и координируют деятельность других участников, оказывают им помощь во избежание конфликтов.

Межорганизационные взаимоотношения инновационных предприятий характеризуются наличием соглашений, заключенных с большим числом участников. Инновационной цепочкой ценностей, реализуемой совместно предприятиями-партнерами, всегда руководит координатор, выступающий главным в межорганизационных взаимоотношениях и осуществляющий контроль [21]. Остальные участники всегда имеют зависимое положение и выступают часто между собой конкурентами, потому что только координатор может включить предприятие в инновационную цепочку ценностей. Но в то же время координатор обязательно должен сопоставить свои интересы и интересы других участников.

Поэтому М. Holmlund и J. A. Tomroos [22] выделили три характеристики межорганизационных взаимоотношений: взаимозависимость, долгосрочный характер взаимоотношений, взаимодействие.

Инновационные предприятия, вступая в межорганизационные взаимоотношения, предполагают получить совместный результат, который не может быть достигнут одним предприятием [8]. Предприятия-партнеры зависимы друг от друга [23; 24] на определенных этапах инновационной цепочки ценностей. Инновационная деятельность партнеров зависит от наличия материальных и нематериальных ресурсов у других участников инновационной цепочки ценностей. Например, предприятие-партнер имеет в своем распоряжении исключительные мощности или ресурсы, владеет уникальными знаниями и навыками, имеет уникальный опыт работы и т. п. Кроме этого, продукт деятельности одного предприятия-партнера выступает в качестве исходного материала для деятельности другого [25; 26]. То есть развиваются участники инновационной цепочки ценностей только по средствам передачи, обмена и совместного использования знаний, технологий, опыта, мощностей и компетенций других участников.

Поэтому межорганизационные взаимоотношения инновационных предприятий будут отличаться симметричной зависимостью партнеров, проявляющейся в необходимости концентрации и мобилизации усилий всех участников на достижение совместных целей. И чтобы добиться успеха, участники инновационной цепочки ценностей вынуждены подстраиваться под стратегии и действия своих партнеров. При этом особенностью является то, что предприятия-партнеры одновременно могут быть участниками разных партнерских соглашений по разработке или производству инноваций.

Межорганизационные взаимоотношения предполагают, что все участники инновационной цепочки ценностей преследуют коммерческие цели, поэтому основным является вопрос о партнерстве как источнике создания и поддержания конкурентного преимущества.

В рамках межорганизационных взаимодействий сотрудничество и конкуренция перестают быть взаимоисключающими понятиями; возникают новые понятия, такие как «ситуация взаимного выигрыша» или понятие «конкурентного сотрудничества» [27]. Партнеры в межорганизационных взаимоотношениях

предпринимают совместные усилия по созданию и поддержанию общих конкурентных преимуществ. Такое партнерство можно определить как процесс, обеспечивающий выполнение функций и управленческих воздействий для получения коммерческих результатов [20].

Очень важно рассмотреть, какие преимущества принесет партнерство каждому участнику инновационной цепочки ценностей и, действительно ли, эти преимущества достаточные для привлечения и удержания партнеров. Выделим следующие преимущества межорганизационных взаимоотношений предприятий-партнеров при совместной реализации инновационной цепочки ценностей:

- увеличение мощности и расширение компетенций и способностей участников без необходимости приобретения новых технологий и оборудования;
- долгосрочная ориентация отношений;
- взаимное доверие и открытость участников;
- сохранение гибкости каждого участника, которая необходима для адаптации к изменяющейся среде, в которой их деятельность, как правило, реализуется.

Необходимо помнить, что инновационность одного предприятия не позволяет обеспечить устойчивого конкурентного преимущества, так как требует соответствия всех участников процесса [28]. Только правильный выбор партнера может обеспечить получение конкурентных преимуществ, а выбор несостоятельного партнера может привести к необратимым проблемам. Каждый участник межорганизационных взаимоотношений получает от своих партнеров пользу и выгоду, например, используя для своего имиджа конкурентные преимущества партнеров. Участники межорганизационных взаимоотношений работают на последовательных ступенях инновационной цепочки ценностей и предпринимают совместные усилия по созданию и поддержанию общих конкурентных преимуществ через совместное использование знаний, ресурсов, мощностей, опыта, других активов и компетенций, имеющихся в наличии у партнеров.

Таким образом, рассмотрев особенности, выделим характеристики межорганизационных взаимоотношений инновационных предприятий (рисунок 3).



Рисунок 3

Характеристики межорганизационных взаимоотношений инновационных предприятий

С учетом всего вышеизложенного, автором предлагается следующее определение. Межорганизационные взаимоотношения инновационных предприятий при формировании ими инновационной цепочки ценностей – это соглашения намеренного объединения ресурсов, знаний, опыта, компетенций и мощностей, заключенные для осуществления совместной деятельности стратегически зависимых уникальных предприятий для совместной реализации ими инновационной цепочки ценностей и создания и поддержания общих конкурентных преимуществ.

В такой трактовке межорганизационные взаимоотношения рассматриваются как комплексное понятие, которое может быть применимо к партнерству предприятий тех отраслей, где взаимодействия должны быть критически рассмотрены. Так, в настоящее время интеграционные процессы охватили российские предприятия различных отраслей машиностроения, в том числе микроэлектроники, авиастроения, судостроения, автомобилестроения, сельскохозяйственного машиностроения.

Список литературы

1. *Dewick P., Miozzo M.* Networks and innovation: sustainable technologies in Scottish social housing // *R&D Management*. 2004. № 34 (3). P. 323–333.
2. *Powell W. W., Koput K. W., Smith-Doerr L.* Interorganizational Collaboration and the Locus of Innovation: Networks of Learning in Biotechnology // *Administrative Science Quarterly*. 1996. № 41 (1). P. 116–145.
3. *Kallio A., Harmaakorpi V., Pihkala T.* Absorptive Capacity and Social Capital in Regional Innovation Systems: the Case of the Lahti Region in Finland // *Urban Stud.* 2010. № 47 (2). P. 303–319.
4. *Soh P., Roberts E. B.* Networks of innovators: a longitudinal perspective // *Research Policy*. 2003. № 32 (9). P. 1569–1588.
5. *Najafian M., Colabi A. M.* Inter-organizational Relationship and Innovation: A Review of Literature // *Global Business and Management Research: An International Journal*. 2014. № 6 (1). P. 52–70.
6. *Jenssen J. I., Nybakk E.* Inter-organizational networks and innovation in small, knowledge-intensive firms: A literature review // *International Journal of innovation management*. 2013. № 17 (2). P. 27–66.
7. *Жухарев К. Л.* Вопросы глобализации бизнеса как фактора ускорения мирового развития // *Российский экономический интернет-журнал*. 2009. № 3. С. 75–78.
8. *Bryson J. M., Crosby B. C., Stone M. M.* The design and implementation of cross-sector collaborations: Propositions from the literature // *Public Administration Review*. 2006. № 66 (SUPPL. 1). P. 44–55.
9. *Холл Р. Х.* Организации: структуры, процессы, результаты. СПб.: Питер, 2001. 512 с.
10. *Куликова Н. Н.* Типы взаимоотношений субъектов при формировании цепочки ценностей в электронной промышленности // *Казанский социально-гуманитарный вестник*. Т. 16. 2015. № 3. С. 18–22.
11. *Шмаков А. В.* Стремление к экономическому сотрудничеству как мотив экономического поведения // *TERRA ECONOMICUS*. Т. 8. 2010. № 4. С. 57–61.
12. *Granovetter M.* Economic action and social structure: The problem of embeddedness // *American Journal of Sociology*. 1985. № 91. P. 481–510.
13. *Lincoln J. R., Gerlach M. L., Takahashi P.* Keiretsu networks in the Japanese economy: a dyad analysis of intercorporate ties // *American Sociological Review*. 1992. № 57. P. 561–585.
14. *Шерешева М. Ю.* Формы сетевого взаимодействия компаний. Курс лекций: учеб. пособие. М.: Издат. дом гос. ун-та – Высшей школы экономики, 2010. 339 с.

15. *Oliver C.* Determinants of interorganizational relationships: Integration and future directions // *Academy of Management Review*. 1990. Vol. 15(2). P. 241–265.
16. *Cao M., Zhang Q.* Supply Chain Collaboration Roles of Interorganizational Systems, Trust, and Collaborative Culture. Springer, 2013. 201 p.
17. *Gray B., Wood D.* Collaborative Alliances: Moving from Practice to Theory // *Journal of Applied Behavioral Science*. 1991. № 27(3). P. 3–22.
18. *Thomson A., Perry J.* Theoretical Collaboration Processes: Inside the Black Box // *Public Administration Review*. 2006. № 66 (Special Issue: Collaborative Public Management). P. 20–32.
19. *Kreibich Lisa-Marie.* Improving Inter-Agency Collaboration in International Development Analysis of conditions under which to enter into, develop and sustain successful partnerships. HSSPS, Germany, 2013. 64 p.
20. Методология исследования сетевых форм организации бизнеса: коллект. моногр / М. А. Бек, Н. Н. Бек, Е. В. Бузулукова и др.; под науч. ред. М. Ю. Шерешевой / Нац. исслед. ун-т «Высшая школа экономики». М.: Издат. дом Высшей школы экономики, 2014. 446 с.
21. *Pena N. A., de Arroyabe J. C. F.* Business Cooperation: From Theory to Practice. New York: Palgrave Macmillan, 2002. 193 p.
22. *Holmlund M., Tomroos J. A.* What are relationships in business networks? // *Management Decision*. 1997. № 4. P. 304–309.
23. *Najafian M., Colabi A. M.* Inter-organizational Relationship and Innovation: A Review of Literature // *Global Business and Management Research: An International Journal*. 2014. № 6 (1). P. 52–70.
24. *Hekansson H., Snehota I.* Developing Relationships in Business Networks. London: Routledge, 1995. 433 p.
25. *Мильнер Б.З.* Теория организации: учебник. 3-е изд., перераб. и доп. М.: ИНФРА-М, 2002. 558 с.
26. *Thompson James D.* Organization in Action: Social Science Bases of Administrative Theory. Transaction Publishers, 2011. 192 p.
27. *Шерешева М. Ю.* Проблемы создания инновационных кластеров в регионах России // *Наука. Инновации. Образование*. 2008. № 7. С. 213–230.
28. *Давтян М. А.* Экономика инновационной деятельности предприятия: учебное пособие / М. А. Давтян, Т. С. Щербакова, И. В. Карзанова, С. Б. Зайнулин, Т. В. Самусева, Д. Л. Палеев, Ю. В. Соловьева. М.: РУДН, 2014. 430 с.

ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ ПОТЕНЦИАЛА АРКТИЧЕСКОЙ ЗОНЫ РОССИИ ДЛЯ ОБЕСПЕЧЕНИЯ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ БЕЗОПАСНОСТИ РЕГИОНА

PROSPECTS FOR THE POTENTIAL DEVELOPMENT OF THE ARCTIC ZONE OF RUSSIA FOR PROVIDING ECONOMIC SECURITY OF THE REGION

УДК 330.101



СМИРНОВА Анастасия Талибжановна

доцент кафедры философии, истории и иностранных языков Норильского государственного индустриального института, кандидат экономических наук, smirnovaat@bk.ru

SMIRNOVA, Anastasia Talibjanovna

Associate Professor at the Department of Philosophy, History and Foreign Languages of Norilsk State Industrial Institute, Candidate of Economic Sciences, smirnovaat@bk.ru

Аннотация.

В статье охарактеризованы особенности и перспективы развития Арктической зоны России. Указана ее роль в обеспечении экономической безопасности Российской Федерации. Показано, как наличие огромного потенциала и стратегического значения арктических территорий для России влияет на ее экономическую безопасность. Такое развитие принесет большие выгоды как от добычи ресурсов, так и от перевозок по Северному морскому пути, может решить вопросы социального развития и поддержки регионов Крайнего Севера. В геополитической сфере – открывает доступ к мировым трассам, в политической – укрепит позиции на мировой арене. Выявлены преимущества освоения и развития Арктики и Заполярных территорий.

Ключевые слова: устойчивое развитие, экономическая безопасность, Арктическая зона, транспортная система, потенциал, развитие потенциала Северного морского пути.

Abstract.

The article describes the features and prospects of development of the Arctic zone of Russia. It states its role in ensuring economic security of the Russian Federation.

It is shown how the presence of the huge potential and strategic importance of the Arctic territories to Russia affect its economic security. This development will bring great benefits both from resource extraction and transportation on the Northern sea route, and it can solve social development issues and regions support of the far North. In the geopolitical sphere access to the world's highways will be opened; in political – it will strengthen the position on the world stage. The paper reveals advantages of exploration and development of the Arctic and Polar areas.

Key words: sustainable development, economic security, Arctic zone, transportation system capacity, the development of potential of the Northern sea route.

Почти четыре столетия человек изучает землю, скованную льдом и снегом. Десятки экспедиций открывали новые острова, составляли подробные карты, жили и работали в суровых условиях Арктики и Арктической зоны.

Моряки, ученые, инженеры и исследователи делали невозможное – проходили северные моря за одну навигацию, дрейфовали на льдинах, организуя работу первых полярных станций, изучали природу арктического континента.

Долгое время территории Арктики были обделены вниманием. Сегодня же интерес к Арктике растет в геометрической прогрессии. Это связано в первую очередь с большими запасами полезных ископаемых, залегающих в ее недрах. Во-вторых, Арктика – ключевая позиция в геополитическом влиянии современного миропорядка.

На ресурсы ледового континента претендует пятерка северных стран: Россия, Канада, США, Дания и Норвегия. Территориальные притязания государств в Северном Ледовитом океане до сих пор являются спорными. Каждому из пяти сопредельных государств отводится, согласно международному праву, двухсотмильная прибрежная зона в исключительное экономическое пользование (рисунок 1).

Исторически сложилось так, что наибольшая часть арктических территорий принадлежит России. Согласно исследованиям аудиторской компании «Ernst&Young» на арктических

территориях России, Норвегии, Гренландии, США и Канады залегают более 13% извлекаемых запасов нефти и более 30% — газа. Причем 52% этого объема углеводородов – в российской арктической зоне [1].

Однако в обществе у простого обывателя бытует мнение, что в добыче арктических ресурсов на шельфе для России нет необходимости, так как уже разведанных и освоенных запасов на суше хватит для удовлетворения собственных нужд и потребностей стран-импортеров. Более того, объем углеводородов, которые можно получить в результате освоения этих месторождений, в ближайшее десятилетие составит всего около 4% от общей добычи углеводородов. Однако следует помнить, что масштабное освоение и развитие территорий приносит эффект не через год или пять лет, а порой через многие десятилетия. Закрепление позиций России в Арктике и освоение ее ресурсов преследует скорее решение не экономических вопросов, а стратегических задач. Однако проблема развития Арктики и Арктической зоны России становится особо острой для обеспечения экономической безопасности России.

Начиная с XVI в., периода активного освоения арктических территорий, Россия является действительно Северной державой. Постепенно, по мере присоединения новых земель, к началу XXI в. общая площадь арктических владений России составляет порядка 3 млн км², т. е. 18% всей территории нашей страны [2].

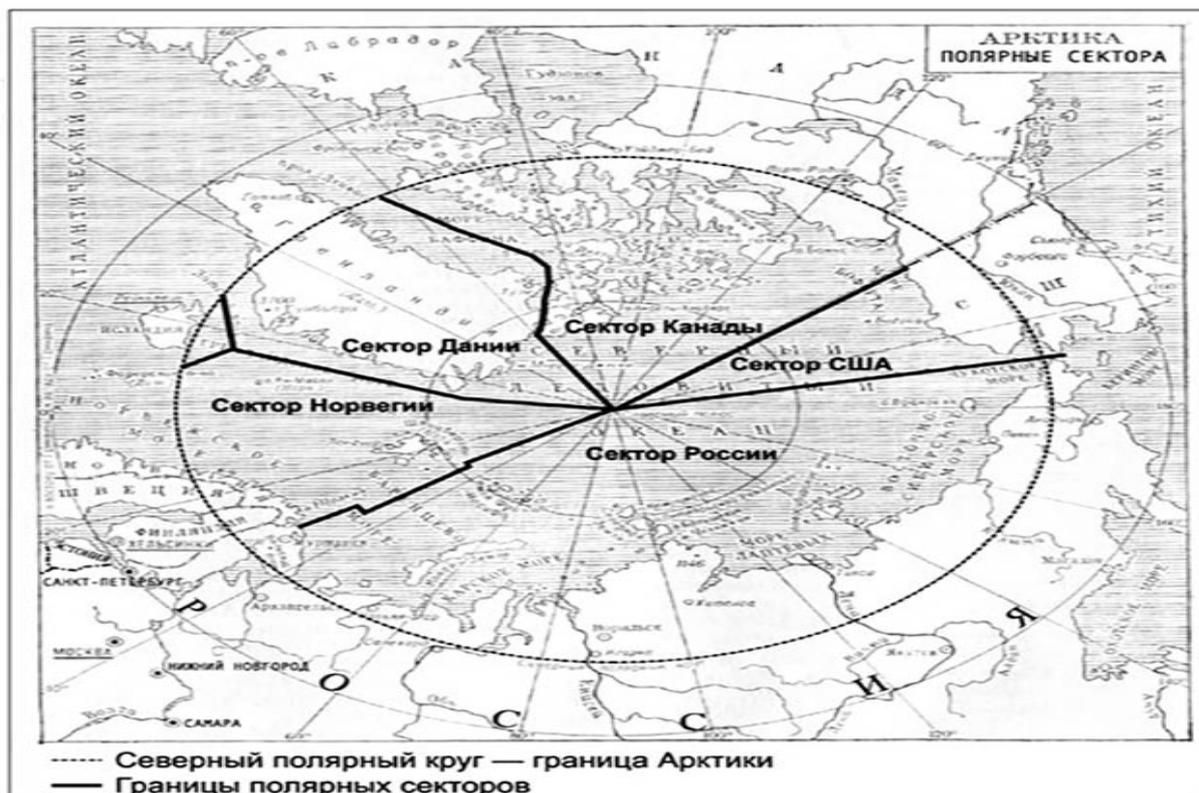


Рисунок 1
Секторальное разделение Арктики по сферам влияния стран- претендентов [2]

Арктическая зона России сейчас включает Мурманскую, Архангельскую области, Республику Коми, Республику Саха (Якутия), Красноярский край, Ненецкий, Чукотский, Ямало-Ненецкий автономные округа (рисунок 2), с общей численностью населения около 3 млн человек, что составляет приблизительно 2% населения России (с Крымом), по данным на 1 января 2016 г. [2].

История освоения сокровищ севера началась в 30-х гг. XX в. С тех пор в крупнейших арктических нефтегазовых зонах – Западно-Сибирском, Тимано-Печорском и Восточно-Сибирском бассейнах открыто более 200 месторождений. Помимо углеводородов в 350 месторождениях добывают золото, алмазы и цветные металлы. Через арктические моря проходит основная судоходная магистраль – Северный морской путь (рисунок 3).

Арктика обеспечивает 11% национального дохода государства, здесь создается более 22% объема общероссийского экспорта [3].

Руководство страны хорошо понимает стратегическое значение ледового континента для государства. Ежегодно с 2014 г. проводятся арктические форумы, где главы регионов обсуждают планы и перспективы по развитию территории. Реализуются масштабные инфраструктурные проекты, которые связывают далекие земли с континентом. Особое внимание уделяется экологическим и научным аспектам. Вновь стали регулярно проводиться экспедиции по изучению ледового покрова и навигации. Организуются масштабные мероприятия по очистке арктических островов от мусора.

Россия возвращается в Арктику после почти тридцатилетнего отсутствия, а освоение Заполярья несет большие преимущества экономи-



Рисунок 2
Зональное разделение территории России, входящей в Арктическую зону [2]

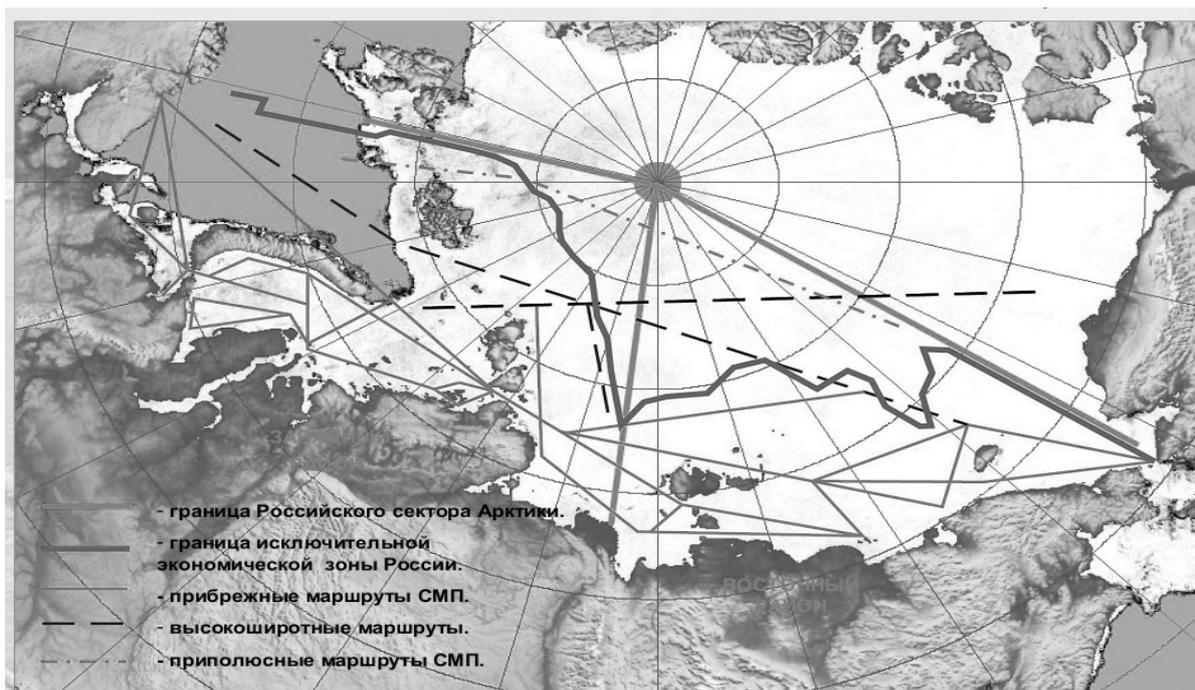


Рисунок 3
Территориальные границы Северного морского пути [4]

ке страны. Комплексное развитие этих земель даст следующие преимущества (рисунок 4).

Во-первых, освоение ископаемых ресурсов Арктики.

По данным Геологической службы США, в недрах российских ледяных просторов сосредоточены огромные запасы полезных ископаемых. Прежде всего, это углеводороды, цветные металлы и золото (рисунок 5) [5].

Минэнерго оценивает общую стоимость ресурсов более чем в 30 трлн долл. Стоимость разведанных запасов – 1,5–2 трлн долл. США, что является низким показателем [6].

Во-вторых, развитие морской судоходной трассы – Северного морского пути. Прогнозируемое таяние ледового покрова вдоль северных берегов России открывает дорогу развитию Северному морскому пути (СМП) – судоходной магистрали, соединяющей порты Европы и Дальнего Востока, а также устья судоходных сибирских рек в единую транспортную систему. Благодаря СМП сокращается длительность перевозок по сравнению

с Суэцким каналом в Юго-Восточную Азию, Панамским каналом в Северную Америку [5]. В среднем проход судна в порты уменьшается на 10–15 суток, что экономит судовладельцам до 20 млн долл. США, по оценкам экспертов. Судоходная магистраль вновь была запущена в 2007 г. С тех пор из года в год грузообороты по ней растут (рисунок 6).

В-третьих, создание единой транспортной системы страны. Масштабное освоение арктических и прилегающих территорий приведет к активному развитию регионов. Основное направление – это создание инфраструктуры, в частности дорог. Главной проблемой Заполярья всегда было отсутствие наземной связи с городами большой земли. Сегодня этот вопрос решает строительство Северного широтного хода (СШХ). СШХ – это масштабный проект по возведению на Ямале железной и автомобильных дорог, которые соединят два исторически сложившихся транспортных района – Западный и Восточный (рисунок 7). Это позволит обеспечить кратчайший тран-

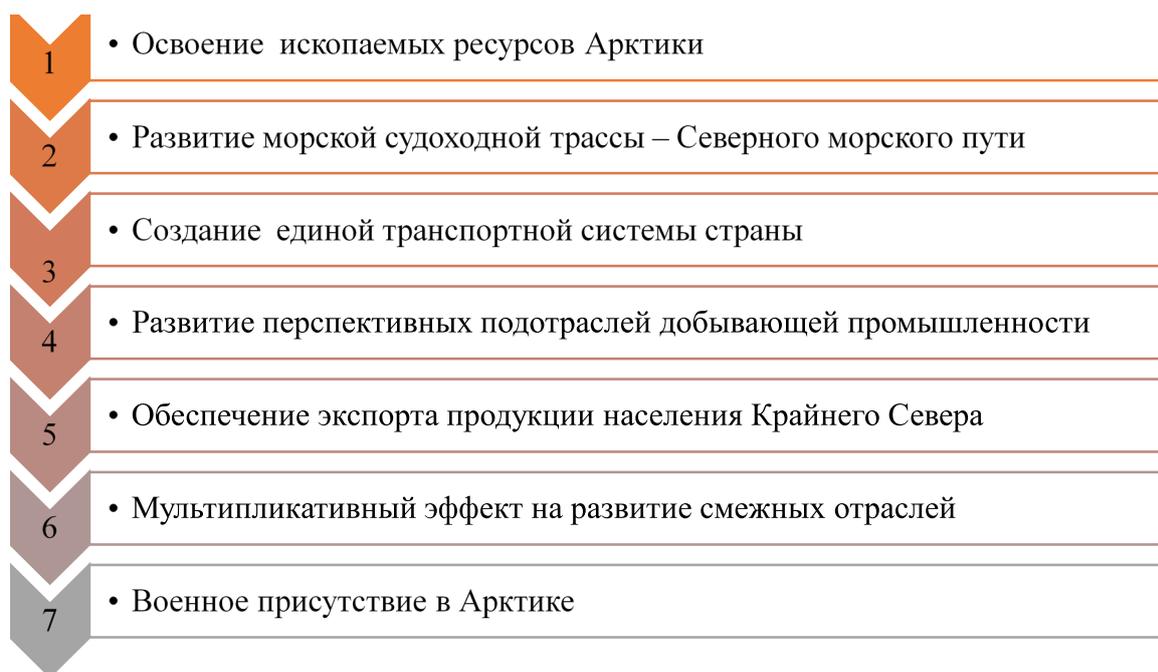


Рисунок 4
Преимущества комплексного развития Арктики для России

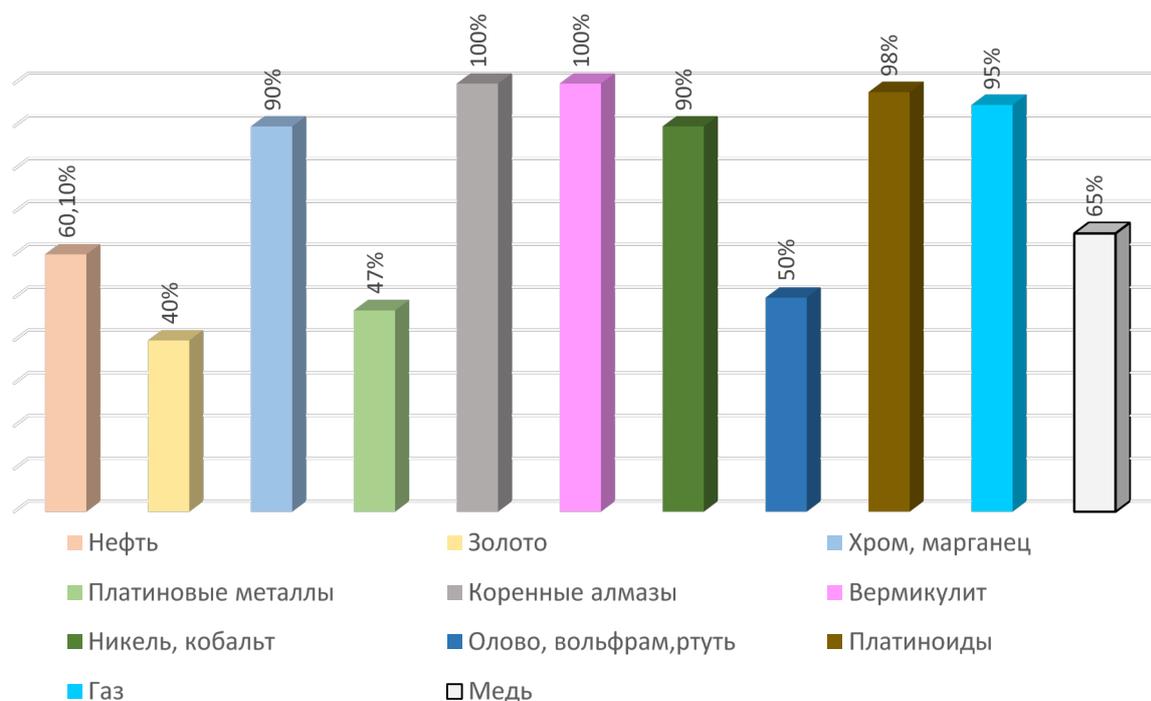
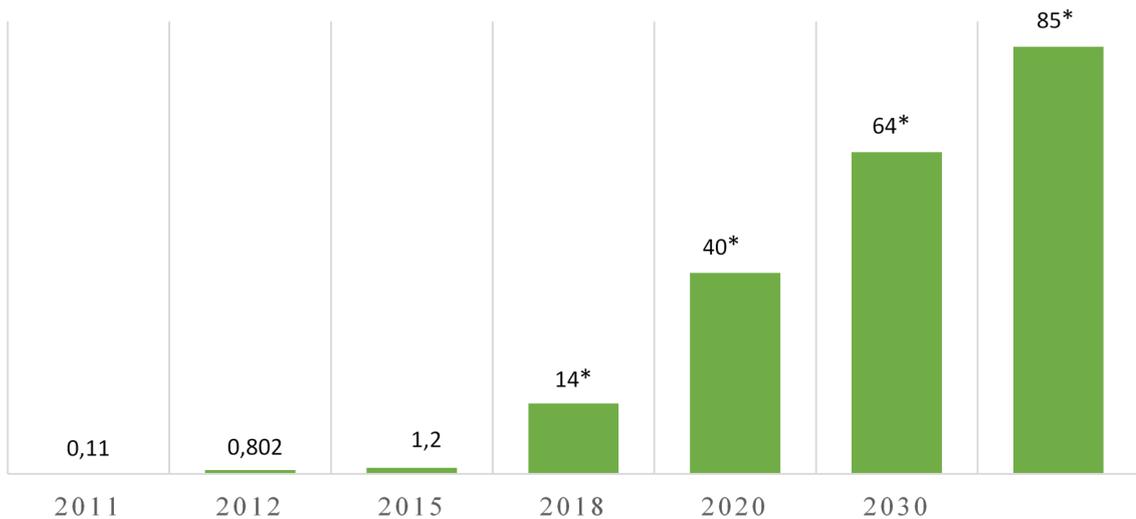


Рисунок 5
Запасы полезных ископаемых в российской Арктике [6]

Объем транзитных грузов, млн тонн



*прогнозные значения, последний столбик – 2030 г. оптимистический сценарий.

Рисунок 6
Объем транзитных грузов через СМП [7]



Рисунок 7
Схема Северного широтного хода – Заполярной Транссибирской магистрали [8]

зит добываемых углеводородов в западном направлении и грузов, необходимых для освоения газоконденсатных и нефтяных месторождений, в восточном направлении.

Северный широтный ход поспособствует образованию единой транспортной системы страны, которая обеспечит круглогодичную доступность населенных пунктов ЯНАО [5]. Помимо этого, создание транспортной сети, соединяющей Ямал с Уралом и Северо-Западом России, свяжет территории с запада и востока России, а также с Азиатско-Тихоокеанским регионом. Ямальский сжиженный газ, сибирское зерно, уральский металл, кузбасский уголь, нефтепродукты республик Татарстана и Башкирии быстро и с меньшими транспортными затратами будут доставляться по территории России и в отдельные регионы мира [9].

В-четвертых, развитие перспективных подотраслей добывающей промышленности.

Наличие огромных запасов углеводородов и выход к северным морям позволят развивать одно из важных направлений в газовой отрасли – производство СПГ (сжиженного природного газа). С 2009 г. этим активно занимается ОАО «НОВАТЭК», работая над проектом «Ямал СПГ». В его рамках в регионе строится не только завод по сжижению газа, но крупный морской порт Сабетта – ключевой объект транспортной инфраструктуры и СМП [6]. После завершения строительства он сможет круглый год обрабатывать почти 30 млн тонн грузов (рисунок 8).

В дальнейшем к «сжиженным проектам» планируют присоединить такие крупные компании, как ПАО «Газпром» и ПАО «Роснефть».



Рисунок 8

Предполагаемое развитие транспортной и промышленной инфраструктуры Ямало-Ненецкого автономного округа [5]

В-пятых, обеспечение экспорта продукции населения Крайнего Севера.

Районы Крайнего Севера богаты не только углеводородами, но и крупнейшими животными ресурсами. Оленина и рыба с севера экспортируется не только по России, но и в страны Европы. Общее развитие региона позволит не только расширять объемы производства, но и благодаря наличию арктической судоходной магистрали доставлять их быстрее с меньшими затратами.

В-шестых, влияние мультипликативного эффекта на развитие смежных отраслей.

Вышеобозначенные задачи требуют новых научных исследований, транспортного обеспечения, освоения и внедрения новых технологий и инноваций. Поэтому неизбежен перекрестный эффект развития таких отраслей, как судостроение, машиностроение, металлургия, металлообработка и др.

В-седьмых, военное присутствие в стратегическом районе. Длительный период времени арктические регионы России использовались как полигоны для военных учений и испытаний. В рамках Арктического форума 2013 Президент РФ заявил, что Россия возобновит военное присутствие в Арктике. И уже в сентябре 2013 г. первый десант из десяти военных кораблей и атомных ледоколов прибыл к Новосибирским островам, расположенным у дельты реки Лены. Такое положение ВМС России дает адекватный ответ на попытки разворачивания американцами систем ПРО.

Военное присутствие обеспечит и политическое равенство в решении региональных и мировых вопросов.

Все вышесказанное подтверждает наличие огромного потенциала и значения развития арктических территорий для России для обеспечение ее национальной безопасности.

С точки зрения обеспечения экономической безопасности, освоение Арктики принесет большие выгоды как от добычи ресурсов, так и от перевозок по СМП; решит вопросы социального развития и поддержки регионов Крайнего Севера; в геополитической сфере – откроет доступ к мировым

трассам; в политической – укрепит позиции на мировой арене (таблица).

В то же время в рамках разработки стратегии развития Арктической зоны специалисты столкнулись с трудностями оценки эффекта от освоения заполярных территорий и арктических шельфов. Было отмечено, что шельфовые проекты невозможно оценить в рамках подходов, ориентированных на чистую коммерческую эффективность. По расчетам, прямой экономический эффект составит 8 трлн руб. к 2030 г., а косвенный социально-экономический – 1,1 трлн руб. [10].

Для освоения арктического шельфа, по мнению экспертов, потребуется до 2030 г. почти 8,5 трлн руб. В результате эффективность от задействования северных шельфов составит от 0,5 трлн до 1 трлн руб., в лучшем случае. Наиболее вероятно, что эти проекты выйдут на нулевую точку безубыточности [10]. Но ожидаемый мультипликативный эффект может выразиться в развитии собственной технологической базы для обеспечения проектов на шельфе, воплощении оригинальных конструкторских и инженерных решений в специальном оборудовании, создании высокопроизводительных рабочих мест, а также в повышении технологического уровня национальной экономики.

Безусловно, все это станет заметно не сразу. По данным Паспорта развития арктических территорий, срок окупаемости составит около 20–25 лет. В том случае, если инвестиции будут осуществлены в инфраструктурные проекты, тогда и внутренняя норма доходности шельфовых проектов составит 10–15%. Несмотря на это, правительство России не собирается отказываться от освоения Арктики [11].

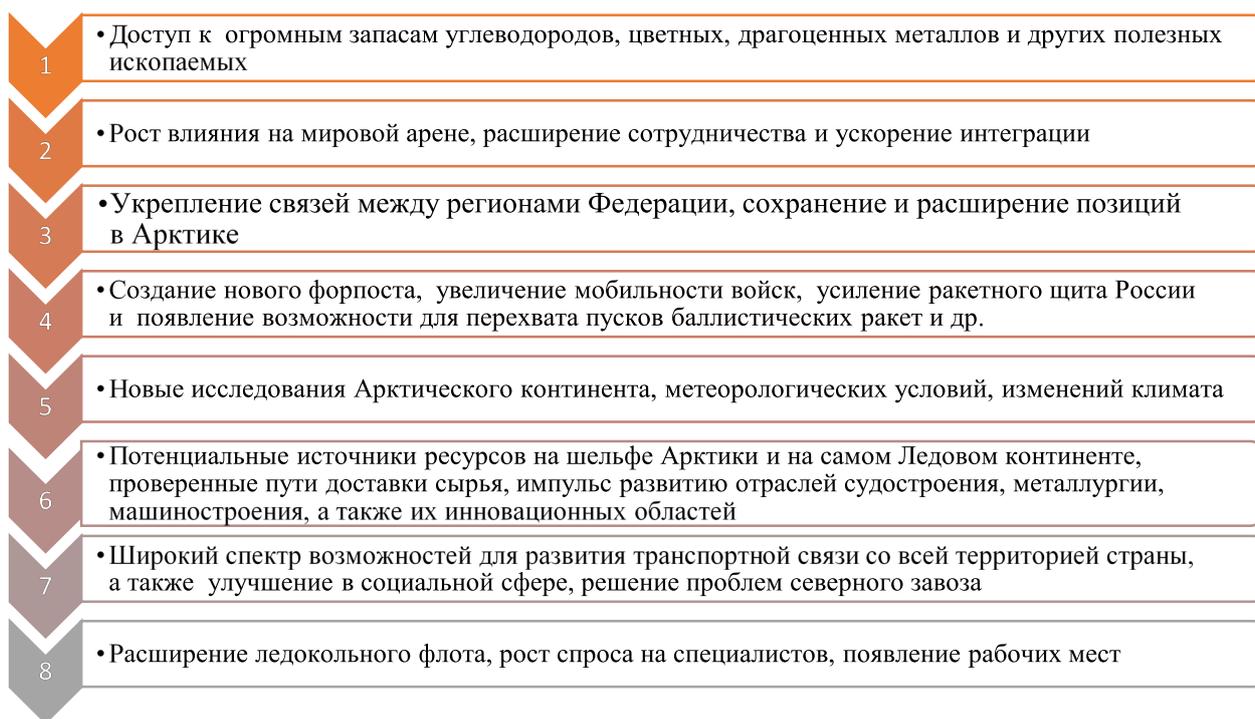
Таким образом, развитие Арктики и заполярных территорий несет следующие перспективы развития в разных областях (рисунок 9):

Вместе с тем эти перспективы сегодня помогают решать сложные задачи развития по обеспечению будущего развития Арктики. Создание арктического флота, научной базы,

Преимущества развития арктического шельфа для России

Преимущества	Пояснение
Увеличение доли на международном энергетическом рынке и увеличение собственных запасов нефти и газа	Арктика, имеющая 30% мировых неразведанных извлекаемых запасов газа и 13% запасов нефти, представляет собой сырьевой резерв для России. Доля запасов нефти на шельфе Российской Федерации приходится до 41%, что значительно больше доли других стран (например, вторая по величине доля у США – 28%) и 70% запасов газа (у США – 14%). На сегодняшний день обнаружено 60 новых крупных месторождений, из которых 43 принадлежат России, 11 – США, 6 – Канаде, 1 – Норвегии [8]
Увеличение ВВП России	По прогнозам ученых, развитие арктического шельфа произведет 20% ВВП Российской Федерации и составит 22% общероссийского экспорта
Развитие международного сотрудничества	Нынешняя сложившаяся геополитическая ситуация сдерживает международное сотрудничество с западными партнерами по освоению новых месторождений. Сейчас 40 стран являются участниками разработки Арктики. России готова сотрудничать и с восточными партнерами (Индия, Китай)
Возрождение промышленности	Сейчас начинается развитие отечественной промышленности в связи с геополитической ситуацией. Необходимо понимать, что объем ВВП во многом зависит от объема промышленности. Решительное изменение дел в промышленности к лучшему является безусловным императивом общего улучшения дел в стране, а также социально-политической обстановки в государстве
Развитие новой логистической системы	Расширение транспортной системы Российской Федерации способствует координации плана развития морского, железнодорожного, трубопроводного транспорта. Налаженная система обслуживания грузовладельцев, осуществляющих экспортно-импортные поставки через, например, морские порты Мурманской области, окажет положительное влияние на проект разработки арктического шельфа в целом
Развитие образования	Правительства этих регионов России заинтересованы в создании качественного кадрового обеспечения, «выращивании» специалистов для обеспечения арктического региона. Поэтому, например, в Мурманске успешно функционирует Мурманский арктический государственный университет. В рамках учебного процесса более 12 000 студентов, необходимых для реализации арктических проектов. В Норильске в ФГБОУ ВО «Норильский государственный индустриальный институт» ведется подготовка высококвалифицированных кадров для работы в этих сложных и тяжелых условиях
Увеличение рабочих мест	Модернизация портовой инфраструктуры, технологическое обеспечение ледоколов, строительство терминалов, необходимых для погрузки добываемых ресурсов, расширение транспортной сети и многое другое предоставят тысячи рабочих мест по всей стране. К примеру, на освоение Штокмановского ГКМ (Мурманская обл.), включая завод по производству сжиженного природного газа и портовый транспортно-технологический комплекс по его отгрузке, помимо всех затрат, будут предоставлены более 7000 рабочих мест

Источник: разработка автора на основе [2; 5; 6; 9; 10].



1. Экономика России

2. Международная политика

3. Геополитика

4. Военная оборона

5. Наука

6. Промышленность

7. Российский Север

8. Морской флот

Рисунок 9

Выявленные перспективы развития Арктики и заполярных территорий

человеческого капитала, инфраструктурного обеспечения требует огромных вложений. Ни одна страна в мире, даже самая развитая, не может самостоятельно освоить и профинансировать такой масштабный проект. Все это говорит о необходимости сотрудничества и взаимодействия с другими странами,

заинтересованными в мирном освоении арктических территорий, что, в свою очередь, требует снятия политических барьеров.

Развитие арктических и заполярных территорий России обеспечит энергетическую и экономическую безопасность нашего государства на ближайшие десятилетия.

Список литературы

1. Куркин К., Романюк Р. Покорение полюса двойного назначения // Электронный журнал «Эксперт Северо-Запад». №49-50 (691). URL: <http://expert.ru/northwest/2014/50/pokorenie-polyusa-dvojnogo-naznacheniya/> (дата обращения: 08.12.2016).
2. Официальный сайт ФГБУ «ААНИИ». URL: www.aari.nw.ru (дата обращения: 08.12.2016).

4. Официальный сайт Министерства транспорта РФ/Развитие транспортной системы России (2010–2015 гг.). URL: www.mintrans.ru (дата обращения: 08.12.2016).
3. Гибридные угрозы возникли в Арктике. Путин сегодня. Информационный портал. URL: www.putin-today.ru/archives/37756/ (дата обращения: 08.12.2016).
5. Пономарев В. Прорыв в Арктику // Электронный журнал «Эксперт». №25 (904). URL: <http://pro-arctic.ru/24/06/2014/press/9156> (дата обращения: 08.12.2016).
6. Истомин А., Павлов К., Селин В. Экономика Арктической зоны России // Общество и экономика. 2008. № 7. С. 158–172.
7. Стратегия развития Арктической зоны Российской Федерации и обеспечения национальной безопасности на период до 2020 года. URL: <http://legalacts.ru/doc/strategija-razvitija-arkticheskoi-zony-rossiiskoi-federatsii-i/> (дата обращения: 08.12.2016).
8. Лоскутова А. Куда держит путь Северный широтный ход. URL: www.nakanune.ru/articles/17994/ (дата обращения: 08.12.2016).
9. Федеральный закон от 30 ноября 1995 г. №187-ФЗ «О континентальном шельфе Российской Федерации» (с изменениями и дополнениями). URL: <http://base.garant.ru/10108686/> (дата обращения: 08.12.2016).
10. Мордюшенко О. В Арктике другие условия и поэтому более длительные периоды окупаемости проектов // Коммерсантъ. URL: <http://www.kommersant.ru/doc/2613737>. (дата обращения: 08.12.2016).
11. Лукаевич И. Я. Инвестиции: учебник. М.: Вузовский учебник: НИЦ Инфра-М, 2013. 413 с.

ИНВЕСТИРОВАНИЕ В ДЕТЕЙ: ПРОИЗВОДСТВО И ПРОИЗВОДИТЕЛЬНОСТЬ ЧЕЛОВЕЧЕСКОГО КАПИТАЛА

INVESTING IN CHILDREN: PRODUCTION AND PRODUCTIVITY OF HUMAN CAPITAL

УДК 332.1



СУДОВА Татьяна Леонидовна

профессор кафедры экономической теории и социальной политики Санкт-Петербургского государственного университета, доктор экономических наук, доцент, s_tl@mail.ru

SUDOVA, Tatjana Leonidovna

Professor at the Economic Theory and Social Policy Department of Saint Petersburg State University, Doctor of Economics, Associate Professor, s_tl@mail.ru



ТОРОСЯН Елена Константиновна

доцент кафедры экономики и стратегического менеджмента Санкт-Петербургского национального исследовательского университета информационных технологий, механики и оптики, кандидат экономических наук, etorosyan@mail.ru

TOROSYAN, Elena Konstantinovna

Associate Professor at the Economics and Strategic Management Department, the Saint-Petersburg National Research University of Informational Technologies, Mechanics and Optics, Candidate of Economic Sciences, etorosyan@mail.ru

Аннотация.

В статье рассмотрены некоторые аспекты формирования человеческого капитала детей в семье. Проанализированы особенности процесса инвестирования в человеческий капитал на уровне домохозяйств. Показана специфика принятия решений об инвестициях в детей. Рассмотрены факторы, определяющие готовность родителей инвестировать в человеческий капитал детей. Особое внимание уделено рассмотрению рыночных и нерыночных последствий инвестирования в человеческий капитал.

Ключевые слова: человеческий капитал, домохозяйство, инвестиции в человеческий капитал, инвестиции в детей, нерыночные эффекты, образование, бедность.

Abstract.

The article deals with some aspects of human capital formation of children within the family. It analyses peculiarities of investment process in human capital at the household level. It demonstrates specifics of decision-making about investments in children. The determinants of the willingness of parents to invest in human capital of children are examined. Special attention is paid to consideration of market and nonmarket consequences of investments in human capital.

Key words: human capital, household, human capital investment, investment in children, nonmarket consequences of investments, education, poverty.

Основная форма инвестирования в человеческий капитал на уровне семьи (домохозяйства) – это инвестиции в детей. Центральная роль в накоплении человеческого капитала детей принадлежит родителям – в процесс инвестирования вовлекаются их деньги и время.

Дети не могут контролировать инвестиции в свой потенциальный человеческий капитал, поскольку решения принимают родители; поэтому необходимо изучение стимулов, предпочтений и возможностей родителей. Решения об инвестициях в детей сталкиваются с временными, бюджетными ограничениями и системой предпочтений родителей. Последняя формируется в течение жизни человека под влиянием совокупности факторов – от биологических инстинктов до общественного мнения, с учетом культурных, религиозных и других особенностей. Сформулировав теорию альтруистического поведения, Г. Беккер подробно описал взаимосвязь благосостояния детей и родителей [1]. Хотя рост благосостояния детей является выгодой для родителей, она должна быть сбалансирована с издержками достижения благосостояния в соответствии с принципом рационального поведения. Например, предполагается, что родители стремятся максимизировать благосостояние детей, не сокращая собственное потребление или время досуга. Когда издержки начинают принимать форму затрат времени или/и денег, стимулы

родителей инвестировать сокращаются, экономические агенты перераспределяют ресурсы в пользу более «доходных» видов деятельности.

Учет издержек и выгод «производства детей» определяет решения родителей о рождении детей и их поведение по отношению к имеющимся детям [1, с. 135]. Спрос на детей находится под влиянием как минимум двух эффектов. По мере роста доходов родителей последние стремятся к приобретению все большего количества желаемых благ, включая детей. Однако рост доходов, за редкими исключениями, возможен только в процессе занятости. Вместе с доходами и возможностями, связанными с занятостью, растут и издержки воспитания детей. Кроме того, возможности приобретения некоторых новых товаров и услуг, например, связанных с рекреационной деятельностью, вступают в конфликт со спросом на детей. Дети желанны, но есть также изысканная еда и одежда, отдых на экзотических островах и необыкновенные автомобили. Некоторые люди приходят к заключению, что издержки производства детей слишком велики, а привлекательность слишком низка, и поэтому они выбирают бездетность.

Рассмотрим ситуацию, когда люди имеют и, будем предполагать, хотят иметь детей. Эти родители будут инвестировать в человеческий капитал своих детей, пока выгоды будут превышать издержки, т. е. вести себя как рацио-

нальные экономические агенты. Их инвестиционные решения будут определяться рядом факторов. Так, можно ожидать роста вложений в расчете на одного ребенка, когда родители имеют более высокие уровни образования и дохода, предполагают долгосрочные связи со своими детьми, имеют меньшее количество детей и не подвергаются дискриминации (обзор факторов, влияющих на накопление человеческого капитала, приведен в статье Р. Хэймана и Б. Вольф [2]).

Родители сталкиваются с финансовыми ограничениями инвестиций в детей, когда семья имеет низкие доходы, а финансирование образования преимущественно частное. Больше

количество доступных финансовых ресурсов способствует не только возможностям получения качественного образования, но и разнообразным возможностям культурного развития, которые также вносят свой вклад в накопление человеческого капитала. При этом очень важен образовательный уровень родителей, поскольку родители с более высоким уровнем образования в большей степени способны оценить, вдохновить и подготовить своих детей к получению формального образования, то есть обеспечить межгенерационную мобильность образовательных достижений. Эта идея Г. Беккера, высказанная в середине XX в. [1], находит подтверждение и сейчас (таблица 1).

Таблица 1

Межгенерационная мобильность образовательных достижений* [3, с. 85–87]

Страна	Неполное среднее образование родителей			Высшее образование родителей		
	Образование детей			Образование детей		
	Начальное и неполное среднее	Среднее общее и профессиональное	Высшее	Начальное и неполное среднее	Среднее общее и профессиональное	Высшее
Австралия	18	48	33	7	36	57
Австрия	7	74	16	5	59	37
Германия	5	69	37	6	39	55
Россия	6	23	70	2	12	86
Сингапур	4	28	67	н/д	6	92
США	6	61	33	3	36	61
Финляндия	6	46	48	3	28	68
Чехия	6	77	17	3	35	62
Южная Корея	1	38	60	–	18	82
Япония	8	48	44	4	21	65
В среднем	10	51	39	5	28	67

* В таблице представлены данные о распределении возрастной группы от 25 до 44 лет в соответствии с уровнем полученного образования. Например, в России дети родителей с начальным/неполным средним образованием получили: начальное образование – 6%, среднее и среднее специальное – 23%, высшее – 70%.

Приведенные данные в таблице 1 позволяют сделать вывод о влиянии уровня образования родителей на достижения детей: дети стремятся подняться как минимум на одну ступень (в случае невысокого уровня образования родителей) и «подтягиваются» к высокому уровню образования родителей. Нагляднее показано на рисунке 1.

В первом случае количество получивших высшее образование оказывается меньше тех, кто предпочел получить среднее и профессиональное образование. Как обычно, есть исключения: в России и Южной Корее этот показатель гораздо выше среднего. Очевидно, объяснение надо искать в исторически сложившейся «статусности» высшего образования, восприятию его как социального лифта.

Следующий интересный момент – продолжительность отношений родителей и детей. Родители, как правило, будут расположены инвестировать больше в тех детей, с которыми они намерены сохранять продолжительные взаимоотношения, поскольку они будут получать выгоды успеха детей и принимать расходы, связанные с неудачами. Такое влияние особо важно в менее развитых странах, где взрослые дети живут совместно с родителями и являются источником поддержки последних. Напротив, данные связи могут ослабевать как в индустриальном обществе, так и в постиндустриальном с его высокой мобильностью всех поколений. Перспектива развода родителей, непрочные семейные связи поколений внутри семьи также могут сокращать контакты родителей и детей.

Количество детей в семье определяет размер инвестиций на одного ребенка. Кроме того, ценность достижений одного ребенка имеет тенденцию к сокращению по мере роста числа детей в семье, так что данный размер инвестиций приносит родителям все меньшую отдачу. В соответствии с законом убывающей предельной полезности, потребление дополнительных единиц блага приносит все меньшее удовольствие. Случай с детьми не является исключением. Человеческий капитал, инвестированный в каждого ребенка, и, соответственно, доходы этого ребенка обратно пропорциональны количеству

детей в семье, что подтверждается многими исследованиями [5]. Наконец, родители, дискриминированные по любому признаку, (пол, национальность, вероисповедание), предполагают невысокую отдачу от инвестиций в человеческий капитал своих детей, следовательно, совершают меньшие инвестиции.

Инвестиции в детей имеют важное значение для межгенерационной мобильности. Наследуемое благосостояние может повлиять на неравенство будущих поколений. Уровень жизни семьи, влияя на образовательные достижения, влияет и на будущие доходы детей. В модели межгенерационной передачи благосостояния семьи поведение родителей рассматривается как альтруистическое [4; 5]; родители заботятся как о текущем потреблении детей, так и об их будущих доходах. Родители максимизируют функцию полезности, связывающую поколения, в которой полезность зависит от количества детей и дохода семьи.

В модели конкурентного рынка капитала альтруисты-родители совершают займы для максимизации чистого дохода своих детей. Они расходуют деньги на формирование человеческого капитала своих детей с тем, чтобы уравнивать предельную норму отдачи от инвестиций в человеческий капитал и ставку процента. Поскольку родители могут брать займы для финансирования образования своих детей, а долг может быть переложено на детей, постольку величина доходов родителей не оказывает непосредственного влияния на расходы на образование.

Различия в образовательных инвестициях в детей внутри одной семьи могут быть объяснены различиями в ожидаемой отдаче от каждого ребенка (в соответствии со способностями). Будучи заинтересованы в максимизации благосостояния всей семьи, родители используют наследство (или трансферты) для уравнивания доходов детей.

На несовершенных рынках капитала родители могут оказаться не в состоянии получить займы для образовательных инвестиций. Они могут оказаться вынуждены сократить свое потребление, ликвидировать (или сократить) некоторые запасы или выбирать между детьми [6]. В крайнем случае, в обществах с ограничен-

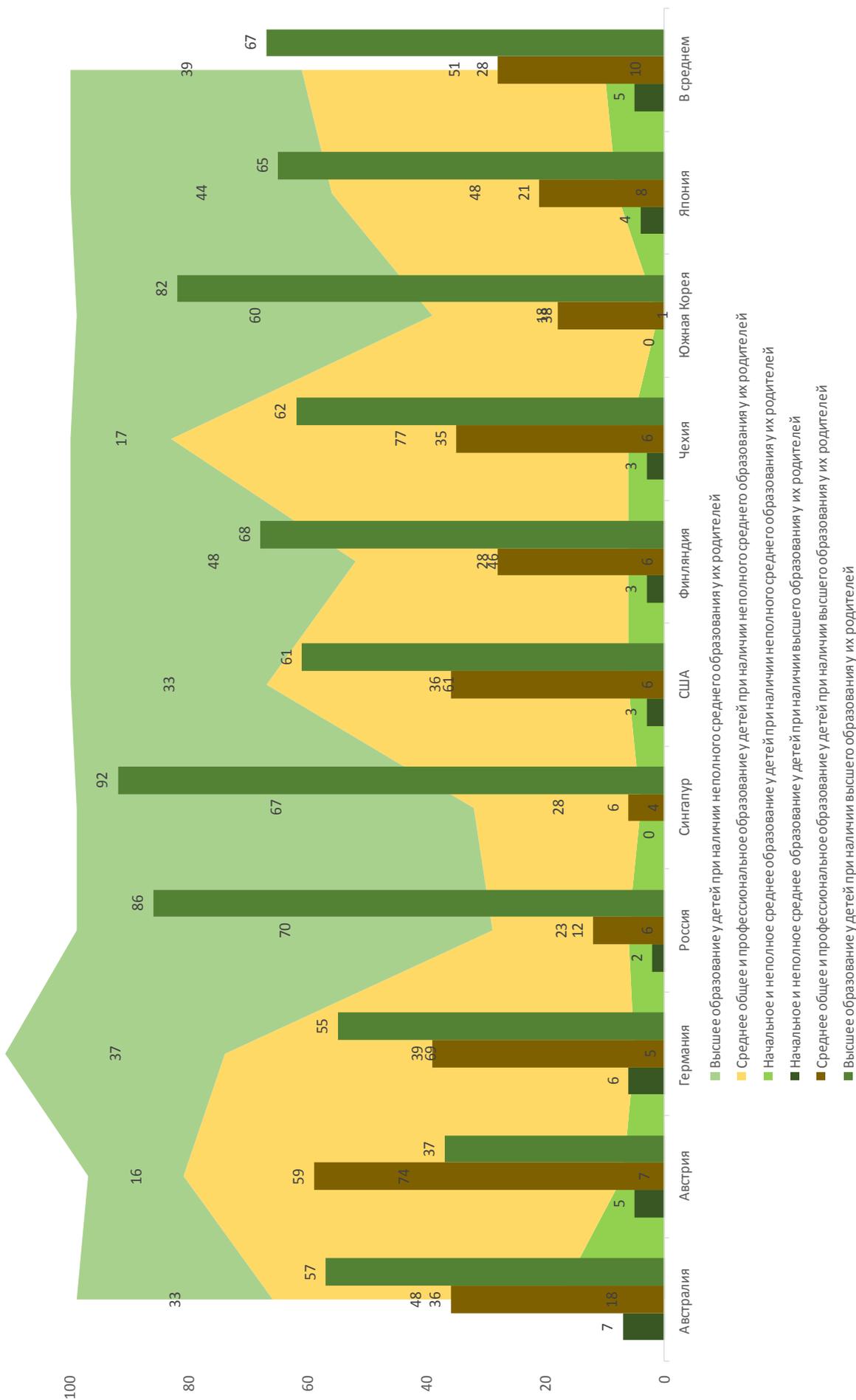


Рисунок 1
Межпоколенческая мобильность образовательных достижений по странам, %

ной мобильностью или при условии дефицита ресурсов родители могут инвестировать в того ребенка, чей успех наиболее вероятен. Таким образом, если ресурсы родителей ограничены, а рынки капиталов несовершенны, расходы на детей будут зависеть не только от доли имущества, приходящейся на каждого ребенка, или государственных расходов, но также и от доходов родителей, их щедрости по отношению к своим детям (или какому-либо из них), а также неопределенности и везения, связанных с детьми. Следует отметить, что доходы родителей, в свою очередь, были определены доходами предшествующего поколения, государственными и частными инвестициями в человеческий капитал в прошлом или даже удачей.

Прямые издержки получения образования для домохозяйств включают: официальные сборы государства, например, плата за обучение или за экзамены; платежи, устанавлива-

емые школами, например, регистрационные сборы, на содержание школ и подобные; неофициальные сборы, включая «неформальные» выплаты учителям; расходы на форму и оборудование; местные платежи, например, на строительство школ. Платежи домохозяйств, таким образом, заполняют разрыв между государственным финансированием и потребностями.

В России мобилизация частных средств в систему образования наталкивается на серьезное ограничение – низкие доходы значительной части российских семей. Доля малоимущих (а честнее – бедных) домохозяйств с детьми достаточно высока при слабой тенденции к сокращению (рисунок 2), в домашних хозяйствах со среднедушевыми денежными доходами ниже величины прожиточного минимума проживает чуть меньше 20% общей численности детей до 16 (18) лет [7].

Таблица 2

Государственные и частные расходы на образование, страны мира (в процентах от общих расходов)* [3, с. 217]

Страна	Начальное и среднее образование		Высшее образование	
	Государство	Домохозяйства	Государство	Домохозяйства
Австралия	82	16	42	42
Австрия	96	3	95	3
Германия	87	13	86	14
Россия	96	3	85	10
США	92	8	68	24
Финляндия	99	1	98	0
Чехия	91	7	87	8
Южная Корея	84	14	64	26
Япония	93	5	72	21
В среднем	91	7	84	12

* Сумма расходов может быть меньше 100%, так как не учтены все источники частных инвестиций.

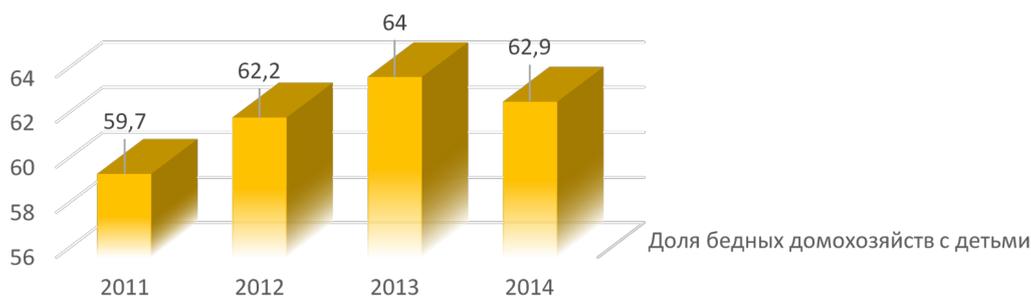


Рисунок 2

Доля малоимущих домашних хозяйств с детьми в возрасте до 16 (18) лет в общей численности малоимущих домашних хозяйств, % [7]

У домохозяйств не хватает денег на удовлетворение первичных потребностей: около 5 млн россиян получают зарплату ниже МРОТ [8] и испытывают дефицит доходов (таблица 3).

Конституционный принцип доступности (бесплатности) образования на деле имеет ограниченное количество адекватных механизмов реализации. Определяющее значение имеет равенство доступа к образованию для различных социальных слоев и территориальных групп населения. На преодоление барьера между школой и вузом уходят значительные средства. Частично этот разрыв может быть преодолен с помощью образовательных кредитов.

ФЗ № 273 «Об образовании» дает право на кредиты с господдержкой учащимся всех российских университетов (ст. 104) [9]. По данным на январь 2017 г., соответствующие договоры заключили 166 университетов из 1500 [10].

Образовательные кредиты популярны в развитых странах; они предоставляются на привлекательных для домохозяйств условиях. Например, в Великобритании на получение образования можно взять займы от 4,5 до 9 тыс. фунтов стерлингов и возвращать ежемесячно (в зависимости от уровня дохода – от 30 до 67,5 фунтов стерлингов). Если годовой доход заемщика ниже 21 тыс. фунтов стерлингов в год, то выплаты приостанавливаются [10]. Степень риска в этом виде кредитования доста-

точно высока (чем обеспечен кредит?), однако положительных моментов много. Выпускник более ответственно относится к выбору места учебы, профессии, места работы; образованию возвращается функция социального лифта.

В России процентная ставка по образовательному кредиту с государственным участием составляет 7,62% годовых, в потребительском кредитном портфеле Сбербанка образовательные кредиты составляли в 2016 г. 0,003% [11]. В январе 2017 г. Сбербанк приостановил выдачу льготных кредитов на образование из-за оптимизации Минобрнауки соответствующей государственной программы. Однако предполагается возобновление предоставления займов к началу нового учебного года [12].

Использование выражения «инвестиции в детей» предполагает, что анализ проводится в терминах затрат и отдачи. Исследования в этом направлении обычно концентрируются на аспекте приобретаемых в детстве знаний и опыта, которые имеют измеримые последствия в период зрелости. Общая концепция инвестирования предполагает сопоставление издержек и выгод (обычно дисконтированных). Применительно к инвестициям в детей концепция нуждается в некоторой модификации.

Во-первых, расходы индивида на увеличение текущего благосостояния обычно рассматриваются как потребление, а не инвестиции. Следует ли рассматривать тот же процесс как инвестиции, если реципиентом является ребенок? Вероятнее всего, следует. Поскольку в

Таблица 3

Дефицит доходов домашних хозяйств с детьми в возрасте до 16(18) лет [7]

Показатель	2011	2012	2013	2014
Дефицит доходов домашних хозяйств с детьми в возрасте до 16 (18) лет, в среднем на члена домохозяйства, руб.	1768,0	1738,5	1955,3	2196,1
Из них, имеющих:				
одного ребенка	1625,4	1592,6	1804,0	1986,4
двух детей	1775,4	1756,1	1905,6	2213,9
трех и более детей	2225,6	2143,2	2441,9	2664,4

данном случае принимающий решение и получатель (реципиент) являются разными людьми, полезно было бы пользоваться терминами затрат (для первого) и отдачи (роста благосостояния второго). Практически нет исследований (или сообщений о них), касающихся того, что делает ребенка счастливым или несчастным: внимание обычно сосредоточено на выгодах, приобретаемых в зрелом возрасте.

Во-вторых, неявен состав издержек, в частности, включение в них затрат времени. По данным Госкомстата, средняя российская семья тратит на уход и занятия с детьми в возрасте 0–15 лет 1 ч 33 мин в день (женщины – 2 ч 12 мин, мужчины – 39 мин) [7]. Занятия с детьми могут как мешать занятости родителей, так и быть источником родительского удовольствия. Даже для одного и того же человека затраты времени на детей могут варьироваться (от великого удовольствия до столь же великого раздражения и осознания упущенных возможностей в более ценной деятельности).

В экономической теории затраты времени на детей обычно рассматриваются как альтернативные издержки, связанные с упущенным заработком. Такое рассмотрение не имеет смысла, если затраты времени на ребенка увеличивают полезность семьи и родителей. Цель получения дохода – создание (производство) полезности. Если затраты времени на ребенка

приносят больше полезности, чем расходование предполагаемого (упущенного) заработка, то такие затраты являются чистой выгодой, а не издержками.

Инвестируя в образование как основную форму накопления человеческого капитала, домохозяйства получают значительную часть выгод, не связанных с рыночной деятельностью. Попытка оценить нерыночные эффекты образования предпринята в ряде публикаций [13–15]. Список нерыночных эффектов образования довольно длинный и включает в себя следующие положительные зависимости:

- между школьным образованием родителей и детей;
- между образованием и статусом здоровья;
- между образованием и эффективностью выбора, например, потребительского, при этом эффективность вносит в благосостояние вклад, аналогичный росту денежного дохода;
- между образованием и регулированием рождаемости;
- между образованием и социальным капиталом сообщества.

Образовательный уровень каждого следующего поколения, как отмечалось выше, тесно связан с уровнем образования предшествующих. Дети тех, кто имеет высшее образование, получают образование такого же уровня с большей вероятностью, чем дети менее образованных родителей (см. таблицу 1).

Как правило, такие дети демонстрируют более высокий уровень познавательных способностей. Имеются подтверждения, что жизнь в сообществах с высоким уровнем образования молодежи увеличивает вероятность того, что дети, живущие в этих сообществах, закончат среднюю школу. Имеется также связь между образованием дедушек и бабушек и образованием внуков [16].

Повышение уровня образования родителей ведет к улучшению состояния здоровья как детей (снижение смертности, вакцинация и т. д.), так и самих родителей (выбор места жительства с низким уровнем загрязнения, информация или навыки приобретения информации, важной для здоровья, отсутствие вредных привычек, соответствующее использование медицинских услуг). Один год образования матери на 9% сокращает уровень детской смертности в возрасте до 5 лет, а дети более образованных матерей, при прочих равных условиях, обычно здоровее [17; 19]. Улучшение здоровья может иметь следствием улучшение успеваемости. Хотя доля выгод хорошего здоровья выражается в более высоких доходах от рыночной деятельности, основная масса выгод лежит вне рыночной сферы: сокращение заболеваемости и снижение смертности, более низкие расходы на медицинское обслуживание, сокращение времени лечения болезней. Некоторые из этих выгод имеют черты экстерналий: от нераспространения заразных болезней до увеличения благосостояния тех людей, в чью функцию полезности входит здоровье других.

В некоторых исследованиях отмечено влияние образования одного супруга на здоровье другого; связанная выгода – развитие здоровых привычек. Хотя экономисты не проявляют особой решительности в установлении причинно-следственной связи, в некоторых исследованиях предполагается, что люди с более высоким образованием проявляют меньше склонности к курению. Дополнительный год обучения сокращает ежедневное потребление сигарет у мужчин и женщин. Более образованные люди более склонны заниматься и физическими упражнениями [18].

Большинство исследований влияния образования одного поколения на человеческий

капитал и выбор последующего поколения в этой области сосредоточены на влиянии образования родителей на уровень образовательных достижений детей. Определены два канала такого влияния: прямое (вмешательство в выбор и инвестиции родителей) и не прямое (влияние уровня образования родителей на качество человеческого и социального капитала той среды, в которой растут дети). Нерыночные эффекты дополнительных лет образования можно представить в виде таблицы 4.

Чтобы превратить нерыночные выгоды образования в руководство по принятию решений о размещении ресурсов в него, полезно оценить эти выгоды. В 1980-е гг. была разработана методика оценки предельной выгоды образования [13], в которой используются связи между образованием и рыночными затратами (расходы на нужды сообщества, посещение врача, платные образовательные услуги) при производстве нерыночных результатов (здоровье, достижения детей, эффективность потребительского поведения и т. д.). Когда такие данные отсутствуют, в качестве показателя затрат используется уровень дохода в предположении, что этот доход будет расходоваться для производства результатов до тех пор, пока предельный продукт в расчете на денежную единицу не сравняется с предельными затратами (включая образование).

Рассмотрим для иллюстрации метода модель, учитывающую какое-либо одно нерыночное благо. В модели делается стандартное допущение, что индивиды и домохозяйства эффективно сочетают образование с другими рыночными затратами для получения нерыночных результатов. Эффективный производитель стремится уравнивать предельные значения затрат и результатов. Это соотношение (1) выполняется и при производстве нерыночных благ, т. е.

$$\frac{MP_{SCH}}{P_{SCH}} = \frac{MP_X}{P_X}, \quad (1)$$

где MP_{SCH} – предельный продукт образования при производстве нерыночных благ;

MP_X – предельный продукт любого ресурса X по рыночной цене P_X ;

Таблица 4

Нерыночные эффекты дополнительного образования [13, с. 401]

Результат	Ценность или влияние
Познавательные способности детей	\$860–\$5,175 ежегодного дохода семьи – за дополнительный год образования; £1166–£1727 годового дохода – за год профессионального образования матери; \$4008 годового дохода семьи – за дополнительные 4,8 лет образования деда
Эффективность потребительского выбора	Сбережение примерно \$5,50 при покупке одной пары очков на каждый дополнительный год обучения; \$290 дохода домохозяйства за каждый дополнительный год обучения
Здоровье	Рост активов домохозяйства на \$8,950 за каждый дополнительный год; сокращение употребления сигарет в день (до 1,6 для мужчин, 1,1 для женщин); увеличение количества физических упражнений на 17 мин еженедельно; риск смерти от сердечных заболеваний для получивших образование ниже среднего по сравнению с имеющими среднее образование и выше: 1,85 (1,25) (1,37) для муж. 45–64 (65–74) (жен. 65–74)
Сокращение криминальной активности	Сокращение среднедушевых расходов на полицию в сообществе на \$170
Благотворительность	\$51 мужчины, \$30 женщины ежегодно

P_{SCH} – полная цена или желание заплатить за дополнительное обучение при производстве нерыночного блага. В результате преобразований можно получить формулу расчета полной цены дополнительного обучения для производства нерыночных благ (2):

$$P_{SCH} = \frac{MP_{SCH}}{MP_X} P_X. \quad (2)$$

Если предельный продукт образования и другого ресурса равны, то полное желание платить за дополнительное образование (его полная цена) будет равна цене любого другого ресурса. Увеличение ценности результатов образования увеличивает его цену по сравнению с другими ресурсами.

Таким образом, инвестирование в потенциальный человеческий капитал детей, будучи основной формой инвестирования на уровне семьи, связано с затратами денег и времени родителей. Соответственно, определяющими являются

именно их решения. При такой специфике инвестиций в человеческий капитал на уровне семьи сохраняются общие закономерности, а именно сопоставление ожидаемых издержек и выгод инвестирования. Человеческие эмоции, отношения внутри семьи с трудом поддаются формализации, поэтому будут учитываться как денежная, так и особенно неденежная формы издержек и выгод.

На инвестиционные решения влияют образовательный уровень и социальное положение родителей и предшествующих поколений, количество детей, продолжительность отношений и т. д.; поведение родителей рассматривается как альтруистическое.

Решения об инвестициях принимаются на микроуровне, однако во внимание обязательно принимаются макроэкономические риски: политическая и экономическая стабильность, образовательная политика государства, распределение ответственности. Значительная масса выгод от инвестиций в будущий человеческий капитал детей лежит вне рыночной сферы.

Список литературы

1. Gary S. Becker, A. Treatise of the Family, enl. ed. (Cambridge, MA: Harvard University Press, 1991).
2. Haveman R., Wolfe B. The Determinants of Children's Attainments: A Review of Methods and Findings // Journal of Economic Literature. Vol. 33. December 1995. P. 1829–1878.
3. OECD (2016) Education at a Glance 2016: OECD Indicators, OECD Publishing, Paris. URL: <http://dx.doi.org/10.187/eag-2016-en> (дата обращения: 01.03.2017).
4. Becker G. S. A Theory of Social Interactions Journal of Political Economy 82 (6). 1974. P. 1063–1093.
5. Becker, Gary S., and Nigel T. Human Capital and the Rise and Fall of Families // Journal of Labor Economics 4. 1986. N 4. Jul. P. 1–39.
6. Behrman Pollak Taubman The Wealth Model: Efficiency of Education and Distribution in the Family // University of Pennsylvania, Philadelphia. U.S.A., 1992.
7. Семья, материнство и детство. URL: http://www.gks.ru/wps/wcm/connect/rosstat_main/rosstat/ru/statistics/population/motherhood/ (дата обращения: 28.02.2017).
8. РИА новости. Россия сегодня. URL: <https://ria.ru/society/20170112/1485549826.html> (дата обращения: 27.02.2017).
9. Федеральный закон от 29.12.2012 № 273-ФЗ (ред. от 03.07.2016, с изм. от 19.12.2016) «Об образовании в Российской Федерации» (с изм. и доп., вступ. в силу с 01.01.2017). URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_140174/ (дата обращения: 26.02.2017).
10. Фоменко В. Я б в кредит купил диплом: пусть меня научат! 10 июня 2016. URL: <http://rusplt.ru/society/obrazovatelnyiy-kredit-26026.html> (дата обращения: 01.03.2017).
11. Студент в кредит // Коммерсант. 2016. 19.09. URL: http://www.kommersant.ru/doc/3083078?utm_source=kommersant&utm_medium=doc&utm_campaign=vrez (дата обращения: 27.02.2017).
12. РБК. URL: <http://www.rbc.ru/finances/16/01/2017/587c605a9a794782ceebe9c6en> (дата обращения: 01.03.2017).
13. Haveman R. H., Wolfe B. Schooling and Economic Well-Being: The Role of Nonmarket Effects // Journal of Human Resources 19 (Summer). 1984. P. 378–407.
14. Michael R. T. Measuring Non-Monetary Benefits of Education: A Survey // Financing Education: Overcoming Inefficiency and Inequity (eds. W. McMahon, T. Geske). Urbana: University of Illinois Press, 1982.
15. The Social Benefits of Education / Behrman J. R., Stacey N., eds. Ann Arbor: University of Michigan Press, 1997.
16. Blau D. Effect of Income on Child Development, Review of Economics and Statistics. 1999. 81: 2 (May). P. 261–276.
17. Poverty Reduction and the World Bank. Progress and Challenges in the 1990-th. Washington. 1996.
18. Kenkel D. Health Behavior, Health Knowledge, and Schooling // Journal of Political Economy 99(2). 1991. P. 287–305.

РАЗВИТИЕ МЕТОДОВ ОЦЕНКИ ИНВЕСТИЦИОННЫХ ПРОЕКТОВ В НЕФТЯНОМ КОМПЛЕКСЕ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ С ПРИМЕНЕНИЕМ МОДЕЛЕЙ ОЦЕНКИ СТОИМОСТИ РЕАЛЬНЫХ ОПЦИОНОВ

METHODS ESTIMATION DEVELOPMENT OF INVESTMENT
PROJECTS IN THE OIL COMPLEX OF THE RUSSIAN FEDERATION
WITH THE VALUE REAL OPTIONS ESTIMATION MODELS
APPLICATION

УДК 330.322.01



ГАНИЕВА Мария Кудратуловна

аспирантка Санкт-Петербургского государственного экономического университета, mariya_ganieva@mail.ru

GANIEVA, Maria Kudratuloevna

Post-graduate student of the Saint-Petersburg State University of Economics, mariya_ganieva@mail.ru

Аннотация.

В статье рассмотрены основные подходы, используемые для оценки инвестиционных проектов с применением модели оценки стоимости реальных опционов. Выделены ключевые факторы, влияющие на ценность активов, и основные типы реальных опционов по нефтяным проектам. Предложена методика оценки инвестиционных проектов в нефтяном комплексе РФ с применением моделей оценки стоимости реальных опционов, основанные на модели Блэка–Шоулза и модели биномиального дерева Кокса–Росса–Рубинштейна. Определены основные направления их совершенствования.

Ключевые слова: нефтяной комплекс, реальные опционы, нечеткие множества, биномиальное дерево, модель Блэка–Шоулза, модель Кокса–Росса–Рубинштейна.

Abstract.

The article considers the main approaches used to evaluate investment projects using the real value options valuation model. Key factors influencing the value of assets and the main types of real options for oil projects are identified. A methodology for estimating investment projects in the Russian oil sector using real value options valuation models based on the Black-Scholes model and the Cox-Ross-Rubinstein binomial tree model is proposed. The main directions of their improvement are determined.

Key words: *oil complex, real options, fuzzy sets, binominal tree, Black-Scholes model, Cox-Ross-Rubinshtein model.*

Особенностями функционирования компаний нефтяного комплекса РФ является то, что в качестве их основного актива рассматриваются месторождения, которые не только различаются по степени освоенности, но и имеют высокий уровень зависимости от природных условий, вероятностный характер технико-экономических параметров разработки, требуют технологической непрерывности производственного процесса, специфическую инфраструктуру, связанную с высокой капиталоемкостью и продолжительностью реализации инвестиционных проектов (10–20 лет) [1].

ПАО «НК «Роснефть» – лидер российской нефтегазовой отрасли, который признает всю полноту экономической, социальной, экологической ответственности, возникающую при реализации инвестиционных проектов компании как в части промышленной безопасности, так и защиты окружающей среды. Также ПАО «НК «Роснефть» руководствуется требованиями российского законодательства и нормами международного права при ведении своего портфеля проектов.

ПАО «НК «Роснефть» определяет следующие операционные сегменты своей деятельности [2]:

- разведка и добыча;
- переработка, коммерция и логистика;
- корпоративная и прочие деятельности.

Результаты работы сегментов, отвечающих за основные направления деятельности, регулярно анализируются руководством ПАО «НК «Роснефть».

В статье анализируется сегмент «Разведка и добыча», в котором аккумулирована информация о доходах и затратах на разведку и добычу нефти и природного газа (таблица 1). Остальные сегменты «Переработка, коммерция и логистика» и «Корпоративная и прочие деятельности» не являются предметом для данной статьи и не включены в таблицу 1.

Существуют следующие ключевые допущения, используемые при расчете ценности от использования активов ПАО «НК «Роснефть», изменение которых серьезно корректирует величину дисконтированных денежных потоков (рисунок 1).

Автор согласен с мнением Е. М. Роговой, А. И. Ярыгина, что оценка инвестиционных проектов методом реальных опционов опирается на предположение о том, что инвестиционная возможность может быть рассмотрена как эквивалент финансового опциона, то есть компания имеет право, а не обязательство создавать или приобретать

Таблица 1
Показатели сегмента разведки и добычи ПАО «НК «Роснефть» за 2000–2016 гг. [2]

Показатели сегмента разведки и добычи	Итого затраты													Результаты деятельности по добыче нефти и газа
	Чистые капитализированные затраты, связанные с добычей нефти и газа	Затраты на приобретение активов, относящихся к локальным запасам нефти и газа	Затраты на приобретение активов, относящихся к не локализованным запасам нефти и газа	Затраты на геологоразведочные работы	Затраты на разработку	Итого затраты	Выручка от реализации нефти и газа	Затраты на добычу (не включая налоги)	Затраты, связанные с разведкой запасов нефти и газа	Износ, истощение и амортизация	Налоги, кроме налога на прибыль	Налог на прибыль	Результаты деятельности по добыче нефти и газа	
2000	млн долл.	3718	–	–	37	548	4304	1405	331	37	206	188	176	494
2001	млн долл.	3948	–	–	44	348	4341	937	317	44	259	193	179	262
2002	млн долл.	4275	10	–	7	433	4725	1395	353	7	282	450	84	543
2003	млн долл.	3181	413	286	18	725	4623	1714	355	18	246	802	119	307
2004	млн долл.	16338	8422	1045	51	725	26581	2735	586	51	307	1272	179	470
2005	млн долл.	20939	3475	341	194	1752	26701	9912	1303	164	1426	4735	1274	4533
2006	млн долл.	32959	8392	2350	193	2795	46689	10907	1632	193	1420	6636	1384	4683
2007	млн долл.	39931	4825	287	162	4624	49829	29902	2638	162	2828	9772	2173	8522
2008	млн долл.	43928	246	264	248	6405	51091	36102	1976	248	3060	13261	1779	13805
2009	млн долл.	46329	–	96	325	5422	52172	24820	1869	325	3318	6867	1029	9394
2010	млрд руб.	1643	–	4	14	188	1849	947	69	14	176	286	57	307
2011	млрд руб.	1730	–	7	13	260	2010	1149	70	13	184	430	61	359
2012	млрд руб.	1822	–	6	23	276	2127	1214	74	23	192	550	85	271
2013	млрд руб.	4300	2206	130	22	339	6997	1895	204	17	329	856	96	367
2014	млрд руб.	4345	28	15	27	379	4794	2154	257	19	383	1018	81	343
2015	млрд руб.	6382	4	8	16	506	534	2485	278	13	359	1139	120	476
2016	млрд руб.	7613	664	17	30	621	1332	2525	317	14	392	1073	131	498

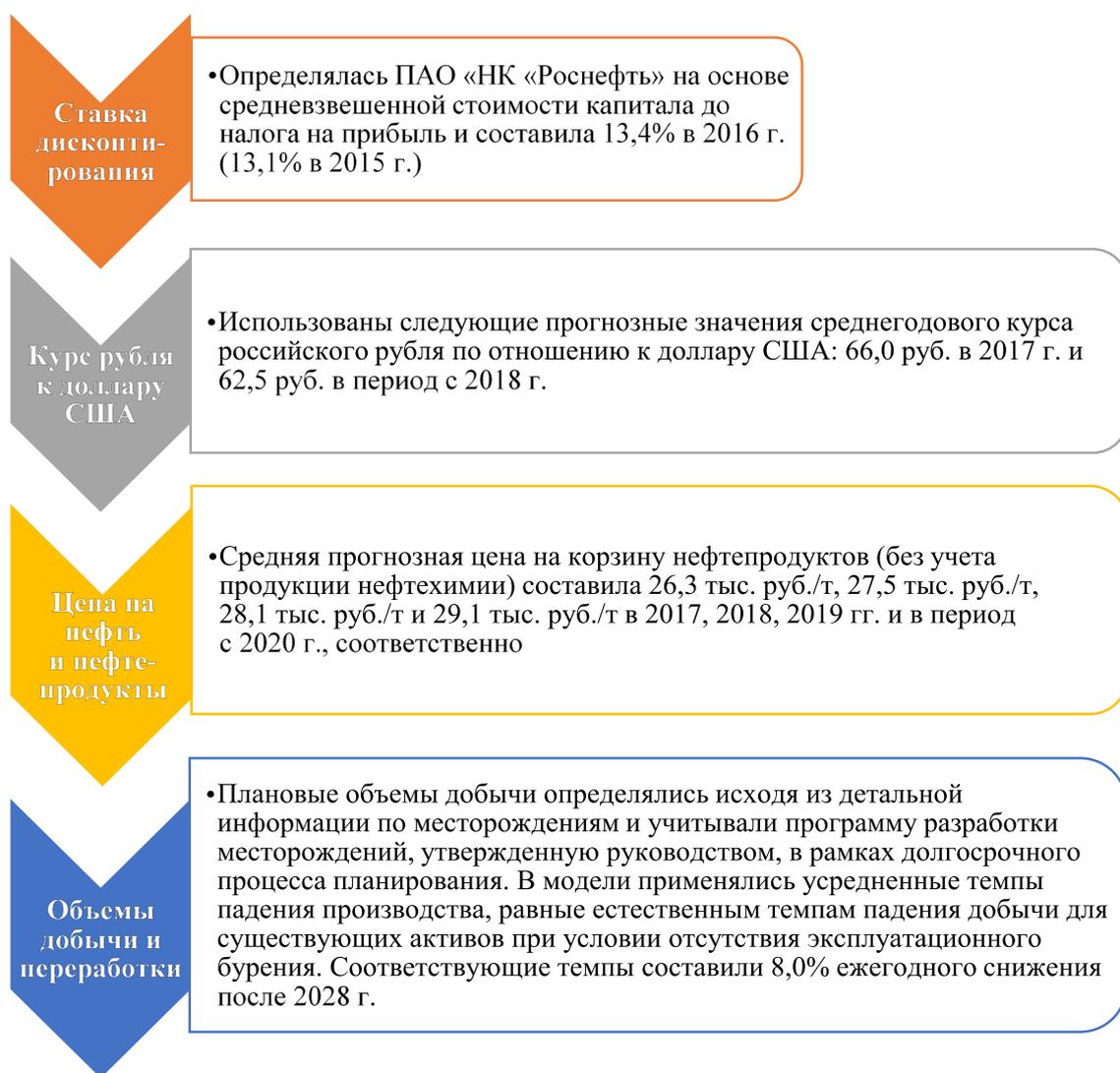


Рисунок 1

Ключевые факторы, влияющие на ценность активов по проектам ПАО «НК «Роснефть» [2; 3]

активы в течение определенного временного горизонта [4].

Модели оценки стоимости опционов можно разделить на две группы [3]: основанные на модели Блэка–Шоулза [5] и на основе модели биномиального дерева Кокса–Росса–Рубинштейна [6].

Адаптация модели Блэка–Шоулза к материальным объектам инвестирования (например, нефтяного месторождения) проявляется в трактовке и методах расчета соответствующих параметров модели (рисунок 2).

Например, ПАО «НК «Роснефть» ожидает достижение пика добычи Сузунского месторождения в 4,5 млн т/г. в 2017 г.

Задачами текущего этапа реализации проекта является строительство основных объектов инфраструктуры и ввод месторождения в разработку. Проведена актуализация лицензионных соглашений, продлен срок действия лицензии с 2020 до 2140 г. [2; 3].

По данным ПАО «НК «Роснефть», имеем следующие входные параметры для опционной модели (рисунок 2).



Рисунок 2

Исходные данные для опционной модели по проекту разработки Сузунского месторождения ПАО «НК «Роснефть»

Основываясь на этих данных, модель Блэка–Шоулза обеспечивает следующие значения для CALL-опциона, стоимость которого и стоит учитывать для оценки нефтяных проектов (рисунок 3).

Автору представляется важным дальнейшее развитие методов оценки инвестиционных проектов в нефтяном комплексе РФ с использованием модели оценки стоимости реальных опционов на основе алгоритма корректировки показателей экономической эффективности проекта на стоимость реального опциона с использованием взвешенного полиномиального оценивания опционов и аппарата нечетких множеств, предложенного Е. М. Роговой, А. И. Ярыгиным [4].

В. В. Климов в своей работе «Визуализация деревьев биномиальной модели оценки стоимости реальных опционов» предлагает усовершенствовать использование биномиальной модели, когда «графическое представление структуры дерева стоимости реального опциона является зеркально отраженным по отношению к представлению структуры дерева базового актива: конечные узлы дерева опциона расположены слева, непосредственно

рядом с конечными узлами дерева стоимости базового актива, которым они соответствуют, а узел искомой стоимости опциона находится справа» [7, с. 2].

Затем после построения структуры дерева стоимости реального опциона «выполняется расчет его узлов и определяется экономическая целесообразность исполнения опциона в каждом периоде для каждой из альтернатив, а сворачивание дерева стоимости реального опциона завершается в его конечном узле (рисунок 4), значение которого и является искомой стоимостью опциона» [7, с. 3].

В основе инвестиционной деятельности ПАО «НК «Роснефть» могут быть использованы следующие типы реальных опционов (рисунок 5).

Например, в работе [8] предлагается опционы на продолжение инвестиций рассматривать как проект, порождающий реальный опцион call на последующие проекты (кроме потоков денежных средств непосредственно от самого проекта), т. е. реализация проекта сегодня порождает благоприятные инвестиционные возможности на завтра (а это и есть опционный контракт).



Рисунок 3
 Результаты расчетов по опционной модели Блека–Шоулза проекта разработки Сузунского месторождения ПАО «НК «Роснефть»

	A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	K	L
22	Сu-премия европейского call-опциона при u	48,89				70,40		0,7				
23	Сd- премия европейского call-опциона при u	36,67		1,2	58,67			57,42				
24	г-безрисковая процентная ставка, доли %	0,134		48,89		52,80		0,3	47,85			
25	u-параметр увеличения стоимости базового актива		40,74	0,9	44,00			43,07		39,88		
26	d - параметр уменьшения стоимости базового актива	1,2		36,67		39,60			35,89			$C = \frac{p \cdot C_u + (1-p) \cdot C_d}{1+r}$
27	р	0,9			33,00			32,30				
28	1-p					29,70						
29	С-премия европейского call-опциона	40,74										
34			2016	2017	2018	2019	...	2019	2018	2017	2016	

Рисунок 4
Результаты расчетов на основе модели биномиального дерева Кокса–Росса–Рубинштейна проекта разработки Сузунского месторождения ПАО «НК «Роснефть»



Рисунок 5
Основные типы реальных опционов по проекту разработки Сузунского месторождения ПАО «НК «Роснефть»

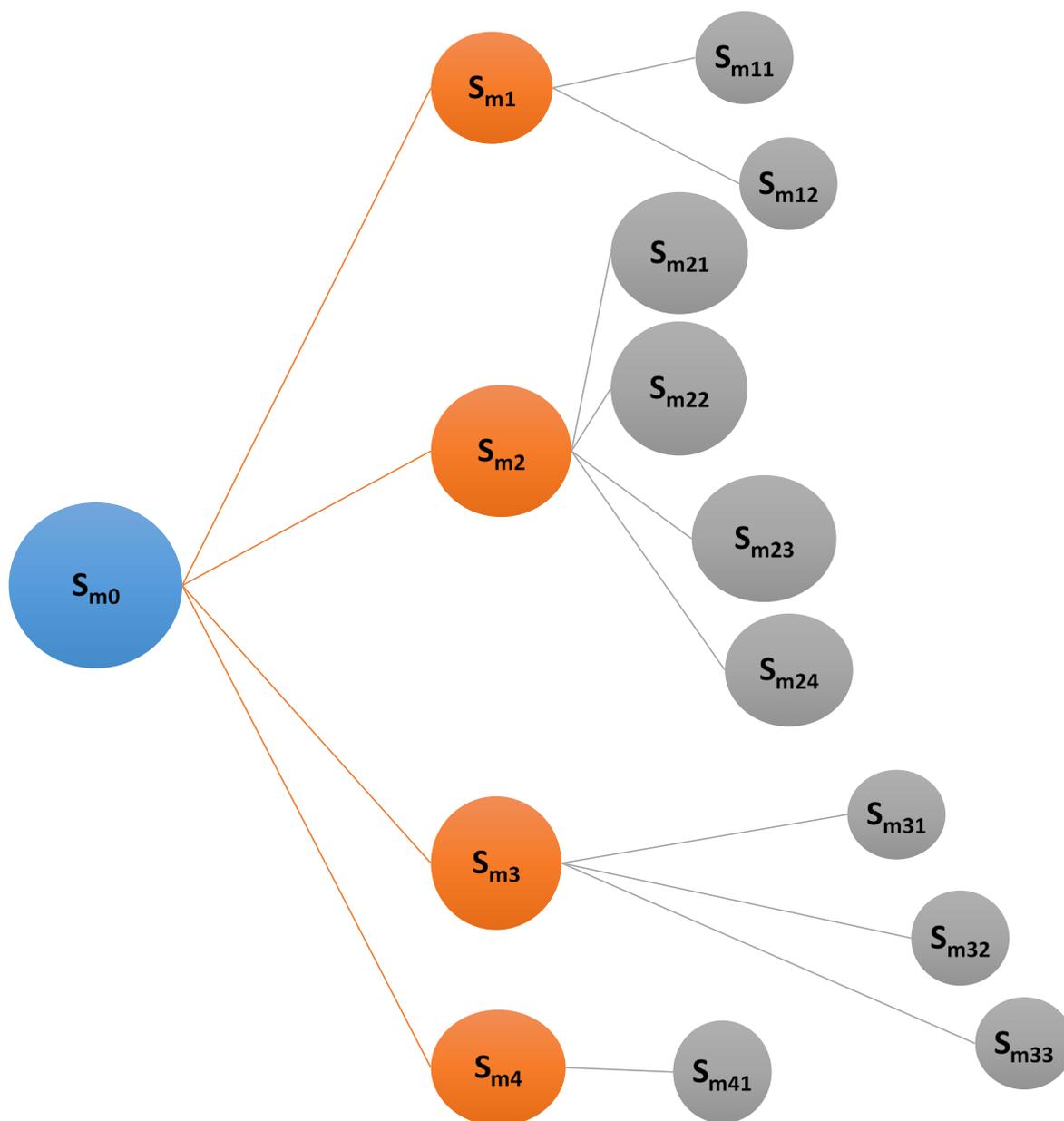


Рисунок 6
Использование структуры потенциальных сценариев проекта разработки Сузунского месторождения ПАО «НК «Роснефть»

Автор предлагает использование следующих типов реальных опционов (рисунок 5) в виде состояний полиномиального дерева, а не биномиального в соответствии с рекомендациями, прописанными в [4] в качестве

структуры потенциальных сценариев проекта (рисунок 6).

Эти опционы позволят менеджерам увеличивать стоимость ПАО «НК «Роснефть», расширяя его возможности или уменьшая потери.

Список литературы

1. Ганиева М. К. Особенности методов оценки инвестиционных проектов в нефтяном комплексе РФ // Конкурентоспособность в глобальном мире: экономика, наука, технологии. 2017. № 4 (ч. 3). С. 43–47.
2. Консолидированная финансовая отчетность «ПАО «НК «Роснефть». URL: https://www.rosneft.ru/upload/site1/document_cons_report/Rosneft_FS_12m2016_RUS_signed_22.pdf (дата обращения: 08.04.2017).
3. Презентация «Консолидированная финансовая отчетность ПАО «НК «Роснефть» по МСФО 2016 г. [Электронный ресурс] URL: https://www.rosneft.ru/upload/site1/document_cons_report/FY2016_Results_27022017_RUS.pdf (дата обращения: 08.05.2017).
4. Рогова Е. М., Ярыгин А. И. Применение новых методов оценки инновационных проектов: модель взвешенной полиномиальной стоимости реального опциона // Инновации. 2011. Т. 7. № 153. С. 10–18.
5. Black F., Scholes M. The Pricing of Options and Corporate Liabilities // The Journal of Political Economy. 1973. May–Jun. Vol. 81. № 3. P. 637–654.
6. Cox J., Ross S., Rubinstein M. Option Pricing: A Simplified Approach // Journal of Financial Economics. 1979. September. P. 41–54.
7. Климов В. В. Визуализация деревьев биномиальной модели оценки стоимости реальных опционов // Молодой ученый. 2010. №9. С. 130–133.
8. Методика оценки стоимости реальных опционов. URL: <http://neftvnb.ru/text/biblioteka/opz1.pdf> (дата обращения: 08.05.2017).

ДИНАМИЧЕСКОЕ УПРАВЛЕНИЕ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬЮ ОРГАНИЗАЦИИ СФЕРЫ УСЛУГ

DYNAMIC MANAGEMENT OF ORGANIZATION COMPETITIVENESS OF THE SERVICE SECTOR

УДК 005.332.4 : 338.46



БЛАГОВА Ирина Юрьевна

доцент кафедры управления экономическими и социальными процессами в кино- и телеиндустрии Санкт-Петербургского государственного института кино и телевидения, кандидат экономических наук, kafuesp@gukit.ru

BLAGOVA, Irina Yurievna

Associate Professor at the Department of Economic and Social Processes Management in Film and TV Industry, the Saint-Petersburg State Institute of Film and Television, Candidate of Economic Sciences, kafuesp@gukit.ru



БУЛОЧНИКОВ Павел Андреевич

доцент кафедры управления экономическими и социальными процессами в кино- и телеиндустрии Санкт-Петербургского государственного института кино и телевидения, кандидат экономических наук, доцент, kafuesp@gukit.ru

BULOCHNIKOV, Pavel Andreevich

Associate Professor at the Department of Economic and Social Processes Management in Film and TV Industry, the Saint-Petersburg State Institute of Film and Television, Candidate of Economic Sciences, Associate Professor, kafuesp@gukit.ru

Аннотация.

В статье рассмотрены проблемы и современные подходы к управлению конкурентоспособностью организации сферы услуг. Предложены подходы к формированию авторской концепции адаптивного механизма управления конкурентоспособностью. Изложены методические подходы к формированию механизма динамического автоматизированного управления конкурентоспособностью. Описаны основные составляющие элементы механизма и предложена этапная последовательность взаимодействия элементов механизма.

Ключевые слова: конкурентоспособность, сфера услуг, механизм, модель обеспечения конкурентоспособности, факторы конкурентоспособности, динамическое управление конкурентоспособностью, автоматизированные системы.

Abstract.

The article considers issues and modern approaches to the management of the competitiveness of the service sector organization. Proposes approaches to the author's conception of the adaptive mechanism of competitiveness management. The

methodical approaches to the formation of the mechanism of dynamic automated management of competitiveness are described, as well as the main constituent elements of the mechanism are given. Step-by-step sequence of interaction of the mechanism elements is proposed.

Key words: competitiveness, services, mechanism, model, competitiveness, factors of competitiveness, dynamic competitiveness, automated systems.

Эффективное управление предприятиями и организациями сферы услуг в условиях современной экономики невозможно без включения в систему управления специальных управленческих инструментов и механизмов, направленных на поддержание конкурентоспособности. Анализ теоретических и методических разработок последних лет показывает, что поддержание конкурентоспособности организации заключается в реализации уникального подхода к созданию конкурентных преимуществ [1; 2; 4; 5; 6].

Обобщая существующие в современной литературе подходы к обеспечению конкурентоспособности, можно выделить наиболее актуальные для сферы услуг. Первый подход объединяет подходы к управлению конкурентоспособностью, основанные на управлении спросом путем изменения цены услуг. Второй подход заключается в управлении спросом на услуги через качество. Третий подход сочетает в себе разнообразные методы воздействия на сознание потребителей, а также методы, основанные на монополизации ресурсной базы производства. Гибридный подход сочетает в себе разнообразные элементы вышперечисленных, обязательно учитывая при этом соотношение «цена-качество» услуги.

В управленческой практике современных организаций сферы услуг чаще всего фрагментарно или на системной основе сочетаются различные элементы указанных подходов, причем выбор подхода к обеспечению конкурентоспособности детерминирован сочетанием факторов внешней и внутренней среды, влияющих на конкурен-

тоспособность организации. При этом разработка наиболее современных механизмов управления конкурентоспособностью осуществляется на основе принципов системного подхода, который требует формирования в организации научно обоснованной и сбалансированной системы, разработка которой целесообразна с использованием автоматизированных систем управления.

Современные системы обеспечения конкурентоспособности ориентированы на классические управленческие модели управления организацией, то есть на управление с обратной связью. Факторы конкурентоспособности организации в модели должны быть учтены в качестве независимых друг от друга переменных результирующей управленческой функции. Изначально предполагаемая к внедрению модель управления конкурентоспособностью должна учитывать также достигнутый уровень конкурентоспособности, измеренный с помощью соответствующих индикаторов и показателей.

Модель управления конкурентоспособностью с обратной связью включает в себя такие элементы, как анализ стратегических целей организации, выявление и систематизация генеральной совокупности факторов конкурентоспособности, выбор факторов оценки, актуальных в текущий момент времени, анализ и оценка конкурентоспособности. Следующим этапом является подключение автоматизированного блока, задачей которого является оценка соответствия достигнутого уровня конкурентоспособности стратегическим целям организации, по итогам которо-

го разрабатывается решение относительно управленческих воздействий, осуществляемых на факторы внешней и внутренней среды и направленных на повышение конкурентоспособности. Отметим, что возможности влияния организаций на факторы внешней среды значительно ограничены в силу природы последних, однако определенные возможности влияния на факторы внешней среды в сфере услуг представляются реализуемыми. Например, организации сферы услуг вступают в картельные сговоры с конкурирующими организациями, исключая конкуренцию на рынках услуг. Более крупные компании способны лоббировать собственные экономические интересы в органах власти различного уровня [4]. Возможно также влияние предпринимателей на факторы внешней среды путем влияния на законодотворческий процесс общественных организаций, таких как Общероссийская общественная организация малого и среднего предпринимательства «Опора России», региональные объединения и ассоциации предпринимателей, торгово-промышленные палаты и т. п.

Модель управления лежит в основе механизма управления конкурентоспособностью, под которым понимается совокупность управленческих процедур, осуществляемых субъектом управления в отношении объекта управления. Целью управленческих воздействий является достижение объектом управления требуемых значений заранее заданных параметров конкурентоспособности, а алгоритм его разработки и применения может быть представлен в виде последовательных этапов.

Первым этапом разработки механизма управления конкурентоспособностью выступает выявление ключевых факторов конкурентоспособности. Общими факторами конкурентоспособности услуг выступают: цена использования, которая является суммой цены продажи услуги и сопутствующих затрат; качество услуги (оцененное в сравнении с услугами организаций-конкурентов); соотношение «цена-качество», а также ряд неценовых факторов, например, качество

сервиса, обобщенные индексы конкурентоспособности отдельных услуг по тем параметрам, которые интересуют потребителей; конкурентоспособность услуги на внешнем рынке; сам вид услуги и потенциальная емкость рынка данного вида услуг в данном регионе; наличие барьеров на вход у рынка; сила конкурентных позиций конкурентов; наличие у них конкурентных преимуществ; перспективы инновационного развития отрасли. Закономерно, что показатели конкурентоспособности существенно разнятся для разных рынков, отраслей и размеров организаций. Анализ особенностей внутренних факторов конкурентоспособности позволяет сделать вывод, что наиболее значимыми внутренними факторами конкурентоспособности являются: инновационный характер и новизна услуги; оптимальность организационной структуры организации; технологичность оборудования; качество управления; профессионализм и компетенции персонала; качество материалов, используемых в процессе оказания услуги.

Специфика факторов внешней среды заключается в том, что при оценке и управлении конкурентоспособностью в сфере услуг необходимо учитывать такие факторы внешней среды, как общий уровень конкурентоспособности национальной экономики, отрасли и региона; степень развития и уровень качества конкуренции на рынке; появление услуг-субститутов и изменения потребительских предпочтений; деятельность СМИ и потребительских обществ.

Вторым этапом функционирования механизма выступает оценка весов значимости факторов конкурентоспособности, осуществление которой целесообразно на основе оценки корреляции значения каждого фактора и показателя конкурентоспособности организации в целом. Первый шаг предлагаемого алгоритма заключается в оценке корреляционной зависимости между факторами конкурентоспособности и итоговым показателем конкурентоспособности, который рассчитывается с использованием стандартных математических

моделей агрегирования результирующих показателей.

В качестве показателей конкурентоспособности организации могут выступать такие показатели, как рыночная доля, доходность, прибыльность и рентабельность услуг, стратегических единиц бизнеса или всей организации; показатели, которыми характеризуется мотивация сотрудников; производительность труда в организации, ряд финансовых коэффициентов (ликвидность, оборачиваемость активов и т. п.), стоимость бизнеса, стоимость бренда и т. п.

Отметим, что экономико-математический анализ взаимозависимостей между факторами конкурентоспособности и результирующими показателями требует наличия достаточного количества достоверных эмпирических данных за определенный период. Представляется, что динамические изменения во внешней среде обуславливают быстрое устаревание оперативной информации о значениях факторных показателей, что требует усиления внимания на проблеме проверки релевантности и достоверности вводимых в модель параметров. При этом современные автоматизированные системы управления позволяют организовать обновление сведений о состоянии ключевых значений внешних факторов в динамике. Частные количественные и качественные показатели конкурентоспособности также целесообразно отслеживать в динамике.

Ключевым элементом предлагаемой системы управления конкурентоспособностью выступает блок оценки конкурентоспособности организации сферы услуг, включающий в себя совокупность количественных и качественных методик оценки. Оценка конкурентоспособности любого хозяйствующего субъекта, в том числе и в сфере услуг, выступает основой управления конкурентоспособностью и необходима для выработки стратегических и тактических управленческих решений, повышающих потенциал организации в конкурентной борьбе [1].

На практике оценка конкурентоспособности организации сферы услуг является

достаточно сложной задачей. Выбор подхода и конкретных методик определяется типом организации, видами его экономической деятельности, полнотой и качеством информации о состоянии параметров внутренней и внешней среды. В силу ограниченности ресурсной базы организаций сферы услуг, необходимой для организации постоянной автоматизированной оценки всей совокупности факторов конкурентоспособности, приоритетной задачей становится разработка и внедрение экономически целесообразного метода оценки конкурентоспособности, учитывающего специфику организаций сферы услуг. В первую очередь особенности ресурсного, кадрового, материально-технического обеспечения, а также организацию управления, маркетинга, управления финансами и научно-исследовательскую деятельность. Вторым важнейшим требованием к методу оценки конкурентоспособности является логичность и минимализм его структуры, включающей в себя принципы, процедуры и алгоритмы, низкие затраты процесса внедрения.

Процесс оценки конкурентоспособности необходим в целях решения задач, наиболее приоритетными из которых в сфере услуг выступают: анализ и оценка текущего положения организации на целевом и перспективном рынке; разработка инструментов и механизмов обеспечения конкурентоспособности; формирование стратегии маркетинга и планов захвата новых рынков сбыта; оценка перспектив стратегического партнерства; планирование и внедрение инноваций.

Сравнительную оценку конкурентоспособности организации (конкурентный анализ) относительно компаний-конкурентов следует производить с обязательным учетом категории конкурента. К ним можно отнести: прямых конкурентов (производителей аналогичной услуги) и косвенных конкурентов, оказывающих услуги, которые позволяют удовлетворить данную потребность другим способом. Важно отметить, что итоговая оценка конкурентоспособности зависит от множества детерминант, в числе которых:

стратегические цели и задачи организации; характеристики выбранных для сравнительного анализа организаций-конкурентов; методологии и методики оценки конкурентоспособности. В конечном итоге показатели конкурентоспособности определяют различия в корпоративных и функциональных стратегиях различных организаций сферы услуг. Ряд авторов считает, что понятие конкурентоспособности организации можно рассматривать как абсолютную величину, так и относительную в зависимости от состояния конкурентов, рынка и в целом внешней среды организации [2].

Следовательно, оценка конкурентоспособности может быть представлена в виде отдельных либо интегральных количественных и качественных показателей, определяется параметрами, характеризующими состояние внутренних и внешних факторов, а также способна динамично изменяться во времени. В общем и целом конкурентоспособность отражает возможности приспособления организации к внешней среде и специфике конкуренции на рынке. Конкурентоспособность отдельной услуги выступает в качестве составляющей конкурентоспособности всей организации [3]. Конкурентоспособность отдельных услуг, оказываемых организацией, зависит от возможности выдерживать конкуренцию с аналогичными услугами. Конкурентные преимущества услуг определяются возможностями организации в области внедрения инновационных решений и индивидуализированных услуг, которые более эффективно удовлетворяют уникальные потребности современных потребителей, а также такой организацией процесса управления, которая обеспечивала бы максимальную доходность. При этом обеспечение конкурентоспособности требует максимально эффективного использования совокупности ресурсов с одновременным обеспечением высокого качества услуг и конкурентоспособной цены.

После систематизации факторов конкурентоспособности и оценки текущего уровня

конкурентоспособности организации по совокупному показателю конкурентоспособности в рамках предлагаемого механизма используется блок динамического мониторинга. Идея принципа динамического мониторинга заключается в том, что все факторы конкурентоспособности, выбранные для анализа и оценки, в блоке динамического мониторинга подвергаются непрерывному мониторингу на основе специальных программных инструментов (например, программные продукты, реализующие принципы ERP систем) и источников в Интернете. Предложенный алгоритм реализуется на основе принципа связи с конкретными точками контроля на определенных сетевых ресурсах или датчиках, применяющихся в телеметрии.

Предлагаемая система включает в себя элементы анализа и контроля состояния параметров внутренней среды. Это обусловлено, в частности, тем фактом, что параметры внутренней среды являются наиболее управляемыми с точки зрения руководства. Поэтому любые действия, направленные на обеспечение и повышение конкурентоспособности, целесообразно начинать с оптимизации наиболее управляемых факторов.

В целях более эффективной работы механизма внутреннюю среду организации целесообразно разделить на группы контролируемых и оптимизируемых факторов, к которым относятся: оказываемые услуги; срезы внутренней среды; протекающие внутрифирменные процессы.

К первой группе относятся факторы, образующие совокупность параметров ассортимента услуг, оказываемых организацией. К внутренним средам относятся такие факторы, как управление, маркетинг, финансовая деятельность, инновационная и инвестиционная деятельность, элементы корпоративной культуры, персонал и т. п. Группа процессов образована наиболее важными бизнес-процессами, формирующими основной результат. Последняя группа характеризуется большой совокупностью параметров.

Блок мониторинга состояния внешней среды в системе управления конкурентоспо-

способностью должен предусматривать контроль состояния важнейших параметров внешней среды, в том числе факторов ближнего окружения. К таким факторам относятся: поставщики материалов и ресурсов, клиенты, конкуренты, акционеры и собственники, дебиторы, органы власти.

Макроокружение формирует фон непрерывного влияния на организацию, создавая для нее совокупность возможностей и угроз. Система мониторинга, включенная в механизм управления конкурентоспособностью, должна предусматривать возможность оперативной интерпретации возможности и угрозы с целью использовать данную информацию в стратегических интересах компании для повышения ее конкурентоспособности, а также данная система позволяет вовремя определить смещение или смену приоритетов в направленности действия факторов макроокружения. В качестве примера можно привести кадровые перестановки в органах государственной, региональной или муниципальной власти, которые могут привести к изменениям в политике властей относительно организаций того или иного профиля сферы услуг. Трактовка факторов конкурентоспособности приобретает особую актуальность в случае использования системы автоматизированного мониторинга.

Автоматизированную систему необходимо настроить таким образом, чтобы она могла впоследствии произвести количественные оценки степени влияния того или иного фактора на итоговый результат.

При этом очевидно, что существуют факторы, не поддающиеся автоматизированному учету, оценка влияния которых требует личного участия руководителя, обладающего знаниями экспертного уровня в анализируемой области. Во всех остальных случаях возможно использование различных подходов к формализации факторов конкурентоспособности, сутью которых является пересчет качественных показателей среды в точные математические показатели и коэффициенты.

Таким образом, дальнейшая разработка механизма управления конкурентоспособностью подразумевает разделение факторов конкурентоспособности на два блока, по принципу автоматического или ручного учета и анализа. При этом разделение должно быть направлено на максимизацию показателей первого блока, т. е. автоматически учитываемых параметров, так как принципом разработки системы является минимизация расходов управленческого ресурса и времени. Однако приоритетные факторы при сохранении возможности автоматического учета должны иметь механизм управленческого контроля и подтверждения.

Расчет интегрального показателя конкурентоспособности организации и организаций-конкурентов осуществляется на основе алгоритма сборки формализованных агрегированных частных показателей конкурентоспособности. Указанный подход реализуется на основе модели обобщения частных показателей конкурентоспособности. Представляется, что процедура динамического расчета интегрального показателя конкурентоспособности должна предусматривать оценку фактора по балльно-рейтинговой шкале. При этом обязательно должны быть введены в расчет корректирующие параметры значимости фактора, такие как: степень влияния фактора на показатель конкурентоспособности; интенсивность и характер воздействия; наличие или отсутствие временного лага после изменения значения фактора; затраты на организацию корректировочных воздействий; объективная вероятность влияния организации на фактор. При этом указанные параметры оценки должны иметь свою значимость.

Агрегирование значений частных факторных показателей реализуется итеративно. На первом этапе осуществляется взвешенная оценка каждого фактора конкурентоспособности, учитывающая характер воздействия фактора («+» положительное; «-» отрицательное), вводятся корректирующие параметры значимости фактора и уровни их значимости а также экспертные оценки показателя. В том случае, если показатель носит количественный

характер, в систему вводят его формализованное значение, приведенное к выбранной единой балльной шкале оценки.

На втором этапе реализуется объединение взвешенных оценок по всем факторам конкурентоспособности, в результате которой на выходе будет получен интегральный показатель конкурентоспособности организации, который далее можно использовать в качестве основы для прогнозирования результатов деятельности организации.

Важно отметить, что изменение взаимозависимости между интегральным показателем конкурентоспособности и результирующим показателем можно будет зафиксировать с помощью стандартных методик статистического анализа (например, корреляционно-регрессионного) спустя небольшой период времени после изменения состояния факторов конкурентоспособности. Задержку во времени необходимо учитывать при расчете прогнозных зависимостей при управлении параметрами внутренней среды организации, под которым понимается управленческое воздействие на показатели конкурентоспособности, демонстрирующие негативную динамику, характеризующуюся отклонением показателей от оптимальных целевых величин. В частности, между интегральным показателем конкурентоспособности и результатами деятельности организации может быть установлена функциональная зависимость, которая в дальнейшем может использоваться в основе модели прогнозирования.

Последним этапом разработки механизма обеспечения конкурентоспособности является разработка и внедрение алгоритма связи между системой мониторинга факторов конкурентоспособности и системой разработки и реализации управленческих воздействий, направленных на обеспечение конкурентоспособности. Управленческий алгоритм должен предусматривать процедуры и регламенты, определяющие субъекты и объекты управленческого воздействия, их права и обязанности, функции, критерии оценки эффективности их действий. Таким образом, алгоритм разработ-

ки управленческого воздействия, направленного на обеспечение конкурентоспособности, должен задавать детализированные рамки реагирования на изменения интегрального показателя конкурентоспособности относительно аналогичных показателей конкурентов.

Эффективность механизма обеспечения конкурентоспособности организации сферы услуг оценивается в первую очередь на основе динамики интегрального показателя конкурентоспособности в абсолютном и относительном выражении. В качестве второй оценки эффективности использования могут выступать финансовые результаты деятельности организации, такие как прибыльность, рентабельность, доходность на одну акцию и т. п. Оценка затрат на внедрение может осуществляться традиционным методом подсчетов затрат по классификационным статьям. При этом необходимо разделять единовременные затраты, которые характерны для этапа запуска и внедрения механизма, и текущие затраты, которые будут возникать регулярно в процессе функционирования запущенного механизма.

Таким образом, динамическое управление конкурентоспособностью организаций сферы услуг опирается на разработку механизма управления, основанного на современных принципах, управленческих алгоритмах, совокупности программных средств, моделях управления. Необходимым условием успешного и эффективного функционирования механизма является его обеспечение релевантной и достоверной информацией относительно состояния различных параметров внешней и внутренней среды, а также факторов конкурентоспособности. Применение системных методов управления конкурентоспособностью организаций сферы услуг опирается на классическую управленческую модель с обратной связью, которая учитывает всю совокупность факторов конкурентоспособности предприятия в качестве независимых переменных управленческой функции, а также уровень конкурентоспособности, выраженный тем или иным количественным показателем в качестве результирующей.

Список литературы

1. *Адамов Н. А., Булеев А. И.* Конкурентоспособность услуг на примере консалтинговой и лизинговой деятельности. М.: Экономика и жизнь, 2014. 250 с.
2. *Азоев Г. Л.* Конкуренция: анализ, стратегия и практика. М.: Центр экономики и маркетинга, 2011. 129 с.
3. *Булочников П. А., Благова И. Ю., Евменов А. Д.* Эффективное управление бизнес-процессами как резерв повышения конкурентоспособности // Актуальные вопросы развития индустрии кино и телевидения: сб. науч. тр., посвященный Году российского кино. В 2 ч. Ч. 1. / редкол.: А. Д. Евменов (отв. ред.) [и др.]. СПб.: СПбГИКиТ, 2016. 270 с.
4. *Волков В. В.* Совершенствование системы управления конкурентоспособностью предприятий на основе внедрения нравственного аспекта // Социально-экономические явления и процессы. 2014. № 3. URL: <http://cyberleninka.ru/article/n/sovershenstvovanie-sistemy-upravleniya-konkurentosposobnostyu-predpriyatiy-na-osnove-vnedreniya-nravstvennogo-aspekta> (дата обращения: 18.02.2017).
5. *Четыркина Н. Ю.* Управление конкурентоспособностью организаций сферы услуг: учебное пособие. СПб.: СПбГУЭФ, 2009. 128 с.
6. *Барсуков Д. П.* Инновационные проекты и рыночные условия их реализации // Журнал правовых и экономических исследований. 2009. № 4. С. 9–12.

МНОГОКРИТЕРИАЛЬНЫЙ ПОДХОД К ОПРЕДЕЛЕНИЮ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ОРГАНИЗАЦИЙ СФЕРЫ УСЛУГ: ОРИЕНТАЦИЯ НА КЛИЕНТОВ

MULTICRITERIAL APPROACH TO DETERMINING THE COMPETITIVENESS OF ORGANIZATIONS OF THE SERVICE SECTOR: CUSTOMER ORIENTATION

УДК 334



КОЖЕВНИКОВА Светлана Юрьевна

доцент кафедры торгового дела и товароведения Санкт-Петербургского государственного экономического университета, кандидат экономических наук, доцент, kozhevnikova.spb@mail.ru

KOZHEVNIKOVA, Svetlana Yurievna

Associate Professor at the Trade Business and Commodity Science Department, the Saint-Petersburg State University of Economics, Candidate of Economic Sciences, Associate Professor, kozhevnikova.spb@mail.ru



ВОЛКОВА Мария Михайловна

доцент кафедры медиакоммуникационных технологий Санкт-Петербургского государственного института кино и телевидения, кандидат экономических наук, доцент, wmm2004@mail.ru

VOLKOVA, Maria Mikhailovna

Associate Professor at the Media Communications Technologies Department, the Saint-Petersburg State Institute of Film and Television, Candidate of Economic Sciences, Associate Professor, wmm2004@mail.ru

Аннотация.

В статье представлена разработанная авторами концептуальная модель секторальной экономики, определяющая роль и структуру сферы услуг в народнохозяйственном комплексе. Проведен анализ существующих подходов к определению факторов конкурентоспособности. Рассмотрены отличительные особенности предпринимательства в сфере услуг. Выделены основные составляющие и группы критериев определения конкурентоспособности рыночного предложения в сфере услуг, в качестве нового критерия выделена клиентоориентированность.

Ключевые слова: конкурентоспособность, модель секторальной экономики, группы факторов конкурентоспособности, качество услуг, сфера услуг, клиентоориентированность.

Abstract.

The article presents the conceptual model of the sectoral economy developed by the authors, which determines the role and structure of the sphere of services in the national economic complex. The analysis of existing approaches to the determination of factors of competitiveness is carried out. The distinctive features of entrepreneurship in the sphere of services are considered. The main components and groups of criteria for determining the competitiveness of the market supply in the service sector are singled out, and customer focus is singled out as a new criterion.

Key words: competitiveness, model of sectoral economy, groups of factors of competitiveness; quality of services; sphere of services, client orientation.

Современная экономика России следует основным тенденциям структурирования ведущих мировых экономик, заключающимся в увеличении вклада сферы услуг и ее нематериальной части в национальный ВВП по сравнению со сферой материального производства. Развитие предпринимательства в сфере услуг способствует росту экономического потенциала страны, трудовой занятости населения, стимулирует внутренний спрос, повышает качество жизни людей, содействует развитию производств.

Сложившиеся тенденции делают актуальными исследование возможностей повышения предпринимательской активности в сфере услуг в виде востребованных бизнес-проектов в современных условиях, связанных с переходом к постиндустриальному общественному укладу, характеризующемуся:

- ростом доходов населения и уровня жизни (с начала 2000-х гг.);
- масштабной урбанизацией в сочетании с глобальной миграцией населения в более крупные города (по данным последней переписи населения в России 2010 г. из 143,4 млн человек около 73,7% проживает в городах) [1];
- изменением образа и ритма жизни населения крупнейших и крупных городов (с учетом миграции территориальной, трудовой);
- изменением менталитета (стереотипов мышления относительно качества жизни и факторов, его формирующих) и потребительской культуры в соответствии с более четким

пониманием мотивации и ценностей потребления;

- переформатированием и развитием потребительского рынка и т. д.

В связи со сложившимися тенденциями авторы предлагают концептуальную модель секторальной экономики, подробно описанной в [2; 3], определяющую характерные для крупных городов и мегаполисов РФ взаимосвязи между сферами материального производства и услуг (таблица 1). В представленной модели (таблица 1) определено место сферы услуг относительно выделенных секторов экономики (по признаку функциональной принадлежности к процессу создания общественных благ), объединенных общим назначением – оказанием соответствующих услуг бизнесу, государству и населению страны, а именно:

- третичный сектор объединяет виды предпринимательской деятельности и деятельности государственных структур, создающие производственную, коммерческую и государственно-административную инфраструктурную основу для организаций сферы производства товарной продукции, работ, услуг;
- четвертичный сектор формирует разветвленную социальную инфраструктуру, позволяющую системно решать задачу повышения качества жизни населения, предлагая услуги, приобретаемые и/или получаемые по каналам социального обеспечения, ориентированные населением на потребительском рынке на основе товарно-денежных отношений на

поддержание и улучшение физического, материального, социального и культурного благополучия людей;

- пятеричный сектор призван создавать институциональные условия для инновационного развития общества в целом.

В представленной концептуальной модели секторальной экономики (таблица 1) при формировании системы производственно-хозяйственных результатов народнохозяйственного комплекса страны, характеризующих социальную инфраструктуру (четверичный сектор экономики) за основу был принят Национальный Стандарт Российской Федерации (ГОСТ Р 50646–2012 «Услуги населению. Термины и определения», в котором услуги, оказываемые населению, подразделяются на материальные, нематериальные (социально-культурные) и смешанные [4].

Отличительными особенностями предпринимательства в сфере услуг являются:

- высокая оборачиваемость инвестируемого капитала;
- сравнительно небольшой объем первоначального капитала, необходимого для организации нового дела;
- относительно высокая доходность бизнеса при незначительной фондоёмкости;
- короткие производственные циклы.

В настоящее время многообразие бизнес-концепций, реализуемых в сфере услуг (особенно в сфере услуг населению), впечатляет: от современных форм магазинной (оффлайн: от англ. *offline*) и дистанционной (онлайн: от англ. *online*) торговли и разнообразных форматов предприятий общественного питания – до торговли «впечатлениями» (с широким спектром услуг в подарок: от занятий йогой, участия в чайной церемонии – до полета на истребителе или ружейной охоты). При таком разнообразии предлагаемых услуг предпринимателям требуются эффективные, адаптивные методики обеспечения конкурентоспособности предложения услуг, учитывающих требования потребителей, основанные на их представлении о стандартах качества жизни в соответствии как с состоянием социально-экономического развития страны, так и с учетом зарубежного опыта.

Таким образом, конкуренцию в сфере услуг можно определить как процесс использования хозяйствующими субъектами своих отличительных преимуществ в борьбе между собой в условиях внешней среды за ограниченные ресурсы потребителя. Предметом конкуренции в сфере услуг является услуга, а объектом – потребитель (покупатель, заказчик). С точки зрения предпринимательского права, под услугами следует понимать деятельность исполнителя, не имеющую материального результата, полезный эффект которой используется потребителями для удовлетворения определенных потребностей.

Таким образом, услуга – это продукт труда, полезный эффект которого выступает не в форме вещи, а в форме деятельности, направленной на:

- вещь (товары и другие материально-вещественные ценности);
- тело человека и/или животных;
- сознание человека;
- неосязаемые (нематериальные) активы.

К специфическим характерным чертам услуги следует также относить:

- неосязаемость (услуги невозможно оценить до момента их приобретения);
- неотделимость от источника услуги (результат услуги зависит от исполнителя услуги);
- непостоянство качества (качество услуги зависит от состояния исполнителя, условий обслуживания, методов контроля качества, восприятия потребителя, его ожиданий и удовлетворенности и т. п.);
- несохраняемость (отдельно от процесса ее предоставления).

Выделенные характерные свойства услуг коррелируют с этапами оказания услуги. Так, согласно работе И. М. Лифица, деятельность предприятий сферы услуг заключается в реализации трех последовательных этапов:

- обеспечение хозяйствующего субъекта необходимыми ресурсами;
- технологический процесс оказания услуг;
- процесс обслуживания (непосредственный контакт с потребителем, предполагающий соблюдение определенной культуры и условий обслуживания) [5].

А согласно ГОСТ Р 50646–2012 «Услуги населению. Термины и определения» оказание услуги подразделяется на отдельные этапы: обеспечение необходимыми ресурсами, технологический процесс исполнения, контроль, испытание, приемка, процесс обслуживания [4].

Для формирования и оценки конкурентоспособного предложения в сфере услуг необходим глубокий анализ формирующих его факторов успеха (причин или, другими словами, источников достижения предпринимательского успеха) и критериев, раскрывающих через оценочные показатели сущностные причины

достижения (или недостижения) желаемого успеха. Таким образом, анализ факторов помогает выявить сильные и слабые стороны в деятельности хозяйствующего субъекта и в работе конкурентов, разработать методы и инструменты, за счет применения которых организация могла бы повысить свою конкурентоспособность, изменить долю в продажах на конкретном рынке.

Надо заметить, что известные исследователи демонстрируют разнообразные подходы к выделению важных факторов конкурентоспособности (таблица 2).

Таблица 2

Наиболее известные подходы к выделению типов ключевых факторов конкурентоспособности рыночного предложения

Автор	Выделяемые типы ключевых факторов конкурентоспособности
М. Портер	Известная модель «пяти сил»: <ul style="list-style-type: none"> – риск входа на рынок потенциальных конкурентов (проявляется в зависимости от издержек, от возможности дифференциации рыночного предложения и рамок конкуренции); – соперничество существующих в отрасли предприятий; – угроза давления на цены со стороны покупателей; – возможность давления со стороны поставщиков; – угроза появления товаров-заменителей
А. Томпсон, А. Стрикленд	<ul style="list-style-type: none"> – Зависящие от технологии; – относящиеся к производству; – относящиеся к реализации услуг; – относящиеся к маркетингу; – относящиеся к профессиональным навыкам; – связанные с организационными возможностями
А. Оливье, А. Дайан, Р. Урсе	<ul style="list-style-type: none"> – Концепция товара и услуги; – качество продукта; – цена товара; – финансы (как собственные, так и заемные); – торговля (методы и средства деятельности); – послепродажное обслуживание, обеспечивающее постоянную клиентуру; – внешняя торговля; – предпродажная подготовка
И. М. Лифиц	<ul style="list-style-type: none"> – Производственный: имидж предприятия; сертифицированная система качества; применение защитных мер по предупреждению фальсификации; – сбытовой: количество посредников; – сервисный: продолжительность гарантийного срока; – рыночный: рыночная новизна

Примечание: таблица составлена авторами по данным [5–9].

Как видно из таблицы 2, единого представления о типах ключевых факторов конкурентоспособности рыночного предложения до сих пор сформировать не удалось. Кроме того, выделяя факторы конкурентоспособности, исследователи объединяют процессы и элементы внутренней и внешней среды функционирования предпринимательских структур, влияющих на формирование и развитие конкурентных преимуществ, т. е. объединяют «внутреннюю» и «внешнюю» конкурентоспособность бизнеса. Отсюда проблематичным является и однозначность рекомендуемых критериев оценки уровня конкурентоспособности рыночного предложения.

В этой связи авторами данного исследования предлагается использовать следующий комплексный подход к определению конкурентоспособности организаций сферы услуг (рисунок).

Ориентация на специфику сферы услуг предполагает необходимость принимать за объект оценки конкурентоспособности услуг деятельность предприятия сферы услуг в виде комплексного рыночного предложения, поскольку отделить результат услуги в конкретный период времени от деятельности исполнителя услуги практически не представляется возможным. Это означает, что при определении групп критериев конкурентоспособности необходимо ориентироваться на специфику поэтапного исполнения услуги.

Под критерием конкурентоспособности, согласно позиции И.М. Лифица, будем понимать определенную количественную или качественную характеристику объекта, которая используется для оценки его конкурентоспособности [5].

Ориентация на потребителя (клиента) предполагает необходимость соответствия рыночного предложения дифференцированным требованиям потребителей услуги, т. е. учета потребностей, мотивов, ценностей потребителей (клиентов) и моделей потребительского поведения при формировании конкурентоспособного рыночного предложения на основе удовлетворенности разных сегментов потребителей и лояльности клиентов. Это важно, поскольку оценка качества предложения производится непосредственно самим потребителем (клиентом) в процессе оказания услуги на основе сопоставления фактического результата услуги с ожидаемым в соответствии с заявленным рыночным предложением предприятия сферы услуг [10]. Для того, чтобы фактическое качество предоставляемой услуги было максимально приближено к позиционируемым характеристикам услуги предприятия, разрабатывают «технические документы на услугу» [4], к которым в первую очередь относятся технологические карты (например, в сфере услуг общественного питания), стандарты работы и обслуживания и т. п.



Основные составляющие комплексного подхода к определению конкурентоспособности организаций сферы услуг

Ориентация на определение «внешней» конкурентоспособности организации сферы услуг предполагает необходимость базироваться на внешних факторах успеха (конкурентных преимуществах), которые образуют определенную ценность для покупателя, отличную от ценности предложения предприятий – прямых конкурентов, и основаны на отличительных характеристиках:

- стоимостной ценности,
- оказываемых услуг,
- ассортимента предложения,
- процессов и условий обслуживания,
- используемых подходов к клиентоориентированности.

Таким образом, для оценки внешней конкурентоспособности предпринимательской структуры в сфере услуг к практическому использованию авторами предлагается следующий комплекс критериев (таблица 3).

На основе разработанного авторами комплекса критериев определения конкурентоспособности рыночного предложения в сфере услуг предлагается:

- формировать анкеты для проведения грамотного социологического опроса силами работников аппарата управления с целью выявления конкурентных преимуществ и недостатков в функционировании организации сферы услуг;
- разрабатывать понятные сотрудникам системы оценки конкурентоспособности рыночного предложения, позволяющие не только адекватно выявить недостатки в работе организации, но также оперативно и обоснованно разработать мероприятия по повышению уровня его конкурентоспособности (в стремлении «догнать и перегнать» лидеров рынка).

Таблица 3
Группы критериев определения конкурентоспособности рыночного предложения в сфере услуг

№ п/п	Группа критериев	Критерии (оценочные показатели) и их характеристика
1	Критерии, характеризующие стоимостную ценность услуги	– Уровень цен (в сравнении с прямыми конкурентами); – средний чек (среднее значение стоимости выполнения одного заказа)
2	Критерии, характеризующие качество рыночного предложения организации	
2.1	Критерии, характеризующие качество услуг	Характеризуют качество технологического процесса исполнения услуги и определяются через совокупность потребительских свойств услуги: – функциональность; – безопасность; – эргономичность; – эстетичность; и прочие в соответствии со спецификой рынка услуг
2.2	Критерии, характеризующие качество ассортимента предложения	Характеризуют качество портфеля услуг организации как соответствие предлагаемого набора услуг потребностям, мотивам и ценностям потребителей. Выражаются показателями ассортимента: – широта – количество однородных групп услуг, реализуемых организацией; – глубина – разнообразие (модификация) услуг внутри каждой однородной группы; – полнота – способность спектра (набора) услуг однородной группы удовлетворять одинаковые потребности; характеризуется количеством видов, разновидностей и наименований услуг (в целом по предприятию или в рамках однородной группы);

№ п/п	Группа критериев	Критерии (оценочные показатели) и их характеристика
		– устойчивость – способность набора услуг удовлетворять спрос на одни и те же услуги в течение определенного периода времени; – обновляемость (степень обновления / инновационности / оригинальности) – способность спектра услуг удовлетворять изменившиеся потребности за счет новых услуг; определяется как удельный вес новых услуг, предлагаемых к исполнению, к общему объему услуг, предлагаемых потребителям и т. д.
2.3	Критерии, характеризующие качество процесса обслуживания	Характеризуют качество непосредственно осуществляемого процесса обслуживания (до, во время и после расчета с потребителями) и выражаются показателями: – удобство и скорость коммуникации с потребителями в процессе обслуживания (ознакомление потребителей с перечнем и характеристиками предоставляемых услуг); – удобство системы оплаты и скорость расчета с потребителями; – качество послепродажного сервиса; – уровень компетентности персонала, формирующий культуру обслуживания и лояльность клиентов; – качество материальных и нематериальных составляющих условий обслуживания (состояние материально-технической базы, освещение, запахи, музыкальное оформление и т. д.); – качество дополнительно предоставляемых услуг по созданию удобств потребителю (наличие бесплатной парковки; камеры хранения вещей; мест отдыха и т. д.)
2.4	Критерии, характеризующие клиентоориентированность	Характеризуют качество управления отношениями с потребителями (клиентами) на основе использования методов и инструментов маркетинга и определяются с помощью критериев (показателей), отражающих компетентность менеджмента предприятия в работе на конкретном целевом рынке с выделенными сегментами потребителей (клиентов) по их привлечению и удержанию: – удобство расположения организации; – качество и достоверность рекламы (с точки зрения ориентации на отклик потребителей); – узнаваемость бренда и уровень доверия к нему; – фирменный стиль и имидж, репутация организации; – устойчивость предоставления заявленных ценностей для потребителей (напр., возможность корпоративного обслуживания, семейного времяпровождения и т. д.); – уровень установленной «обратной связи» с потребителями; – уровень удовлетворенности потребителей; – наличие и качество программ удержания клиентов, т. е. программ лояльности (например, использование понятной системы скидок); – возможность индивидуализации услуг по требованию потребителей (кастомизация) и т. д.

Примечание: таблица составлена авторами.

Список литературы

1. Сводные итоги Всероссийской переписи населения 2010 года. Том 11. URL: http://www.gks.ru/free_doc/new_site/perepis2010/croc/perepis_itogi1612.htm (дата обращения: 30.05.2017).
2. Кожевникова С. Ю. Определение места и назначения социальной инфраструктуры в современной секторальной экономике России // Вестник СПбГЭУ: Научный журнал. Серия: Экономика. Выпуск 1 (68). СПб.: СПбГЭУ, 2014. С. 200–203.
3. Кожевникова С. Ю. Формирование качественной социальной инфраструктуры как важнейший фактор инновационного развития секторальной экономики России // Состояние и перспективы развития экономики (мировой, национальной, региональной) / Безденежных Т. И., Пахомова Е. А., Резников А. В., Шапкин В. В., Тымчик Е. А., Идрисова З. Н., Исаева Н. И., Кожевникова С. Ю., Лазовский С. Е. и др.: монография: в 2 кн. Одесса, 2015. Кн. 2. С. 117–131.
4. ГОСТ Р 50646–2012 «Услуги населению. Термины и определения» Национальный Стандарт Российской Федерации. (введен 01.01.2014). URL: <http://docs.cntd.ru/document/1200102288> (дата обращения: 30.05.2017).
5. Лифиц И. М. Конкурентоспособность товаров и услуг: учебник. М.: Юрайт, 2013. 437 с.
6. Инновационное развитие сервисного сектора как фактор повышения конкурентоспособности национальной экономики: монография / Байкова И. М., Боголюбов В. С., Боголюбова С. А., Васильева С. В., Владимирова Е. В., Иванкова П. В., Карпова Е. Г., Кожевникова С. Ю., Кострюкова О. Н. и др. СПб., 2016. С. 78–96.
7. Портер М. Конкуренция: пер. с англ.: учеб. пособие. М.: Издат. дом «Вильямс», 2005. 608 с.
8. Олливье А., Дайан А., Урсе Р. Международный маркетинг: пер. с фр. М., 1993. 560 с.
9. Томпсон А. А., Стрикленд А. Дж. Стратегический менеджмент: концепции и ситуации для анализа. 12-е изд.: пер. с англ. М.: Издат. дом «Вильямс», 2008. 920 с.
10. Enikeeva L. A., Sorvina T. A., Torosyan E. K. Customer involvement in emerging and developed markets as a marketing innovation // International Business Management. 2016. Т. 10. № 18. С. 4324–4331.

РАЗВИТИЕ АРКТИЧЕСКИХ РЕГИОНОВ ДЛЯ ОБЕСПЕЧЕНИЯ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ БЕЗОПАСНОСТИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

ARCTIC REGIONS DEVELOPMENT FOR ENSURING ECONOMIC SECURITY OF THE RUSSIAN FEDERATION

УДК 330.101



СМИРНОВА Анастасия Талибжановна

доцент кафедры философии, истории и иностранных языков Норильского государственного индустриального института, кандидат экономических наук, smirnovaat@bk.ru

SMIRNOVA, Anastasia Talibjanovna

Associate Professor of the Department of Philosophy, History and Foreign Languages of Norilsk State Industrial Institute, Candidate of Economic Sciences, smirnovaat@bk.ru



АТЛЫГИНА Виктория Александровна

старший преподаватель кафедры экономики, менеджмента и организации производства Норильского государственного индустриального института, 79135011424@ya.ru

ATLYGINA, Victoria Alexandrovna

Assistant Professor at the Department of Economics, Management and Organization of Production of Norilsk State Industrial Institute, 79135011424@ya.ru

Аннотация.

На фоне финансово-экономического кризиса 2014 г., повлекшего ряд последствий для экономической безопасности России, освоение арктического шельфа в необходимом объеме остается стратегической задачей развития страны. Необходимость мониторинга текущего состояния разработки проектов по освоению углеводородного сырья объясняется способностью расширить присутствие России на энергетических рынках, экономики в целом и энергетической отрасли в частности. В статье на примере Мурманской области, которая динамично развивается в промышленном секторе экономики, полностью входит в состав Арктической зоны Российской Федерации и относится к высоко урбанизированным регионам России, проведен мониторинг основных тенденций развития Арктики, включение в него основных регионов с учетом освоения углеводородных месторождений на долгосрочную перспективу. Целью исследования является определение факторов, сдерживающих развитие Арктики и оценка ее вклада в энергетическую отрасль России. На основе проведенных исследований удалось выявить основные проблемы и перспективы экономического развития потенциала Арктического региона Мурманской области в долгосрочной перспективе; предложить пути

оптимизации факторов, сдерживающих развитие проектов освоения арктического шельфа и предложить направления в области обеспечения экономической безопасности РФ.

Ключевые слова: экономическая безопасность, Арктическая зона, риски, геополитическая нестабильность, социально-экономическое развитие.

Abstract.

Against the backdrop of the financial and economic crisis of 2014, which caused a number of consequences for Russia's economic security, the development of the Arctic shelf in the required volume is a strategic task of the country's development. The need to monitor further benefits and the current state of development of hydrocarbon development projects is explained by the ability to expand Russia's presence in energy markets, the economy as a whole and the energy sector. Based on the example of the Murmansk region, which is dynamically developing in the industrial sector of the economy, it is fully part of the Arctic zone of the Russian Federation and belongs to the highly urbanized regions of Russia, monitoring of the main trends in the development of the Arctic, including key regions in the long-term development of hydrocarbon deposits. The aim of the study is to identify the factors that impede the development of the Arctic and its contribution to the energy industry in Russia. Based on the conducted studies, it was possible to identify the main problems and prospects for the economic development of the Arctic region's potential in the Murmansk region in the long term; to suggest ways to optimize the factors constraining the development of projects on the development of the Arctic shelf.

Key words: economic security, Arctic zone, risks, geopolitical instability, social and economic development.

Национальная безопасность любого государства, особенно в период геополитической нестабильности, во многом зависит от степени развития промышленности и способности самостоятельно обеспечить себя всем необходимым. Однако ни одно современное государство не в состоянии это сделать в силу международного разделения труда. Специфика современной мировой экономики заключается в том, что страны стали не только специализироваться на отдельных видах продукции, что привело к взаимозависимости друг от друга, но и в том, что производство, способное обеспечить возрастающие потребности общества, не может обойтись без дополнительных источников энергии, доступ к которым имеют далеко не все страны.

Мировая экономика находится в очень неустойчивом состоянии. Национальные рынки и международная торговля попали под влияние политических амбиций определенных кругов некоторых государств и их объединений. Все эти обстоятельства серьезно отражаются на возможности развития отношений между заинтересованными во взаимном сотрудничестве компаний и целых стран, чьи интересы и безопасность стали заложником внешнеполитической ситуации в мире. Но в настоящее время такое развитие невозможно без доступа к источникам энергии.

Да, современное общество не мыслит себя без потребления и использования нефти и газа, которые являются основными компонентами топлива, так как во всем мире углеводо-

родные ресурсы потребляются в огромных масштабах и являются единственно доступными и более-менее дешевыми. Особенностью данных источников энергии является тот факт, что почти все доступные крупные месторождения находятся в развивающихся странах и запасы давно изучены и скоро могут быть исчерпаны. Поэтому одной из главных задач развивающихся стран в современных конкурентных условиях – увеличение доли нефтегазодобычи из морских месторождений и получение роли ведущего экспортера на мировом энергетическом рынке. Развитые страны могут обеспечить себя углеводородами, если совместно будут участвовать в мероприятиях по освоению Арктики, которые на сегодняшний день являются приоритетными задачами на долгосрочную перспективу. Самое интересное заключается в том, что в «борьбу» за право использования ресурсов Арктической зоны включились и страны, далекие от ее освоения и не вкладывавшие ни финансовые, ни другие

средства в ее развитие еще в недалеком прошлом. Появление такой заинтересованности свидетельствует о том, что освоение Арктики и умелое рациональное использование ее ресурсов становятся залогом экономической безопасности государства.

Все это касается и России, арктический шельф которой сегодня рассматривается как крупный регион, обладающий огромнейшим углеводородным потенциалом, способным обеспечить значительную часть энергетических потребностей страны, принести большой экономический эффект и обеспечить экономическую безопасность страны. В освоении арктического шельфа заинтересованы многие страны, такие как Россия, Норвегия, Финляндия, Канада, США. Богатство его ресурсов можно продемонстрировать на карте (рисунок 1). Однако самым большим сектором среди приполярных государств обладает Россия. По данным ученых, еще даже 80% арктических запасов остаются неразведанными [1].

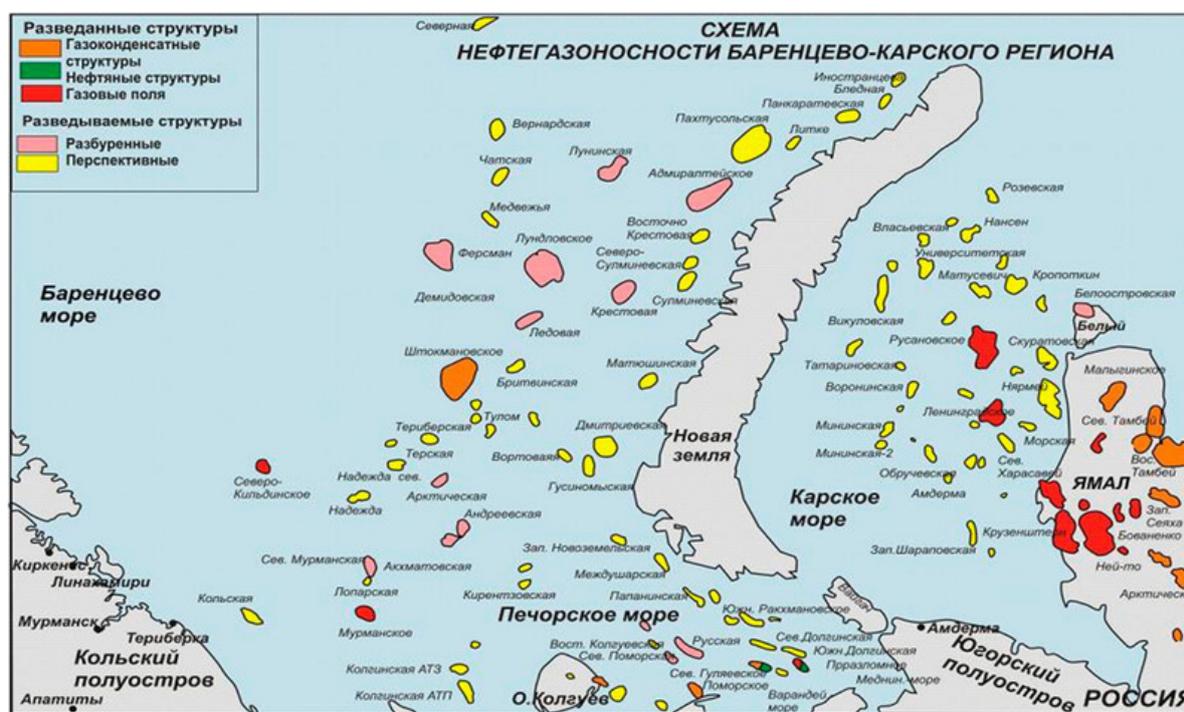


Рисунок 1
Схема нефтегазоносности Баренцево-Карского региона

Источник: [2].

Именно сейчас, когда страны столкнулись с падением цены на нефтегазовое сырье, главной задачей для Российской Федерации является освоение арктического шельфа посредством укрепления партнерских отношений, в том числе для развития проектов Арктики. Уникальность и главное отличие России от других стран заключается в том, что большая территория нашей страны относится к приполярной, а многие регионы считаются Арктической зоной. В рамках нашей статьи невозможно рассмотреть особенности всей Арктической зоны страны, поэтому акцент мы сделали на Мурманской области, которая непосредственно соседствует с нашими стратегическими партнерами в освоении Арктики.

Динамично развивающийся регион Мурманской области, имеющий выгодное географическое положение и прямой доступ к океанским магистралям, становится отправной точкой движения развития Арктики.

Было бы несправедливо рассматривать данный регион только с точки зрения добычи углеводородов, так как Мурманская область имеет явно выраженную дифференцированную структуру по отраслям экономики.

В регионе широко представлено промышленное производство, однако необходимо отметить, что промышленность имеет сырьевую направленность с преобладанием добывающей промышленности, в частности: апатитового концентрата, железорудного концентрата, нефелинового и лопаритового концентратов. Индекс производства составил 106,6% к аналогичному периоду 2015 г. (в среднем по России – 102,2%) [3].

Из обрабатывающих отраслей необходимо отметить развитие производства, пищевых продуктов, транспортных средств и оборудования, металлургического и химического производства, производство прочих неметаллических минеральных продуктов. По официальным данным, во всех из перечисленных видов промышленности наблюдается рост производства, что свидетельствует об успешной реализации промышленной поли-

тики в РФ, несмотря на кризисное состояние экономики в целом

Горнопромышленный комплекс обеспечивает значительную часть потребностей России: в фосфатных рудах (100%), флогопите и вермикулите (80–90%), бадделеите (100%), в нефелиновом и керамическом сырье (по 35%), железорудном концентрате (8,5%), в никеле, меди, кобальте, ниобии, тантале, редкоземельных металлах [3].

Помимо горной промышленности, в Мурманской области хорошо развита рыбная промышленность. Мурманская область обеспечивает около 20% общероссийского производства пищевой рыбной продукции. Оборót организаций рыбопромышленного комплекса области в начале 2012 г. составил 20,8 млрд руб. [3].

Немаловажную роль в экономике Мурманской области занимает топливно-энергетический комплекс. Основой электро- и теплоэнергетической отрасли Мурманской области являются Кольская атомная электростанция, 17 гидроэлектростанций, 2 теплоэлектроцентрали и сеть магистральных и распределительных линий электропередач (ЛЭП), объединяющая эти станции в энергосистему области, которая является частью Единой энергетической системы России. Область относится к числу наиболее энерговооруженных территорий РФ.

Объем инвестиций в основной капитал за 9 месяцев 2016 г., по предварительным данным Мурманскстата, составил 48,2 млрд руб., или 119,2 % [3]. Основным фактором роста объема инвестиций в основной капитал стало увеличение капитальных вложений организациями транспорта и связи и организациями коммунального комплекса. Основным источником финансирования инвестиций в основной капитал организаций за 9 месяцев 2016 г. являлись собственные средства организаций (56,3%), доля привлеченных средств составила 43,7% (за 9 месяцев 2015 г. – соответственно 71,7 и 28,3%). На средства бюджетов всех уровней пришлось 25,1% общего объема инвестиций в основной капитал (за 9 месяцев

2015 г. – 18,9%). Рост объема инвестиций в основном связан с увеличением расходов на строительство универсальных атомных ледоколов и возведение объектов в рамках реализации проекта «Комплексное развитие Мурманского транспортного узла». Объем иностранных инвестиций, по оценке, составил 5,9 млн долл. США, что на 13,3% меньше уровня аналогичного периода 2014 г. Основным иностранным инвестором Мурманской области, как и прежде, выступает Королевство Норвегия. Также иностранные вложения поступили из Республики Сейшельские острова, Республики Кипр и Британских Виргинских островов.

Норвегия за два года вложила около 6 млн норвежских крон (примерно 644 тыс. евро) в программы повышения уровня безопасности Кольской АЭС в Мурманской области и намерена продолжать поддержку проектов. В 2014 г. норвежская сторона выделила на эти цели 2,7 млн крон, а уже в 2015 г. эта цифра достигла 3,3 млн крон.

Объем работ и услуг, выполненных собственными силами по виду деятельности

«Строительство», также показывает рост, что обусловлено ростом объема строительных работ на объектах горнопромышленного комплекса. В настоящее время в области действует около 20 предприятий по производству строительных материалов. За счет собственных производственных мощностей регион способен удовлетворить потребность в инертных материалах (песок, щебень, гравий), бетоне и изделиях из бетона, металлоконструкциях.

Рынок жилья в Мурманской области с освоением арктического шельфа становится все более привлекательным. Кроме того, регион расширяет транспортные сети, что способствует притоку жителей соседних стран в Мурманскую область, а рынок труда этому способствует – потребность в работниках, заявленная предприятиями и организациями, по сравнению с октябрём 2015 г., возросла на 30,4%.

Таким образом, можно с уверенностью утверждать, что положение региона достаточно стабильно и он вносит свою лепту не только в развитие экономики страны, но и в обеспечение ее экономической безопасности.

Таблица 1

Среднегодовые темпы прироста основных показателей социально-экономического развития Мурманской области на период до 2030 г., [4]

Показатель, %	Период	2011–2015	2012–2018	2016–2020	2021–2025	2026–2030
Валовой региональный продукт		1,7	3,8	7,5	5,4	1,0
Промышленность		1,4	6,7	14,8	7,8	0,8
Инвестиции в основной капитал		20,0	14,9	1,7	–0,9	0,1
Реальная заработная плата		5,1	6,5	6,3	4,7	4,2
Оборот розничной торговли		3,8	4,5	4,3	2,8	2,5

Источник: разработка авторов.

Но стабильно не всегда означает хорошо, если не происходит дальнейшего движения в рамках намеченной стратегии. В этом смысле перспективы развития Мурманской области на долгосрочный период можно охарактеризовать как имеющие тенденцию к росту (см. таблица 1).

Мурманская область в перспективе должна стать центром развития и международного сотрудничества в рамках освоения Арктического региона.

Ключевую роль в инновационной политике, планируемую и реализуемую в перспективе, играет проект крупнейших российских нефтегазовых компаний (таких как «Роснефть», «НОВАТЭК», «Газпром») по созданию благоприятных условий и необходимой инфраструктуры для освоения месторождений углеводородного сырья на арктическом шельфе. Так, площадка Совета Баренцева / Евроарктического региона (СБЕР) предоставляет возможности создания перспективного регионального кластера, способного сформировать устойчивые экономические, социальные и

культурные отношения между Мурманской областью и соседними регионами.

В Мурманской области уже налажено сотрудничество с нефтедобывающими компаниями «Газпром», «Роснефть». Логистические базы снабжения обеспечивают добычу нефти с Приразломного месторождения, открыто новое месторождение нефти в Карском море, произведено разведочное бурение на Долгинском месторождении. Промышленный потенциал Мурманской области в освоении углеводородных ресурсов арктического шельфа способствовал формированию морского нефтегазового кластера на примере Ассоциации «Мурманшельф» (рисунок 2). Главной целью создания Ассоциации является подготовка местной промышленности, объединение предприятий, заинтересованных в участии в проекте комплексного освоения Штокмановского ГКМ и других месторождений на шельфе Арктики.

Дополнительный мощный импульс развитию свободных площадей на западном берегу Кольского залива придаст проект комплекс-

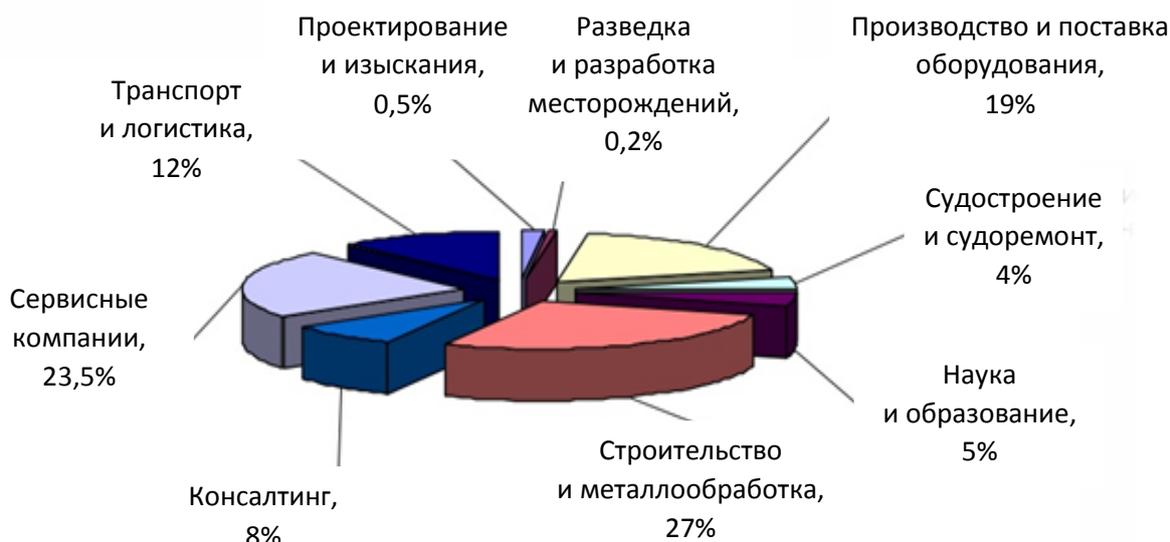


Рисунок 2
Структура Ассоциации «Мурманшельф»

Источник: [5].



Рисунок 3
 Проект Штокмановского газоконденсатного месторождения (ГКМ)

Источник: [6].

ного развития *Мурманского транспортного узла*, реализация которого происходит на трех этапах. В рамках проекта также предусмотрено строительство угольного и нефтяного терминалов. Стоимость данного проекта – 152,05 млрд руб., из которых 60% – внебюджетные источники [4].

Роль Мурманской области в освоении Штокмановского газоконденсатного месторождения (ГКМ) имеет для «Газпрома» стратегическое значение. Газопровод «Мурманск – Волхов» обеспечит поставки газа со Штокмановского месторождения для потребителей Северо-Западного региона России и экспортные поставки по газопроводу «Северный поток» (рисунок 3). Строительство газопровода, в частности, позволит реализовать социально значимую программу газификации Мурманской области и Карелии, что ускорит промышленное развитие региона.

Особенность создания технологического кластера обеспечения шельфовой добычи в

Арктике заключается в том, что он ориентирован на инвестиционный спрос, в первую очередь внутрироссийский, но рождаемый за счет разработки месторождений углеводородов на континентальном шельфе России в Арктике. «...Для вывоза нефти с шельфовых месторождений необходимы транспортные суда усиленного ледового класса и ледоколы, – подчеркнул заместитель министра транспорта РФ Виктор Олерский. – Такими судами перевозить нефть до конечного потребителя невыгодно. Логичнее всего организовать перевалку нефти здесь, в незамерзающем глубоководном порту Мурманск. Он будет основной точкой перевалки наливных грузов из арктических морей...» [1]. После 2020 г. кластер должен стать основным поставщиком услуг и кадров для освоения Арктики в Баренц-регионе, добившись тем самым глобальной конкурентоспособности в мировом сообществе.

На освоение Штокмановского газоконденсатного месторождения, включая завод по произ-

водству сжиженного природного газа и портовый транспортно-технологический комплекс по его отгрузке, будет потрачено 510 млрд руб. Объем добычи составит 71 млрд м³ природного газа, производство сжиженного природного газа в объеме 30 млн т в год. Помимо этого, будут созданы дополнительные рабочие места для 7000 работников.

Штокмановское ГКМ является ресурсной базой для поставок газа по трубопроводу «Северный поток» в страны Западной Европы. Проект обеспечит долгосрочные поставки энергетического сырья зарубежным партнерам Российской Федерации и станет важным фактором обеспечения энергетической безопасности на европейском континенте. Следовательно, данный проект, реализуемый с участием Мурманской области, укрепит позиции России в качестве ведущего игрока не только на европейском газовом, но и на глобальном энергетическом рынке.

Мурманская область обладает огромным потенциалом для того, чтобы в полной мере включиться в игру под названием «Освоение Арктической зоны», конечно, существует еще много проблем, которые необходимо решить в ближайшей перспективе, и объективных факторов, сдерживающих реализацию данной амбициозной задачи. Но существующие проблемы развития описанной территории позволяют выделить ряд факторов, сдерживающих развитие Арктики: экономические секторальные санкции, введенные западными странами; тяжелые климатические и социальные условия, влияющие как на саму возможность работы в таких условиях, так и на здоровье человека и на качественную составляющую его жизни; угроза экологических рисков; изменение законодательной базы; высокие экономические затраты на освоение месторождений.

Оптимизация и устранение сдерживающих факторов обеспечат качественный скачок в экономическом развитии арктического шельфа, экономическую безопасность и конкурентные преимущества как Мурманской области, так и России в целом.

Хотелось бы отметить, что Россия, переживающая финансовый кризис, нацелена вернуть свои позиции на международном энергетическом рынке. С точки зрения целесообразности реализации стратегии по освоению Арктического региона, Мурманская область играет важную стратегическую роль: наличие незамерзающего порта, развитая промышленная инфраструктура помогут значительно сократить издержки освоения. Для Мурманской области эти значительные перемены положительно повлияют на социально-экономическое развитие региона, потому что на данный момент город Мурманск является международной базой для заключения договоров и контрактов, а также проведения конференций, на которые приезжают более 200 компаний нефтегазового сектора, специализирующиеся на разведке, добыче и переработке углеводородного сырья, а также компании-подрядчики нефтегазовой промышленности и научно-исследовательские институты.

Российская Федерация заинтересована в освоении Арктики. По мнению авторов, в нынешних условиях будущее арктических проектов будет напрямую зависеть от готовности правительств арктических стран приспособить условия разработки месторождений к меняющейся ситуации. При сохранении низких цен на нефть компаниям будет сложнее окупить крайне высокие затраты, необходимые для освоения разработки арктических месторождений. В этой ситуации вероятен серьезный пересмотр стратегии освоения арктического шельфа как корпорациями, так и правительствами стран.

Подводя итоги отметим, что дальнейшее развитие проектов по освоению арктического шельфа зависит от того, как долго будут действовать санкции против России, как долго цены на нефть останутся низкими, как нефтедобывающие компании способны оптимизировать свои издержки, наличие способности и готовности государства оказать поддержку и создать благоприятные условия для освоения шельфа Арктики.

Список литературы

1. Электронный журнал «Эксперт-online». URL: <http://expert.ru/> (дата обращения: 10.10.2016).
2. *Фадеев А. М., Череповицын А. Е., Ларичкин Ф. Д.* Возможности и перспективы Мурманской области в освоении углеводородных ресурсов арктического шельфа // Экономические и социальные перемены: факты, тенденции, прогноз. 2011. № 4(16). С. 28–42.
3. Официальный сайт Правительства Мурманской области. Официальный портал органов исполнительной власти. URL: <http://www.gov-murman.ru> (дата обращения: 10.10.2016).
4. Постановление Правительства Мурманской области от 25 декабря 2013 г. №768-ПП/20 «О Стратегии социально-экономического развития Мурманской области до 2020 года и на период до 2025 года». URL: http://mpr.gov-murman.ru/files/139-%D0%9F%D0%9F-5_26%2003%202014.pdf (дата обращения: 10.10.2016).
5. Официальный сайт Министерства экономического развития Мурманской области. URL: <http://mines.gov-murman.ru> (дата обращения: 10.10.2016).
6. Ассоциация подрядчиков арктических проектов URL: <http://murmanshelf.ru/> (дата обращения: 10.10.2016).

ОСОБЕННОСТИ ФОРМИРОВАНИЯ СПРОСА И ПРЕДЛОЖЕНИЯ В ИНДУСТРИИ МОДЫ

THE SUPPLY AND DEMAND FORMATION FEATURES IN THE FASHION INDUSTRY

УДК 33.47.14



Люй Ямэн

аспирантка Российского государственного педагогического университета им. А. И. Герцена, yamenglv@icloud.com

Lui Yameng

Post-graduate student of Herzen State Pedagogical University, yamenglv@icloud.com

Аннотация.

В современном товарном обществе мода – это способ жизни, это состояние духа, которое улучшает жизнь и поведение людей, создает новый спрос и стимулирует создание новых товаров. Легко распространяющиеся модные товары с высокой добавленной стоимостью формируют производственную цепочку модной индустрии и создают экономическую выгоду. В повседневной жизни люди везде и всегда подвергаются влиянию моды. Мода распространяется на одежду, пищу, жилища и средства передвижения, на развлечения и другие аспекты жизнедеятельности человека. Мода управляет глобальным рынком, на котором непрерывно появляются модная одежда, электроника, автомобили и другие товары ежедневного или долгосрочного потребления.

Ключевые слова: мода, модные товары, индустрия моды, распространение модных товаров, спрос на модные товары, поставка товаров модной индустрии, структура модной промышленности.

Abstract.

In modern commodity society, fashion is a way of life, it is a state of mind that improves the life and behavior of people, creates new demand and stimulates the creation of new products. Easily spreading fashionable goods with high added value form the industrial chain of the fashion industry and create an economic benefit. People are everywhere and always exposed to fashion in their everyday life. Fashion covers clothes, food, houses and means of transport, entertainment and other aspects. Fashion runs the market where fashionable clothes, electronics, cars are continuously being launched into the market.

Key words: Fashion, fashion goods, the fashion industry, the distribution of fashionable goods, the demand for fashion goods, the supply of fashionable goods, the structure of fashion industry.

В современной глобальной экономике происходит перераспределение спроса, например, вместе с развитием производительных сил общества доля спроса на материальные товары в общем спросе населения уменьшается, а доля спроса на товары духовной культуры – растет. По мнению автора, это приводит к увеличению спроса на новые и модные товары. На духовные потребности людей также влияет образ жизни в определенную эпоху, а также – увеличивающаяся скорость ритма общественной жизни приводит к эмоциональному стрессу, поэтому человек ищет способы, как противостоять этому, и особую популярность приобретают, например, «дышащий искусством стиль странствий» и «романтическая старина», становятся модными «богемный стиль» и «ретро». Современные люди не чувствуют себя в безопасности, их будущее туманно и неопределенно, и в моде получили развитие и широкое распространение «стиль будущего» или «металлик» как возможность продемонстрировать соответствие современным тенденциям. Климат и экология непрерывно ухудшаются, и это отражается на моде: появляются и сразу занимают видное место зеленый цвет, здоровье, забота об экологии. Именно поэтому стиль жизни, ориентированный на здоровье человека и сбережение природных ресурсов, становится популярным по всему миру [1, с. 5].

Все эти актуальные тенденции определяют особенности спроса на товары модной индустрии, который в конечном итоге определяет потребительские предпочтения и изменения в индустрии моды.

Товары модной индустрии существуют в течение определенного времени и в определенном обществе, они связаны с распространенным образом жизни, привычками, культурой и идеологией. Они показывают потребление и духовные запросы основной части населения – потребителей моды и отражают наиболее распространенные эстетические вкусы.

По сравнению с обычными товарами, спрос на модные товары имеет следующие особенности.

Во-первых, спрос на модные товары ограничен по времени. Потребители с помощью

модных товаров демонстрируют причастность к миру моды, свою современность или выражают свою индивидуальность. Сама по себе мода нестабильна, легко меняется. мода меняется вместе с развитием экономики, к тому же у всех могут быть свои представления о том, что такое мода и как она может быть выражена. Благодаря этому свойству моды характеризует яркая принадлежность к определенной эпохе. Регионы, которые отстают в экономическом развитии, имеют модные тенденции, соответствующие уровню их экономического развития. Например, во время Культурной революции в Китае была модной зеленая военная форма. При этом у разных людей в одно и то же время может быть и разное понимание моды. Например, некоторые считают, что синонимом модной жизни является роскошь, другие, наоборот, полагают, что нужно избавиться от внешнего и вернуться к природе, третьи вообще предлагают что-нибудь новое и оригинальное. Если говорить о конкретных товарах, то свойство «модность» товара, связано с товаром начиная от идеи, затем – с его производством и в конечном итоге можно сказать, что товар может удовлетворить запросы потребителей в определенное время и в определенном месте, поскольку у него довольно короткий срок жизни. Как только мода меняется, ранее модный товар становится не модным и спрос падает. Согласно статистике, срок жизни одежды и IT-товаров (например, компьютеров, сотовых телефонов, цифровой техники) составляет от 2-х месяцев до 2-х лет, срок жизни традиционных бытовых электроприборов – 8–10 лет, а для мебели он может быть дольше 10 лет.

Во-вторых, спрос на модные товары персонализирован. Изменение модных тенденций приводит к аналогичным сдвигам спроса на модные товары. Стремясь быть модными, потребители меняются вместе с модой, но при этом у каждого из потребителей есть свои потребности в модных товарах: что конкретный потребитель считает модным или нет. По этой причине большая часть модных товаров не подходит для широкомасштабного производства, они принадлежат определенной марке, бренду или конкретному производителю.

Например, персонификация очень заметна в таких товарах, как косметика, прически, одежда. Электронные и механические товары (например, сотовые телефоны) в то же время производятся массово (это нужно для минимизации себестоимости), но, как и прочие модные товары, они должны удовлетворять персонифицированным запросам клиента.

В-третьих. Еще одна тенденция, влияющая на спрос и потребительские предпочтения, – это располагаемый доход потребителя.

Когда располагаемый доход потребителей растет, у них появляется больше возможностей для выбора в соответствии со своими пристрастиями. В таких условиях проявляется зависимость: чем менее потребитель ограничен в средствах, тем более ярко проявляются его индивидуальность и поиск нового. В «Отчете по результатам исследования модного индекса населения городов Китая с высоким и средним доходом» [1, с. 13] указано, что 74,5% людей выбирают «одежду и принадлежности, отличные от вещей других людей, имеющие собственное своеобразие», однако это не мода, а желание выделиться. Такой разнообразный спрос приводит к внутренней конкуренции между товарами, количество товаров непрерывно увеличивается, а потребительское пространство расширяется.

В-четвертых. Следующий фактор или особенность спроса на модные товары имеет отношение к символизму, по-другому это можно назвать «статусным потреблением». Эта статусность или символичность может быть выражена приверженностью к потреблению товаров модных брендов. Обычные товары удовлетворяют базовым потребностям покупателя. Модный товар, выражающий современные веяния, как правило, имеет большее культурное значение, отражает склонности определенной группы потребителей в определенный период времени. По словам социологов, это добавленная культурная ценность, и она имеет символическое значение, и, таким образом, потребители модных товаров демонстрируют свою приверженность определенной социальной группе. Символическое потребление было впервые описано Торстейном Вебленом в «Теории праздного класса»

[2, с. 6] как «статусное потребление». Символическое потребление связано с символической ценностью товаров, у модных товаров есть не только потребительская стоимость и меновая стоимость, но также и символическая ценность. Символическая ценность заключается в необычности такого товара, с помощью этого товара потребитель показывает свое отличие от других, принадлежность к определенной социальной группе, демонстрирует свою приверженность определенной группе товаров и удовлетворяет свои потребности [3, с. 22]. Японский ученый Хосино Кацуми в книге «Потребление в символическом обществе» [4, с. 18] пишет: «Потребитель уже не ограничивается “материальным потреблением”, он переключается на потребление чувств и стремлений соответствующих вещей».

В-пятых, потребление модных товаров может быть демонстративным. Иными словами, высшие социальные слои имеют высокую степень осознания своих ценностей и социального положения и с помощью таких товаров демонстрируют свой социальный статус и значимость. В то же самое время относительно низшие социальные слои надеются создать впечатление более высокого социального положения путем подражания высшим слоям, поэтому часто мода начинается в среде обеспеченных людей и аристократов, а заканчивается в среде обычных людей. Обеспеченные потребители могут позволить себе часто покупать предметы роскоши, люди же с относительно низким доходом могут покупать некоторые предметы роскоши, либо ограничивая себя в повседневных расходах, либо ограничивая частоту своего потребления, что позволяет им продемонстрировать свою принадлежность к более высоким социальным слоям. Так как в современном обществе нет четких разграничений социальных слоев, то такое потребительское поведение можно наблюдать довольно часто. Если привести в качестве примера долю расходов на модные товары в совокупных расходах потребления, то для социальных групп с относительно низким доходом (например, молодых специалистов и студентов) доля расходов на модные товары составляет 30%, что заметно выше, чем у аристократов и «высоко-

поставленных белых воротничков», имеющих достаточно высокий доход и покупательную способность. В «Докладе об изменении жизни городского населения 2012 года» [5, с. 11] указано, что спрос на потребление товаров роскоши растет быстрее, чем покупательная способность на такие товары. Почти у 20% опрошенных есть опыт, когда им приходилось копить деньги, чтобы купить товар роскоши. В условиях, когда у людей есть страстное желание потреблять предметы роскоши, но способность делать это ограничена, то спрос и потребление жителей городов постепенно становится демонстративнее и сейчас в основном концентрируется на таких материальных товарах, как одежда и ювелирные изделия, достоинством которых является возможность легко демонстрировать общественное положение и статус. Это проиллюстрировано на рисунке 1.

Таким образом, рассмотрев факторы, определяющие структуру спроса и потребительских предпочтений товаров индустрии моды, следует рассмотреть структуру производства, т. е. структуру предприятия модной промышленности, поскольку эти понятия тесно между собой связаны.

Структура предприятия модной промышленности – это структура, сочетающая отделы предприятий, занимающиеся вопросами производства модных товаров с другими отделами. Модная промышленность, как правило, включает производство и поставку модных товаров, сочетает сферу производства и сферу услуг. Производство относится к вторичному сектору экономики, например: модная одежда, обувь, головные уборы, обувь и изделия из кожи, украшения, часы, ювелирные изделия, духи, товары для кожи и волос, потребительская электроника и т. д. Во время потребления модные товары относятся к третичному сектору экономики, например: косметические услуги и уход за волосами, фитнес, путешествия, модная музыка, кино и телевидение, мультфильмы и комиксы, книги и журналы, рестораны и бары.

Также модную промышленность можно разделить на несколько уровней, как показано на рисунке 2. Внутри находится ядро, то есть промышленность, производящая одежду и аксессуары. Связанный с ним уровень лежит вокруг ядра и включает в себя его продукцию, например, потребительскую электро-



Рисунок 1
Объем потребления различных групп потребителей в 2012 г.

нику, модные телефоны и др. Производный уровень окружает первые два, который также включает в себя модное поведение, товары, порожденные модными товарами, например, мультфильмы и комиксы.

Модные товары получили широкое распространение с развитием общества и увеличением производительности, под влиянием спроса на модные товары их удельный вес в структуре совокупного общественного продукта постоянно растет.

Так как срок продажи товаров модной промышленности относительно короткий, а срок производства примерно совпадает со сроком производства обычных товаров, то необходимо укладываться в сезон продаж, избегая повышения себестоимости за счет логистических процессов, и точно прогнозировать спрос на модные товары с учетом особенностей спроса на него.

Помимо этого, на эстетические нормы и вкусы потребителей влияют региональные и национальные особенности. Например, в период Нара среди японской аристократии

была мода на одежду в стиле китайской династии Тан, поскольку вплоть до восстания Ань Лушаня японцы ездили учиться в Китай. В современной же Японии модная одежда в значительной степени находится под влиянием Запада. Однако с развитием экономической глобализации и увеличением скорости обмена информацией, все более очевидной становится глобализация модных трендов, которая проявляется во все большем совпадении вкусов применительно к модным товарам у покупателей всего мира, и это все больше влияет на покупательские предпочтения модных товаров. Исследования показывают, что 40% китайцев, родившихся в 1980-е гг., при выборе модных товаров на первое место ставят «модные элементы», а характеристики товара, его цена и качество играют меньшую роль. Исследования компании «Линдянь» также показывают, что для этого поколения при потреблении «на первом месте стоит мода, удовольствие от потребления» [6, с. 63]. Из этого следует, что в Китае поколение, родившееся в 80-е гг., является основной группой потре-



Рисунок 2
Иерархия индустрии моды

ния товаров индустрии моды. В то же время, чтобы определить тенденции, влияющие на индустрию моды и потребительские предпочтения, необходимо рассмотреть особенности установления цены на модные и сопутствующие товары. Обычно, чем выше цена товара, тем ниже на него спрос. Если цена на модные товары не меняется, а сопутствующие товары являются заменителями модных товаров, то чем выше цена на сопутствующие товары, тем выше спрос на модные товары. Если сопутствующие товары дополняют модные товары, то чем выше цена на сопутствующие товары, тем ниже спрос на модные товары. Все вышесказанное позволяет продемонстрировать с помощью анализа функции спроса на модные товары.

Спрос на обычные товары достаточно чувствителен к цене. Так как модные товары удовлетворяют не только спрос на потребительскую стоимость, но также связаны с символическим потреблением, то в теории их ценовая зависимость должна быть ниже.

Функция спроса на обычные товары в нормальных условиях является зависимой переменной от востребованности, при этом цена является аргументом. То есть $Q_D = f(P)$, где Q_D – это востребованность товара, а P – его цена.

Функция спроса на модные товары является зависимой переменной от востребованности, при этом цена модных товаров является аргументом. Так как модные товары можно представить как «обычные товары плюс модный элемент», то и цену на модные товары можно представить как цену на обычные товары, к которой прибавлена «наценка за модность», т. е. $P_F = P + \Delta P$, где P_F – это цена на модные товары.

Таким образом, если доход покупателя, цена сопутствующих товаров, предпочтения потребителей и прочие факторы не меняются, функцию спроса на модные товары можно представить следующей формулой:

$$Q_D = f(P + \Delta P).$$

Если говорить о модных товарах, то размер спроса на них в первую очередь находится под влиянием базового действия модных товаров. Чем выше базовая цена P , тем ниже итоговый спрос, и влияние модного элемента

может быть выражено через ΔP . По функции спроса на модные товары видно, что для товаров с одинаковым объемом потребления из-за более высокой цены модных товаров при прочих равных условиях объем потребления модных товаров будет ниже, чем у обычных товаров.

На рисунке 3 видно, что если спрос на обычные товары и на товары с модным элементом ввести в одну и ту же систему координат, то кривая спроса на модные товары будет сдвинута на ΔP выше, чем кривая спроса на обычные товары. Востребованность обозначена Q^* , и покупатель готов заплатить за обычные товары цену P_1 , а за модные товары цену P_2 .

Другая крайность заключается в том, что если модные предметы уже стали предметами роскоши, то чем сильнее растет их цена, тем сильнее растет спрос, и происходит «подъем хвоста» кривой, то есть кривая искривляется направо и наверх, как показано на рисунке 4.

На отрезке АВ товар – это по-прежнему обычный товар, в основном соответствующий обычной закономерности кривой спроса, которая направлена вниз. После точки В цена на предмет роскоши продолжает расти, и происходит эффект Гиффена, т. е. востребованность растет вместе с ценой. Это можно объяснить символическим, статусным потреблением, которое отличает покупателей предметов роскоши от потребителей обычных товаров.

Далее рассмотрим особенности поставки товаров модной индустрии и производственные факторы, влияющие на деятельность индустрии моды, что в конечном итоге также влияет на формирование потребительских предпочтений.

Модные товары получили широкое распространение с развитием общества и увеличением производительности, их удельный вес в структуре совокупного общественного продукта постоянно растет. В то же время производственные факторы товаров модной индустрии – это факторы и условия внешней среды, необходимые для осуществления материального производства. Как правило, производственные факторы, включают: человеческий, материальный и другие (комбини-

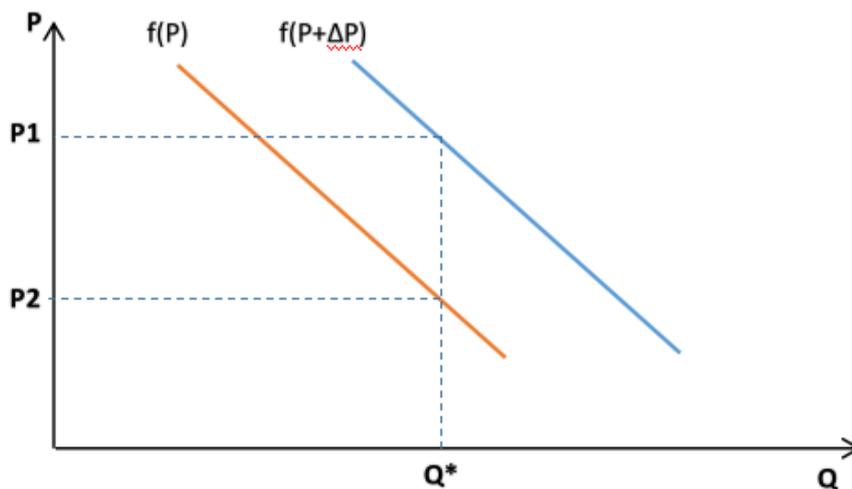


Рисунок 3
Кривая спроса на модные товары

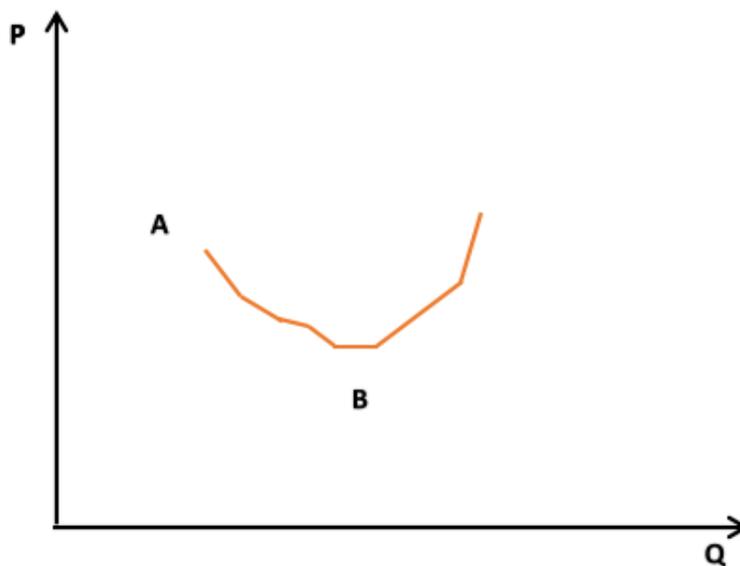


Рисунок 4
График предметов роскоши Гиффена

рованные) факторы. В основе классической экономики лежит трудовая теория стоимости, и она исследует в большей степени производственные факторы, связанные с рабочей силой. Ученые неоклассической школы экономики отказались от трудовой теории стоимости, соответственно, в качестве производственных

факторов они стали анализировать факторы капитала, земли и др. Современная экономическая школа считает, что производственные факторы включают четыре вида факторов: рабочую силу, землю, капитал, предпринимательские способности. Рабочая сила – это трудоспособные люди, у которых есть квали-

фикация для работы, включая непосредственно работающих и косвенно работающих. Под «землей» подразумеваются все природные ресурсы, используемые при производстве, включая землю. Капитал – это финансовые ресурсы, которые используются для товаров и услуг производственного потребления, включая оборудование, механизмы, строительство заводов, транспортировку и транспортные средства [7, с. 124]. Предпринимательские способности включают в себя организацию, управление, хозяйствование, инновации, управление рисками и другую деятельность, они организуют все другие финансовые ресурсы и придают им динамичность [8, с. 54].

Производственные факторы, необходимые для производства товаров модной индустрии, также требуют сочетания этих четырех элементов. Однако так как товары, которые поставляет модная индустрия, связаны с креативными товарами и услугами, то определяющим производственным фактором является не земля или обычная рабочая сила, а способности талантливых людей. Модная промышленность начиналась как производство одежды в Париже и Милане, и, с точки зрения производственной цепочки западной модной индустрии, руководящим фактором остается предприниматель. Италия стала символом модного промышленного дизайна в мире после Второй мировой войны, и этому способствовали предприниматели. Сейчас в развитых странах сфера модной промышленности постоянно расширяется, а система управления промышленностью постоянно улучшается. Если следовать этим тенденциям, то производство в индустрии моды можно разделить на модный дизайн и модный маркетинг. Дизайн показывает путь, а маркетинг его продвигает. Дизайн опирается на способности дизайнера, а маркетинг – это умение продать свой товар. Став брендом быстрой моды, испанская Zara вошла в топ 100 самых ценных брендов, этим она обязана более чем 400 дизайнерам, работающим на этот бренд. Основатель бренда Armani Джорджо Армани, председатель правления и директор, в молодости был дизайнером витрин. Этот бренд превратился в мировой бренд самого высокого

уровня, в законодателя тенденций в одежной моде, что было связано со способностью Армани поймать удобный момент. В 1980-е гг., чтобы продвинуть костюм power suit, Армани предоставил его Ричарду Гиру, исполнявшему главную роль в фильме «Американский жиголо», который был показан на экранах всех кинотеатров. Фильм был успешным, и этот успех распространился на самого Армани – одежда этой марки стала популярной среди актеров–звезд Голливуда.

Рассмотрим еще факторы, которые влияют в конечном итоге на экономику индустрии моды.

Один из важных факторов – стоимость капитала, или финансовый фактор. Особенность модных товаров в том, что их можно рассматривать как сочетание обычных товаров и модного элемента, и у такого сочетания довольно большая потребность в капитале. Начиная с дизайна, с превращения идеи в товар, а потом на стадии продвижения модного товара существует тесная связь промышленности с отделами дизайна, средствами массовой информации, центрами развлечений. А они все, как правило, являются капиталоемкими, и в их работе очень ярко выражен коммерческий элемент.

Далее, другой важный фактор – стоимость талантов. У модных товаров есть уникальные отличия от обычных товаров. Производственная цепочка, ввод модных товаров в промышленное производство зависят от умений людей и системы управления предприятием. Если в качестве примера использовать производство одежды в Китае, то здесь эта сфера промышленности начала развиваться поздно, ей не хватает профессиональных талантов, существующие механизмы обучения отстают от международных, и из-за этого китайское производство одежды имеет пробелы в областях получения ресурсов, дизайна, оперативного управления и в других. В настоящее время индустрия моды остро нуждается в следующих работниках: в дизайнерах, специалистах по товарному планированию, специалистах по визуальному маркетингу, мерчендайзерах, маркетологах, которые владеют основами теории и имеют практический опыт работы.

Нехватка таких специалистов серьезно ограничивает развитие модного производства одежды в Китае [10, с. 43].

И, наконец, стоимость управления. Сами по себе ноу-хау, капитал и талант не вступают в химическую реакцию и не превращаются в модный товар, им нужен четвертый элемент – управление. За исключением брендов, специализирующихся на предметах роскоши, которые с помощью цены бренда могут обеспечить высокий уровень возврата на инвестированный капитал, в остальном при производстве модных товаров производители должны уделять большое внимание вопросу стоимости логистических цепочек.

Себестоимость поставки модных товаров – это компенсации и издержки, которые поставщик несет на производство определенного количества модных товаров определенного качества. Как и в креативной индустрии, ценностная система модной промышленности формируется, в основном, следующими четырьмя факторами: уникальными ноу-хау, капиталом, талантом и управлением [9, с. 67].

Наиболее распространенная функция поставки обычных товаров – это зависимая переменная объема снабжения, в которой цена используется как независимая переменная. То есть $Q_s = f(P)$, где Q_s – это объем поставки товара, а P – цена.

Функция поставки модных товаров берет в качестве зависимой переменной объем поставки модных товаров, а в качестве независимой переменной – их цену. Так как модные товары можно представить как «обычный товар, к которому прибавлен модный элемент», то цену на модный товар можно представить как цену на обычный товар, к которой прибавлена «надбавка за моду», т. е. $P_F = P + \Delta P$, где P_F – это цена на модные товары.

Таким образом, если производственные затраты, цена товаров-заменителей, технологии производства и другие условия не меняются, то функция снабжения модных товаров будет следующей:

$$Q_s = f(P + \Delta P).$$

В обычных условиях цена на товар P определяется полезностью базовой потребительской стоимости немодных товаров, а также нахо-

дится под влиянием соотношения спроса и предложения на этот вид обычных товаров. Однако в этой простой формуле поставок модных товаров цена P больше не является единственным определяющим фактором. Большее влияние оказывает модная наценка ΔP , которая изменяется в зависимости от степени «модности» товара. Модная наценка связана с оценкой стоимости ноу-хау талантливых сотрудников, а также с капиталом, технологиями и управлением, и они все вместе создают модный элемент, который проявляется в обычном товаре.

Как показано на рисунке 5, при одинаковой цене себестоимость поставки модных товаров для поставщика выше, чем у обычных товаров, а объем поставленного модного товара меньше. По этой причине кривая поставки модного товара смещена влево от кривой поставки обычного товара.

Если модный товар является предметом роскоши, он также подчиняется закономерностям спроса как на обычные товары, то есть при повышении цены уменьшается объем поставки. Некоторые предметы роскоши «топовых» брендов, которые изготавливаются исключительно вручную, стали синонимами индивидуальности, высокого положения и роскоши. Например, костюмы «Savile Row», ювелирные изделия «Cartier», часы «Patek Philippe», обувь «TOD'S» и «Salvatore Ferragamo» и др. Такие товары производятся очень ограниченными количествами, особенно это касается товаров, производимых на заказ. Из-за этого их кривая поставки будет иметь форму прямой линии, как показано на рисунке 6. Q^* – это максимальный объем поставки этого товара, вне зависимости от роста цены, объем поставки не может превышать этой величины. На практике некоторые модные товары могут специально создавать дефицит, чтобы увеличить привлекательность товара и культивировать верных приверженцев бренда. Например, это делает бренд быстрой моды ZARA.

Таким образом, рассматривая особенности формирования спроса и предложения в индустрии моды, следует прежде всего выделять факторы, оказывающие влияние на макроуровне (ситуация на мировых рынках,

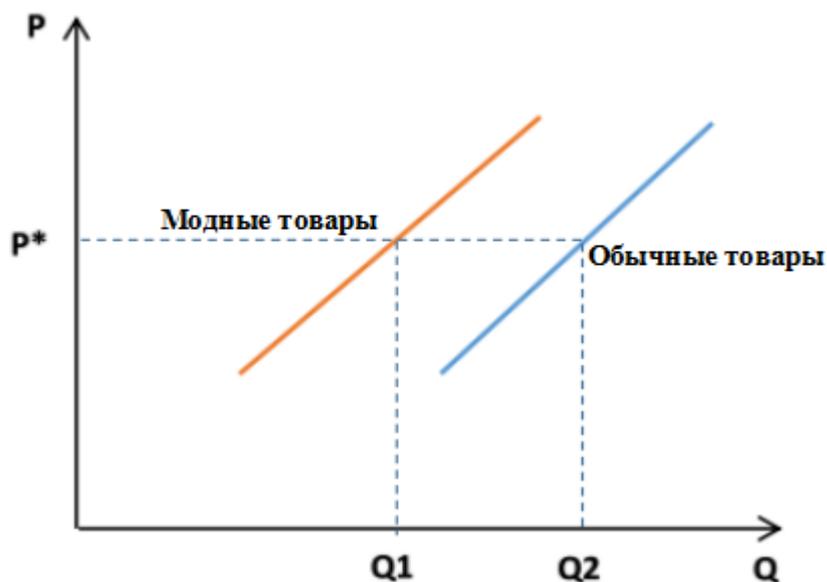


Рисунок 5
Функция поставки модных товаров



Рисунок 6
Функция поставок предметов роскоши, изготовленных на заказ

культурные и базовые потребности населения, политическое влияние и т. п.), а также факторы, влияющие на микроуровне (стоимость капитала, рабочей силы, создания цепочек ценностей и т. п.). Все это в целом определяет ситуацию на рынке индустрии моды и напрямую влияет на формирование спроса и пред-

ложения, которые в конечном итоге и определяют как потребительские предпочтения, так и экономическую ситуацию в отрасли.

Соотношение спроса и предложения на рынке модных товаров побуждает производителей оптимизировать структуру и способ организации производства модных товаров, а

эта оптимизация, в свою очередь, требует создания новых и модных товаров, соответствующих запросам потребителей и тенденциям на рынке. Конкурентоспособность модных товаров зависит от ситуации на макро- и микро-, национальных и глобальных рынках. Автор рассмотрел особенности формирова-

ния спроса и предложения, а также потребительского поведения в сфере производства модных товаров на основе анализа факторов, влияющих на участников рынка, и описал возможные факторы, влияющие на управление потребительскими предпочтениями на рынке модных товаров.

Список литературы

1. *Цзян Жунчунь*. Развитие модной индустрии и стимулирование внутреннего рынка потребления конечных товаров высокого и среднего класса. Пекин: Изд-во Форум современного Китая, 2009.
2. *Торстейн Веблен*. Теории праздного класса. Нью-Йорк: Изд-во Коммерческий пресс, 2004.
3. *Лан Сяньпин* и др. Основные характеристики – стратегии модной индустрии. Шанхай: Изд-во Дунфан, 2007.
4. *Хосино Кацуми*. Потребление в символическом обществе. Тайбэй: Изд-во Тайбэй Юань-Лю, 1988.
5. *Ванг Джин*. Доклад об изменении жизни городского населения 2006 года. Пекин: Изд-во Мода, 2012.
6. *Lala*. Поколение 80-х, движущая сила модного потребления. Шанхай: Изд-во Байхо, 2008.
7. *Го Сибао, Хэ Лин*. Микроэкономика. Пекин: Изд-во социальных наук Китая, 2002. 124 с.
8. *Цай Цзимин*. Роль нетрудовых производственных факторов в неравномерной эксплуатации // Научный вестник партийной школы ЦК КПК. 2003. № 1. С. 54.
9. *Ян Юнчжун*. Экономика креативной промышленности. Фуцзянь: Изд-во Народное издательство Фуцзянь, 2009.
10. *Ян Дабо*. Стимулирование моды – взгляд на китайскую модную промышленность. Пекин: Изд-во Цепочки и патенты, 2008.

ВАЛЮТНОЕ РЕГУЛИРОВАНИЕ КАК ИНСТРУМЕНТ ВНЕШНЕЭКОНОМИЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ И ОБЕСПЕЧЕНИЯ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ БЕЗОПАСНОСТИ РОССИИ

CURRENCY REGULATION AS A TOOL OF FOREIGN ECONOMIC ACTIVITY AND ENSURING ECONOMIC SECURITY OF RUSSIA

УДК 339.5



ЛЕЛЯВИНА Татьяна Анатольевна

доцент кафедры правового обеспечения экономической безопасности Санкт-Петербургского государственного архитектурно-строительного университета, кандидат экономических наук, tatle@bk.ru

LELYAVINA, Tatiana Anatolyevna

Associate Professor at the Department of Legal Support of Economic Security, Saint-Petersburg State University of Architecture and Civil Engineering, Candidate of Economic Sciences, tatle@bk.ru



СЕМЕНОВА Анна Викторовна

доцент кафедры правового обеспечения экономической безопасности Санкт-Петербургского государственного архитектурно-строительного университета, кандидат экономических наук, an-ale@yandex.ru

SEMENOVA, Anna Viktorovna

Associate Professor at the Department of Legal Support of Economic Security, Saint-Petersburg State University of Architecture and Civil Engineering, Candidate of Economic Sciences, an-ale@yandex.ru

Аннотация.

В статье рассматривается процесс государственного валютного регулирования, его особенности. Показано, что валютное регулирование и валютный контроль – это важнейшие инструменты государственной валютно-финансовой политики в России. Исследована система валютного регулирования, указаны ее элементы. Рекомендованы основные направления валютного регулирования. Установлено, что в случае ослабления валютного контроля происходит снижение инвестиционных потоков, и, как следствие снижается активность субъектов реального сектора экономики, что приводит к снижению показателей внешнеэкономической деятельности.

Ключевые слова: валютное регулирование, валютный контроль, внешнеэкономическая деятельность, экономическая безопасность, валютный рынок, конкурентоспособность, принципы валютного регулирования.

Abstract.

The article examines the process of state currency regulation, its features. It is shown that currency regulation and currency control is the most important instrument of the state monetary and financial policy in Russia. The system of currency regulation is investigated, its elements are indicated. The main directions of currency regulation are recommended. It is established that in the event of a weakening of foreign exchange control, there is a decrease in investment flows, and as a result, activity of the subjects of the real sector of the economy is reduced, which leads to a decrease in the indicators of foreign economic activity.

Key words: *currency regulation, foreign exchange control, foreign economic activity, economic security, foreign exchange market, competitiveness, principles of currency regulation.*

Экономика России в последние годы подвергается серьезной проверке на независимость, устойчивость, стабильность, конкурентоспособность, способность поддерживать положительную динамику роста благосостояния предприятий и организаций государственного и частного секторов, а также населения страны. Конкурентоспособность здесь является одним из важнейших факторов, поскольку для создания и поддержания конкурентных преимуществ в современном высокотехнологичном мировом пространстве, необходимы постоянные изменения, позволяющие повышать уровень инновационного развития во всех отраслях и сферах экономики максимально возможными темпами. Российский государственный и частный секторы во многом ориентированы не только на западный подход управления изменениями, но и подвержены сильному влиянию восточной и ближневосточной политики изменений в различных отраслях и сферах деятельности государств-партнеров. Создание новой конкурентоспособной экономики и нового конкурентоспособного продукта, с одной стороны, предполагает жесткое целеполагание, прогнозирование и планирование, с другой – либеральный подход в решении проблем.

Следует особенно подчеркнуть источник либерализации экономики – глобализацию, движущей силой которой является такой фактор, как интенсивное развитие информацион-

ных систем на базе компьютеризации во всех сферах, что обеспечивает быстрое получение большого объема информации, возможность заключения сделок в режиме реального времени, возможность управлять производственными предприятиями и торговыми отношениями, физически находясь на огромных расстояниях от объектов управления. Отсюда, как следствие, появилась необходимость сменить жесткий торгово-политический режим на более мягкий, допускающий меньший уровень формализма, сначала в отношении товарных рынков, потом рынков услуг, капиталов, затем фондовых рынков и, наконец, валютных рынков.

Поддержание экономической стабильности, укрепление позиций на мировой политической арене, обеспечение лидирующих позиций на международном торговом пространстве – залог экономической безопасности государства. Партнерские внешнеэкономические и внешнеторговые отношения со странами востока и запада, осуществляемые чаще всего больше в интересах иностранных партнеров, так как все расчеты проводятся не в российской валюте, диктуют необходимость совершенствования ряда механизмов, с помощью которых экономика России получает если не дополнительные преимущества перед экономически развитыми странами, то возможность удерживать высокие позиции среди развитых экономик. Одним из таких механизмов является валютное регулирование и валютный контроль.

В отношении валютного регулирования и валютного контроля правовой базой является Федеральный закон от 10.12.2003 № 173-ФЗ (редакция от 03.07.2016) «О валютном регулировании и валютном контроле» [1]. Данный закон вводит правовой базис и определяет основные принципы валютного регулирования и валютного контроля в Российской Федерации. Его цель – обеспечить правовую основу главных факторов прогрессивного развития национальной экономики и высокоэффективного международного экономического сотрудничества. А именно – реализацию единой государственной валютной политики, обеспечение устойчивости национальной валюты, а также контроль и обеспечение высокого уровня стабильности валютного рынка на территории Российской Федерации. В данном законе определены основные права и обязанности субъектов валютных отношений относительно прав владения, пользования и распоряжения валютными ценностями, а также установлены полномочия органов валютного регулирования.

Публичные интересы государства в ситуации, когда речь идет о государственном воздействии на участников внешнеэконо-

мической деятельности, определяют роль валютного регулирования и его место в валютной политике. Валютное регулирование – это огромный комплекс мер, осуществляемых государственными органами на законодательном, административном, организационном и экономическом уровнях. Основные цели валютного регулирования приведены на рисунке 1.

Валютный контроль также является неотъемлемой и не менее важной частью валютной политики. По своей сути он, этот процесс, может рассматриваться не только как механизм контроля со стороны государства за соблюдением валютного законодательства участниками внешнеэкономических отношений или как механизм укрепления национальной валюты, но и как форма нетарифного регулирования внешнеэкономической деятельности.

Для подробного исследования процессов валютного регулирования и валютного контроля, а также разработки научно-практического подхода к повышению эффективности использования валютных процессов при осуществлении международных торговых сделок, необходима правовая и экономическая базы.

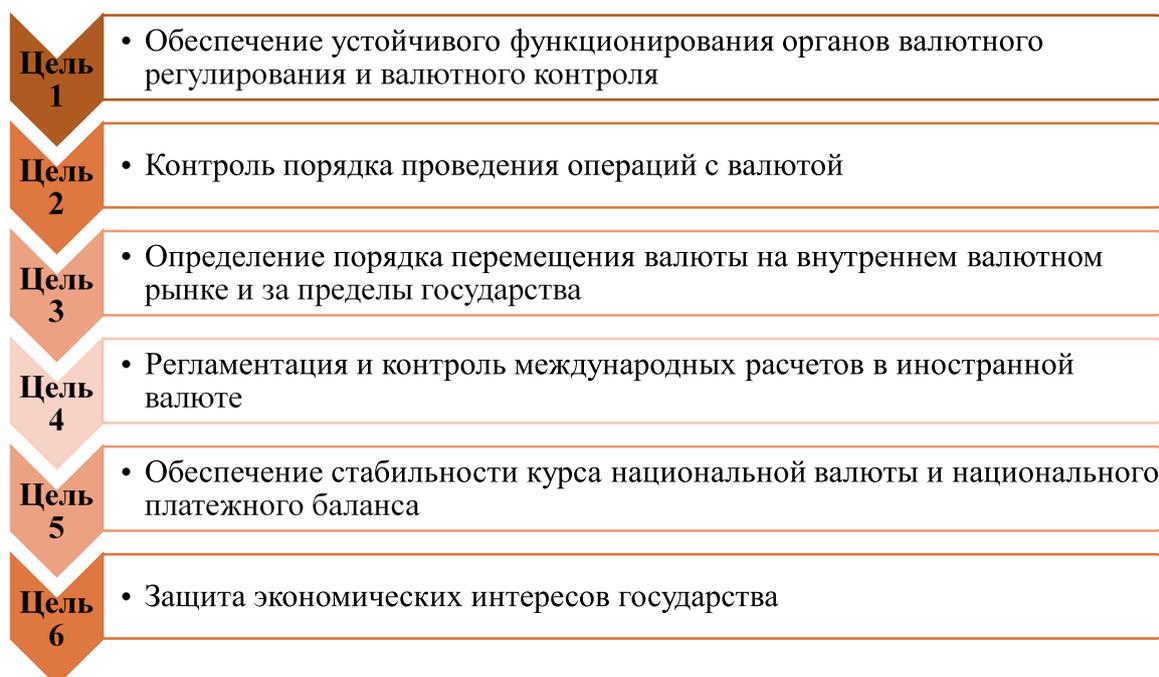


Рисунок 1
Приоритетные цели валютного регулирования

Здесь, с точки зрения авторов, необходимо отметить две немаловажные особенности. Первая особенность – принципы валютного регулирования и валютного контроля, как основные правила, установки, положения, особенности устройства валютного механизма. Эти принципы валютного регулирования и валютного контроля представлены на рисунке 2 [2].

Вторая особенность – определенная специфика валютного законодательства в отношении определения субъектов валютных правоотношений. Государство, согласно принципам валютного регулирования и валютного контроля, выступает как регулятор валютных отношений. Отсюда основным критерием классификации субъектов валютных отношений становится характер реализуемых со стороны субъектов интересов. Так, коммерческие юридические лица и частные лица стремятся к получению собственной выгоды, вступая в валютные отношения. А государственные органы, например, Банк России, уполномоченные банки, налоговые и таможенные органы, валютные биржи, реализуют общественные

интересы относительно осуществления валютных отношений [3]. Отсюда возникает еще одна такая особенность, как разделение субъектов валютных правоотношений на участников валютных операций и участников, осуществляющих валютное регулирование и валютный контроль. Представители каждой группы участников вступают друг с другом в валютные правоотношения с целью реализовать возложенные на них законодательством обязанности для четкой работы валютного механизма.

Процесс государственного валютного регулирования в России имеет свой особенный характер, так как современная денежная система является фидуциарной и строится исходя из российского и мирового опыта, в том числе более поздних периодов времени, опираясь на современное российское и мировое законодательство и «правила игры» на мировых валютных рынках.

Фундаментальными началами валютного регулирования и валютного контроля в Российской Федерации признаются [3] (рисунок 3).

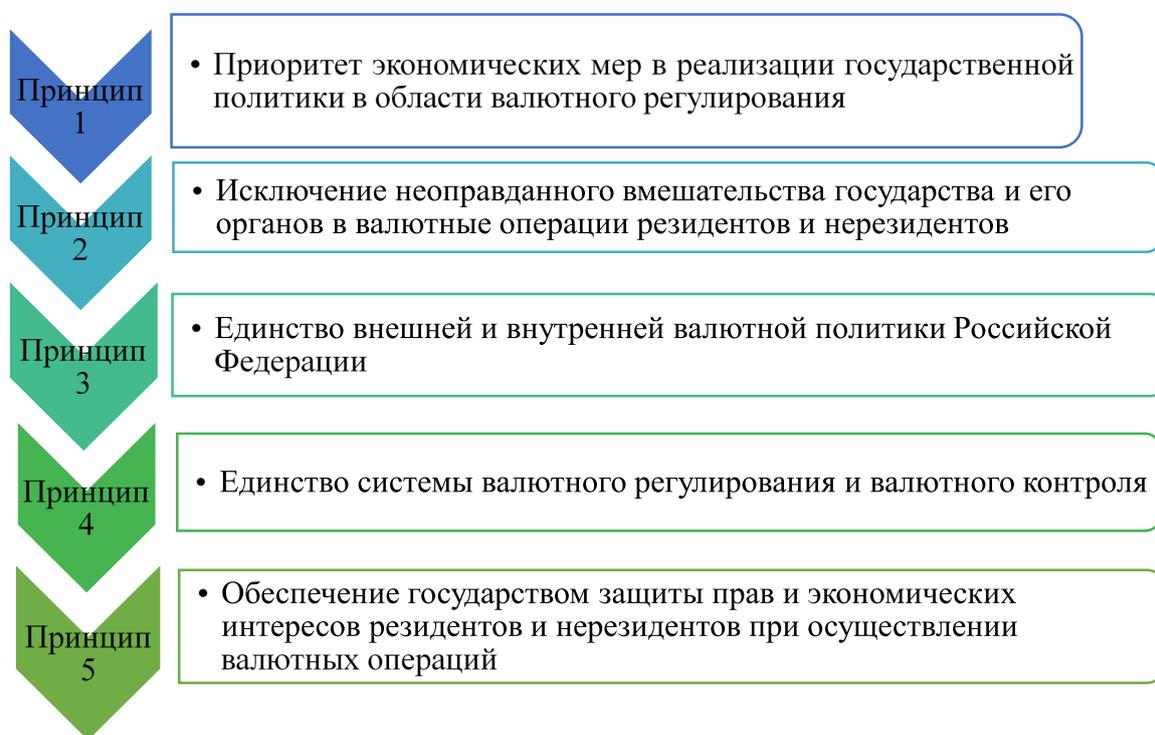


Рисунок 2
Принципы валютного регулирования и валютного контроля [2]

По мнению авторов, валютное регулирование осуществляется по следующим направлениям [4; 5; 6] (рисунок 4).

В части проведения Правительством Российской Федерации и Центральным банком России управляющего своевременного воздействия на работу валютного механизма, следует выделить главные из них:

- управление динамикой рыночного валютного курса; установление системы валютного курса рубля;
- ликвидация правительственного внешнего долга;
- утверждение способов по обеспечению необходимого значения и наиболее действенного устройства официальных золотовалютных запасов;
- управление внешнеэкономической деятельностью и в итоге проявления воздействия на положение на валютном рынке.

Как известно, валюта является не только средством платежа, но и своеобразным товаром. Валюта обращается на специальных рынках, которые называются валютными. Валютный рынок можно охарактеризовать

как сферу экономических отношений, проявляющихся при осуществлении операций по купле-продаже иностранной валюты и ценных бумаг в иностранной валюте, и операций по инвестированию валютного капитала [6; 7]. Валютный рынок является основой валютной системы. Понимание структуры валютного рынка, его сущности, помогает грамотно и эффективно осуществлять валютное регулирование. В зависимости от объема, характера валютных операций и набора валют валютные рынки подразделяются на международные и национальные.

Под национальными валютными рынками понимается вся совокупность операций, осуществляемая банками, расположенными на территории данной страны по валютному обслуживанию своих клиентов, в числе которых могут быть компании, частные лица и другие банки. Международный валютный рынок охватывает валютные рынки всех стран мира. Под международным валютным рынком понимается сеть тесно связанных между собой мировых региональных валютных рынков. Между ними существует перелив средств, в

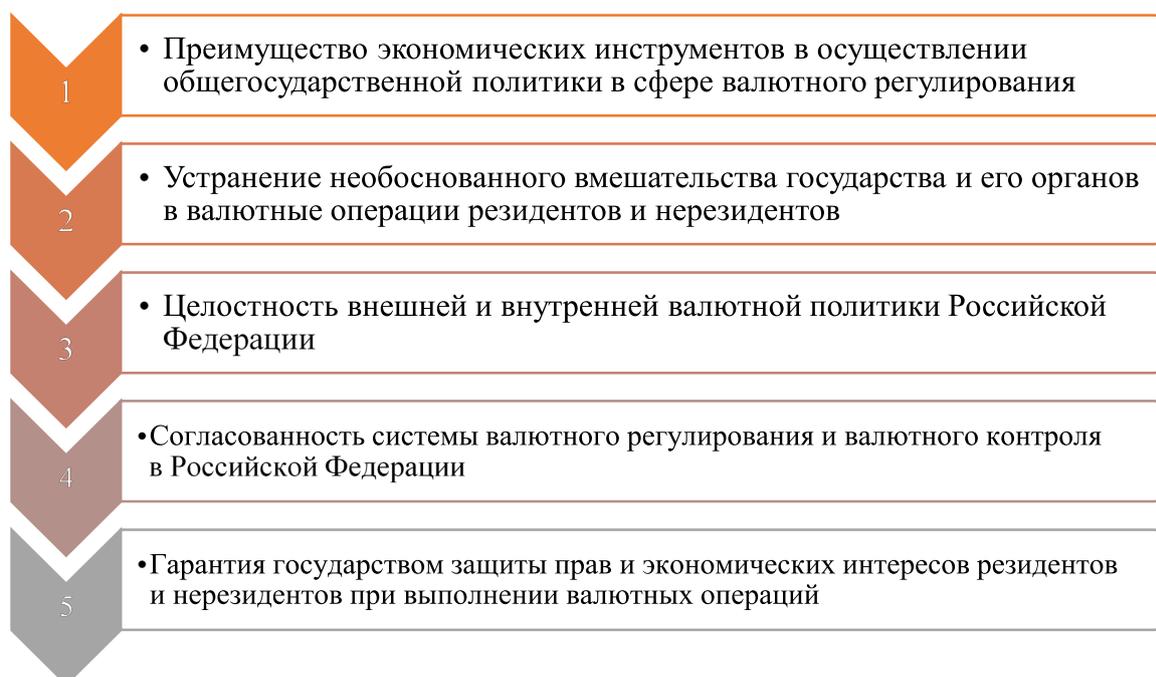


Рисунок 3

Фундаментальные начала валютного регулирования и валютного контроля [3]

зависимости от складывающейся ситуации и прогнозов ведущих участников рынка относительно возможного положения отдельных валют. Международный валютный рынок не имеет документально оформленных правил торговли, его функционирование основано на кодексе этических принципов, которые складывались на протяжении многих лет.

Стабильное развитие национального производства, высокий уровень качества и конкурентоспособности национальных товаров на внутреннем и мировом рынках составляют основу процесса стабилизации национальной валюты. Кроме того, стабильность курса рубля и внутреннего валютного рынка во многом зависит от процессов, которые происходят в сфере денежного обращения, кредитной системе и политике.

Реальный сектор экономики, находясь в достаточно сложных экономических и политических условиях, не может развиваться без инвестиций. Отсюда появляется необходимость прямого взаимодействия с финансово-кредитной системой. Предприятия реального сектора становятся участниками кредитного рынка, на котором получают возможность вливания

инвестиционных потоков российских и зарубежных инвесторов, и внешнеэкономической деятельности. Получив инвестиционную поддержку, российские предприятия реального сектора укрепляют конкурентоспособность и инновационную составляющую, за счет чего в наиболее полной мере реализуется социальная ответственность предприятий перед обществом, повышается благосостояние населения. Далее перед участниками реального сектора экономики встает вопрос о возрастании объемов национального экспорта путем внедрения стимулирующих мероприятий во внешнеэкономической деятельности и валютном регулировании.

Население, в свою очередь, становится платежеспособным и более активно участвует в валютно-кредитных отношениях. Кроме того, следует отметить, что предприятия, хотя и имеют возможность непосредственного участия на международных товарных рынках, но поскольку все расчеты между участниками рынков происходят в иностранной валюте, то и в этом случае не обойтись без участия валютного рынка. Таким образом, можно прийти к выводу, что поскольку отношения и связи

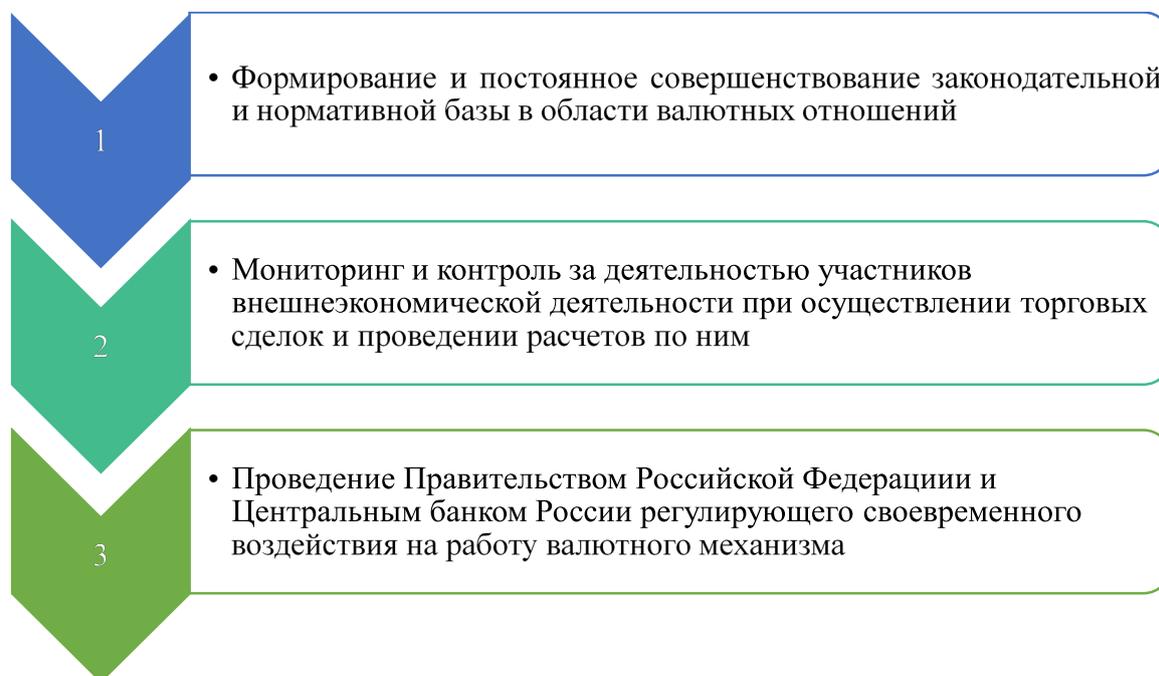


Рисунок 4

Рекомендуемые направления валютного регулирования и валютного контроля

различных элементов национальной экономики растут и укрепляются, вовлекая все новых участников в процессы социально-экономического развития, то возникает необходимость государственного и частного регулирования этих процессов, а также осуществления различных видов контроля деятельности внутри и вокруг валютного рынка.

Подводя итог можно отметить, что валютное регулирование является не просто важным элементом государственной валютно-финансовой политики, но и в достаточно высокой степени определяет характер отношений экономического партнерства России и иностранных государств. Соблюдение регламента процесса валютного регулирования позволяет не допустить ущемления национальных экономических интересов России, обеспечить экономическую безопасность страны. Но в связи с тем, что иностранная валюта обращается внутри страны параллельно с национальной, государственным органам, при поддержке участников частного сектора экономики, необходимо добиваться, чтобы валютный рынок был стабильным и, по возможности, предсказуемым. Политика снижения инфляции, равно как и политика

стабилизации колебаний валютного рынка, способствует расширению инвестиционного потока в национальных валютах. В целях совершенствования системы валютного контроля экспортно-импортных операций необходимо своевременно корректировать правила, нормы и формы учета и другие документы валютного контроля, эффективно использовать инновационно-информационные технологии взаимодействия субъектов валютного регулирования и контроля.

Валютное регулирование и контроль, как важнейший инструмент регулирования внешнеэкономической деятельности, способствует защите экономических интересов России и национальной экономической безопасности. Это означает необходимость совершенствования и развития соответствующих институтов. Одним из них, как яркий пример, является Таможенный союз, члены которого заинтересованы в интеграции валютно-финансовых отношений, что может происходить исключительно при условии детальной проработки нормативно-правовой документации, регламентирующей деятельность Таможенного союза, институциональных преобразований и современных коммуникационных технологий.

Список литературы

1. Федеральный закон от 10.12.2003 № 173-ФЗ (редакция от 03.07.2016) «О валютном регулировании и валютном контроле». URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_45458/ (дата обращения: 08.05 2017).
2. «О внесении изменений в Федеральный закон “О валютном регулировании и валютном контроле”». № 127-ФЗ от 5 июля 2007 года. URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_55604/ (дата обращения: 08.05 2017).
3. Федеральный закон от 10.07.2002 № 86-ФЗ «О Центральном банке Российской Федерации (Банке России)». URL: http://www.cbr.ru/today/status_functions/law_cb.pdf (дата обращения: 08.05 2017).
4. *Всяких Ю. В., Латышева А. И.* Валютное регулирование в современной России // Международный научный журнал «СИМВОЛ НАУКИ». 2015. № 4. С. 70–73.
5. *Пономаренко В. Е.* Валютное регулирование и валютный контроль: учебное пособие. М.: Омега-Л, 2012. 301 с.
6. *Симионов Ю. Ф., Носко Б. П.* Валютные отношения: учебное пособие для вузов. Ростов н/Д: Феникс, 2014. 300 с.
7. *Тимофеева Е. Ю., Семенова А. В.* Валютное регулирование и валютный контроль: учебное пособие для студ. спец. 036401.652 «Таможенное дело». СПб.: СПбГУСЭ, 2013. 183 с.

КЛЮЧЕВЫЕ ОСОБЕННОСТИ И НАПРАВЛЕНИЯ ПРОДЮСЕРСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ НА ЭТАПЕ ДЕВЕЛОПМЕНТА ПРОЕКТА АУДИОВИЗУАЛЬНОГО ПРОИЗВЕДЕНИЯ

KEY FEATURES AND DIRECTIONS OF PRODUCTION ACTIVITY AT THE STAGE OF THE PROJECT DEVELOPMENT OF AUDIOVISUAL WORK

УДК 338.467.6



АЛЕКСЕЕВА Полина Александровна

доцент кафедры продюсирования кино и телевидения Санкт-Петербургского государственного института кино и телевидения, кандидат экономических наук, policha1@yandex.ru

ALEKSEEVA, Polina Alexandrovna

Associate Professor at the Department of Producing Business of Film and Television of the Saint-Petersburg State Institute of Film and Television, Candidate of Economic Sciences, policha1@yandex.ru



БУДИЛОВ Виктор Михайлович

профессор кафедры продюсирования кино и телевидения Санкт-Петербургского государственного института кино и телевидения, кандидат политических наук, gamma.kino@gmail.com

BUDILOV, Victor Mikhailovich

Professor at the the Department of Producing Business of Film and Television of the Saint-Petersburg State Institute of Film and Television, Candidate of Political Sciences, gamma.kino@gmail.com



ДАНИЛОВ Павел Вячеславович

заведующий кафедрой продюсирования кино и телевидения Санкт-Петербургского государственного института кино и телевидения, кандидат экономических наук, доцент, kit.producer@gmail.com

DANILOV, Pavel Vyacheslavovich

Head of the Department of the Producing Business of Film and Television Departmen of the Saint-Petersburg State Institute of Film and Television, Candidate of Economic Sciences, Associate Professor, kit.producer@gmail.com

Аннотация.

В статье раскрываются теоретические и практические аспекты продюсерской деятельности на этапе девелопмента проекта аудиовизуального производства. Подробно рассматривается порядок действий и спектр обязанностей продюсера на этапе девеломпента проекта, особенности работы с идеей будущего аудиовизуального производства в зависимости от

выбранного жанра и целевой аудитории. На основе проведенного анализа ключевых целей и задач работы продюсера в подготовительном периоде дается ряд рекомендаций, направленных на совершенствование и повышение эффективности продюсерской деятельности.

Ключевые слова: кинопроизводство, продюсирование кино и телевидения, продюсер, девелопмент проекта.

Abstract.

The article reveals the theoretical and practical aspects of the producer activity at the stage of development of the project of an audiovisual work. It considers in details the order of actions and the range of duties of the producer at the stage of project development, the specifics of working with the idea of a future audiovisual work depending on the chosen genre and target audience. Based on the analysis of the key goals and objectives of the work of the producer in the preparatory period, a number of recommendations are given aimed at improving and increasing the effectiveness of producer activity.

Key words: film production, film and television production, producer, project development.

В настоящее время для сферы кино и телепроизводства по-прежнему остается актуальным вопрос о том, каким образом можно наиболее точно определить профессию продюсера: является ли эта специальность творческой или экономической, и в связи с этим какие основные задачи должен решать продюсер на разных этапах фильмопроизводства, и прежде всего в период девелопмента проекта аудиовизуального произведения. Девелопмент предполагает планирование всего производственного и части сбытового процессов и позволяет обеспечить повышение эффективности продюсерской деятельности, сократить финансовые, технические и трудовые затраты, соблюсти установленные сроки и повысить производительность труда.

Согласно Федеральному закону от 22.08.1996 № 126-ФЗ (ред. от 01.12.2014) «О государственной поддержке кинематографии Российской Федерации» продюсер фильма – «физическое или юридическое лицо, взявшее на себя инициативу и ответственность за финансирова-

ние, производство и прокат фильма» [1, с. 2]. Таким образом, продюсер берет на себя всю полноту ответственности за аудиовизуальное произведение. В этой связи эта профессия обязывает специалиста владеть знаниями и умениями в таких областях, как финансовый и бухгалтерский учет, юриспруденция (в особенности авторское право), документооборот, и в то же время обладать уникальным творческим и художественным вкусом, сочетающимся с предпринимательским началом.

На этапе девелопмента проекта аудиовизуального произведения одной из первостепенных задач, стоящих перед продюсером, является поиск и отбор идей, а также организация создания (доработки) сценариев будущего фильма. При этом уже на этапе генерации идеи продюсер должен уметь определить, будет ли данный проект обладать коммерческим потенциалом на заданном рынке и для конкретной целевой аудитории. Аудитория может быть широкой и ограниченной, а сам фильм может впоследствии быть признанным

произведением искусства в широком понимании или отвергнут критиками. Но при этом фундаментом современной продюсерской деятельности выступает понимание того, что рынок формирует определенный спрос на аудиовизуальные произведения, а продюсер на основе результатов анализа потребительских предпочтений занимается разработкой и реализацией проектов, способных его удовлетворить.

Ориентация продюсерской деятельности на зрителя определяется самой сущностью кинофильмов и телесериалов, выполняющих следующие функции:

- рекреационная, предусматривающая заполнение свободного времени граждан;
- эстетическая, выражающаяся в виде генерации у зрителей в процессе просмотра разнообразных эмоций, заданных авторами, и в конечном итоге позволяющая классифицировать кинофильмы и телесериалы как произведения искусства;
- коммуникативная, реализующая возможность взаимодействия зрителей с авторами, продюсерами и прочими членами творческого коллектива фильма с помощью специфической формы общения – киноязыка;
- воспитательная, в виде формирования, развития, модернизации базовых ролевых моделей поведения в обществе, стереотипов и/или архетипов;
- образовательная, предполагающая использование в кино-, телепроизведениях элементов просвещения и обучения в относительно простой форме восприятия;
- пропагандистская, предусматривающая навязывание зрителям определенной точки зрения;
- экономическая, обуславливающая реинвестиционные процессы в отрасли в виде возврата затрат, связанных с производством и сбытом фильма, и формирование добавочного капитала в результате его использования.

Отметим, что структурными элементами процесса коммуникации в кино и телевидении выступают: генератор сообщения (авторы фильма), сообщение (фильм) и реципиент (получатели сообщения – зрители). Таким об-

разом, отсутствие ориентации на зрителя противоречит сути кинематографа/телевидения.

Исходя из последнего тезиса, авторы настоящей статьи не могут согласиться с распространенным в настоящее время мнением о том, что кинематограф разделяется на авторский и зрительский. Тем более, что у любого аудиовизуального произведения есть авторы¹. Однако для целей организации продюсерской деятельности кинопроизведения целесообразно разделять на коммерческие (здесь имеется в виду – обладающие высоким коммерческим потенциалом) и некоммерческие. При этом функционирование каждого из этих типов является обоснованным. Некоммерческое кино, как и фундаментальная наука, допускает эксперимент и отрицательный результат, который так же ценен, как и положительный. В этой связи государственная поддержка кинематографии в первую очередь должна быть направлена на поддержку и развитие именно некоммерческого кино с целью развития отечественного кинематографа, поиска новых художественных приемов, решения проблем, волнующих и будущих волновать современное поколение в настоящее и будущие периоды времени [2].

В свою очередь, коммерческое кино можно отождествить с понятием прикладной науки, для которой отрицательный результат является недопустимым, так как требует возврата вложенных в проект финансовых средств.

Таким образом, на этапе девелопмента проекта аудиовизуального произведения основная задача продюсера заключается в поиске идеи, которая будет востребована зрителем, вне зависимости от типа, вида, подвида, жанра, формата аудиовизуального произведения.

Поиск идеи может осуществляться различными способами и методами, однако

¹ В соответствии с действующим законодательством Российской Федерации авторами фильма являются: автор сценария, режиссер, композитор. За рубежом, в разных странах, этот список может быть расширен продюсером, а также прочими членами творческого коллектива.

ключевым вопросом всегда остается ее актуальность для современного человека, общества, кинематографа, искусства в целом, которая может быть связана со сложившейся экономической, политической, общественной ситуациями в стране и мире. По нашему мнению, в настоящее время достаточно актуальными темами являются: поиск «героя нашего времени»; социальная справедливость; судьба человека и человеческие отношения, которые не теряют своей актуальности в течение продолжительного времени. В то же время отдельные темы могут достаточно быстро устаревать с течением времени, при переключении общественного внимания на другие вопросы.

Актуальность является необходимым, но не достаточным условием для принятия решения о постановке фильма, так как задает только некое виртуальное пространство действия. В свою очередь, актуальная идея должна включать в себя понятие сверхзадачи (месседжа, на кинематографическом сленге), т. е. некоего сообщения авторов фильма зрителям. Месседж уже будет определять направление в заданном пространстве, в котором будет осуществляться развитие истории фильма.

Для конкретизации такого движения, вычленения некоторой плоскости действия, необходима привязка идеи к жанру или телеформату, обуславливающих, с одной стороны, использование авторами конкретных драматургических приемов, вызывающих у зрителей те или иные эмоции. А с другой – позволяющей продюсеру более детально оценить коммерческий и/или социальный результат будущего фильма, определить основные направления его сбыта на рынке.

Так, для картин, предназначенных для кинотеатрального проката, а, соответственно для более молодого зрителя, наиболее коммерчески востребованными являются национальные комедии, такие как фильм «Горько!», «Жених» (данные фильмы отличаются повышенной нормой рентабельности), а также фильмы-аттракционы – «Сталинград», «Викинг» (кассовые сборы фильмов являются достаточно высокими и превышают 1 млрд руб.)

и пр. Телевизионный зритель, относящийся к более взрослой аудитории, отдает предпочтение разнообразным драмам (криминальным, психологическим, мелодрамам), обеспечивая тем самым более высокую долю телеканала (по данным TNS доля телеканалов во время показа таких фильмов, как «Ликвидация», «Мажор 2», «Доярка из Хацапетовки» достигала значения в 40%).

В конечном итоге для определения конкретного вектора развития истории фильма на заданной плоскости жанра и формата целесообразна разработка логлайна (краткое описание сюжета фильма в виде 1–2 предложений), в котором уже обозначаются основные персонажи (главный герой, антагонист, их соратники, объекты отношений), их мотивировки, препятствия на пути и конфликты.

Дальнейшая формализация идеи предполагает разработку синопсиса (краткое изложение сценария) аудиовизуального произведения, на основе которого возможно создание расширенного синопсиса, тритмента (поэпизодного плана), описания персонажей и в конечном итоге литературного сценария. Поэтому перед продюсером встает задача поиска сценариста, решению которой помогает креативный продюсер и/или редакторская группа. Фактически они выступают первыми экспертами соответствия идеи и сценарных материалов зрительским предпочтениям, телевизионным форматам, базовым законам драматургии и их специфического выражения в жанрах.

Укажем, что наиболее распространенным методом подбора сценариста является анализ:

- аудиовизуальных произведений, снятых ранее в подобном жанре, и приглашение к сотрудничеству драматургов, работавших над ними;
- поступивших в кинокомпанию сценарных материалов, прежде всего, сценариев или синопсисов;
- презентаций идей/сценариев драматургами на специализированных мероприятиях – питчингах или при личном общении с продюсерами/редакторами.

Здесь важно отметить, что ни креативный продюсер, ни сценарист, ни редактор не от-

вечают в конечном итоге за бюджет проекта, который является еще одним фактором, обуславливающим необходимость запуска фильмопроизводства.

В целом, исходя из принципа экономической целесообразности, уровень затрат на создание кинокартины не должен превышать его коммерческий потенциал для каждого из контрагентов, участвующих в создании (сопродюсеры) и сбыте (вся цепочка посредников) аудиовизуального произведения. В свою очередь, текущая ситуация на рынке определяет средний уровень доходности разных типов/видов фильмов. Таким образом, для обеспечения желаемого уровня рентабельности становится возможным определение продюсером предельного уровня затрат на производство и маркетинг аудиовизуального произведения (с учетом применения возвратного или безвозвратного финансирования проектов).

Использование при этом среднеотраслевых показателей производительности труда членов киногруппы, сроков выполнения отдельных работ над аудиовизуальными произведениями позволяют продюсеру сформулировать технико-экономические требования к сценарию: место и время действия; общее количество сцен, персонажей и их структура; количество и тип локаций (съемочных объектов). В этой связи для оптимизации работ над литературным сценарием аудиовизуального произведения продюсеру целесообразно предоставить сценаристу такие требования в виде авторского задания, выполнение которого позволит обеспечить подготовку сценария, соответствующего бюджету.

Рассмотрим такое задание автору на примере среднебюджетного сериала (таблица).

Как видно из данных, представленных в таблице, задание автору сценария должно формироваться на основе параметров сценария и требований, предъявляемых к ним. В первую очередь в задании указывается условный референс, формат аудиовизуального произведения, жанр. Количество серий (блоков) определяется в том случае, если речь идет о телевизионном сериале, если аудиовизуальный проект снимается для кинопроката, ука-

зывается полный метр. Хронометраж определяется также в зависимости от того, будет ли это сериал, тогда указывается хронометраж одной серии (для ситкома средний хронометраж одной серии составляет 24 минуты, для драмеди – 48 минут, для сериала-драмы – 50–52 минуты), или же это будет полнометражный фильм (средний хронометраж составляет 90–120 минут). При этом важно отметить, что для того, чтобы текст сценария перевести в реальный хронометраж, используется ряд специализированных компьютерных программ, в которых отражается пропорция количества знаков ко времени на экране.

Затем указывается количество главных и второстепенных персонажей и требования к ним, при этом важно отметить, что в том случае, если проект снимается для телеканала, требования к персонажам задаются самим каналом. После этого указывается количество сцен на фильм или на серию (для серии 50 минут не более 45–50 сцен), при этом процентное соотношение сцен, снимаемых в интерьерах, на натуре или в павильоне, определяется жанром и требованиями телеканала.

В зависимости от того, снимается ли полнометражный фильм или сериал, будет указываться различное количество и название объектов (например, максимум шесть комплексных объектов на серию, если серия 50 минут). Важным продюсерским решением на этапе девелопмента проекта является выбор объектов. Так, наиболее целесообразным с экономической точки зрения является использование в процессе съемок комплексных мультиобъектов, которые позволяют на своей территории снимать сцены (в том числе интерьерные и натурные), которые должны восприниматься зрителем как разные места действия. Примером комплексного объекта для съемок аудиовизуального произведения может являться загородный пансионат, на чьей территории расположены одновременно лес, озеро, дорожки, SPA-комплекс, бассейн, кафе, бары, номера, ресепшн и т. д.

В завершении задания автору указываются сроки написания арок главных персонажей,

Задание автору сценария

Параметры сценария	Требования/ПРИМЕР заполнения
Условный референс	Тайны следствия
Формат сериала	Вертикально-горизонтальный
Жанр	Детектив
Время постановки в сетку телевизионного вещания	Будни/ выходные Утренний блок/ дневной блок/ предпрайм / прайм-тайм/ постпрайм/ ночной эфир
Возрастные ограничения	0+, 6+, 12+, 16+, 18+
Количество серий	32, 16, 20/ 17, 21, 33 (для ситкомов)
Количество блоков	4
Количество серий в блоке	8
Срок сдачи серии/... серий	
Хронометраж серии с титрами, мин	37 (24/26/44/48/52)
Страниц сценария на серию (в предложенном формате)	(в среднем 1 страница = 1 минуте экранного времени +/- 4 страницы)
Количество главных персонажей	4–7
Требования к главным персонажам	Задается каналом
Количество второстепенных персонажей на серию	10-20
Место и время действия	
Количество сцен в серии В том числе:	25 (в зависимости от жанра)
интерьер, объекты	5 (20%)
натура	8 (30%)
павильон	13 (50%)
Требования к названию объектов	
Утвержденные актеры (если есть)	
Требования к описанию второстепенных персонажей	ПРИМЕР заполнения: Коллега по работе (40–45) – худощавая, с короткими крашеными светлыми волосами. Если драматургически обоснованных требований нет, то указывается «типаж любой». Например: Сосед (30) - типаж любой.
Драматургическая конструкция вертикального сюжета (пример для процедурала)	ПРИМЕР заполнения: Завязка истории (убийство или то, что послужит мощным «крючком») + расследование + финал
Горизонтальные линии на сериал	
Срок написания арок главных персонажей	5
Срок написания поэпизодника, дней	5
Срок написания расширенного синопсиса, дней	3
Сроки написания первого драфта сценария, дней	7
Прочие требования	ПРИМЕР заполнения: Словарь-шпаргалка: Нет «арестов» – есть «задержание» Нет «улик» – есть «вещдоки» Нет «ордеров» – есть «постановления»
Требования по оформлению сценария	Размер бумаги – А4 Поля – Шрифт– Кегль – Отступ для описания места – ..; выравнивание Отступ для описания действия – ...; выравнивание Отступ для диалогов – ...; выравнивание

поэпизодника, расширенного синопсиса, первого драфта сценария, прочие требования, прежде всего, по оформлению сценария.

Помимо рассмотренных выше обязательных элементов, в задание автору могут также входить: время выполнения первых, вторых, третьих блоков; библия/описание главных персонажей; краткая характеристика второстепенных персонажей с обязательным указанием возраста и наиболее важных драматургических деталей. Важно отметить, что во время написания сценария продюсер должен следить за его объемом, так как креативный продюсер и производственная компания могут его не принять в случае недобора или большого перебора хронометража.

Помимо задания автору сценария на этапе девелопмента проекта аудиовизуального произведения, продюсер может совместно с режиссером разработать и предоставить творческое задание композитору, основной задачей которого будет являться создание комплекта разножанровых музыкальных тем, имеющих одновременно общее сходство и отражающих характер, настроение главных героев и действий, происходящих в кадре.

Еще одним важным направлением работы продюсера является выполнение ряда юридических процедур по «очистке прав», т. е. заключение договоров с правообладателями на коммерческое использование объектов авторского и смежного прав. Такие договоры могут заключаться в разных периодах фильмопроизводства, вплоть до окончания монтажно-тонировочного периода. Российским законодательством предусмотрены следующие формы этих документов:

1. Договор отчуждения, предусматривающий полную передачу прав на весь период действия авторского (70 лет с 1 января года, следующего за годом смерти последнего из авторов) и смежного (20 лет с момента опубликования) права. Применяется при условии фактического существования объекта авторского или смежного права.

2. Договор авторского заказа на создание несуществующих объектов, определяющего параметры взаимодействия продюсера с авто-

ром и полную передачу прав на использование объекта авторского или смежного права.

3. Лицензионный договор, ограничивающий пространство и время коммерческой эксплуатации объекта авторского или смежного права. Существует простая лицензия, позволяющая лицензиару многократно передавать права авторского или смежного права в заданном пространстве и времени, и исключительная, позволяющая осуществлять продажу единожды.

Заключение того или иного договора на этапе девелопмента зависит от базовой концепции (режиссерского видения), которую режиссер будет использовать в фильме.

Так, если в основе сюжета лежит литературное произведение, то возникает необходимость заключения договора с его автором на экранизацию, а также, исходя из требований Гражданского кодекса Российской Федерации, гарантирующего автору неизменность авторского произведения на переработку книги в сценарий. Если автор литературного произведения умер, то договор заключается с его наследниками, а если заключил договор отчуждения в пользу издательства – то с правообладателем. В данном случае целесообразно заключение договора о приобретении исключительной лицензии.

Если драматургия фильма выстраивается на биографии известного человека, живого или со дня смерти которого еще не прошло 70 лет, то необходимо заключение с ним или его наследниками соглашения «Об использовании изображения, биографических данных и сведений о личной жизни гражданина».

Данный подход справедлив и при условии, что в основе сюжетной линии находятся существующие музыкальные произведения (фонограммы), исполнительские искусства и спортивные состязания, телевизионные или радиотрансляции и т. п. Как правило, в данном случае заключаются договоры о приобретении простой лицензии.

Отметим, что отсутствие у продюсера консолидированных прав на основу будущего сюжета делает всю его последующую работу бессмысленной, так как исключает возмож-

ность последующей публичной демонстрации фильма (в том числе и участия в фестивалях, выкладывание на бесплатные сервисы в сети Интернет и т. д.).

С кинодраматургом, режиссером-постановщиком, композитором, автором оригинальной музыки к фильму, как правило, заключаются договоры авторского заказа.

Укажем, что для обеспечения проекта финансированием продюсером уже на основе только сценария может быть подготовлен предварительный постановочный проект, элементы которого будут использованы в процессе презентации проекта и включены в презентационный пакет фильма. А после того, как сценарист написал литературный сценарий и его утвердил заказчик или соинвестор (телеканал, Фонд кино), режиссер разработал режиссерский сценарий и экспликацию, возможна подготовка основного постановочного проекта, который и является основой для последующей работы всей съемочной группы.

Кроме документов, указанных выше, постановочный проект должен включать в себя:

- график съемок;
- календарно-постановочный план;
- список и видеопробы актеров, принимавших участие в кастинге;
- список актеров, предлагаемых исполнителем и режиссером-постановщиком;
- фотографии и видеопробы актеров на главные роли и роли второго плана;
- фотографии выбранных интерьеров и натуральных объектов;
- эскизы декораций с приложением производственных разработок, в случае, если декорации будут использоваться в съемках фильма;
- эскизы костюмов, пробы грима;
- разработка комбинированных съемок;
- перечень основного съемочного, звукозаписывающего и монтажного оборудования (с описанием подробных характеристик);
- раскадровка по сценам;
- рабочая смета на производство фильма с расшифровками по статьям расходов (рабочая смета);

- обоснование (по требованию заказчика) тех или иных постановочных решений и стоимости их реализации с приложением альтернативных производственных и постановочных решений и стоимости их реализации.

Во время подготовки постановочного проекта продюсеру также целесообразно решать вопросы, связанные с использованием технических и компьютерных средств, при помощи которых будут создаваться спецэффекты и декорации, отражающие эпоху, в которую происходит действие аудиовизуального произведения. Наиболее распространенным способом создания подобных сложных декораций является использование компьютерной графики, которая представляет собой динамическую картинку, снятую в интересующий нас период времени (например, в 1990-е гг.). В этом случае сцены снимаются на хромокее (зеленый фон), вместо которого при монтаже вставляется необходимое изображение. В некоторых случаях используется приобретенное документальное кино, которое оцифровывается и при помощи компьютерной графики обрабатывается для дальнейшего использования в качестве футажа. В процессе таких съемок сцены передний план выстраивается при помощи частичных декораций, позволяющих погрузить персонажи в пространство, а задний формируется при помощи футажа, создавая тем самым полное ощущение присутствия (реальности). В связи с этим основным преимуществом использования таких технологий для создания объектов и декораций в съемочном процессе является то, что они в свою очередь позволяют значительно сократить перемещения съемочной группы между объектами, что положительно сказывается как на самом бюджете проекта, так и на сроках его реализации.

В конечном итоге укажем, что продюсеру важно контролировать и согласовывать с заказчиком и исполнительным продюсером или супервайзером компьютерной графики количество сцен, требующих использования компьютерных спецэффектов и графики, так как это может повлечь за собой увеличение бюджета на кинопроизводство.

Таким образом, ключевые особенности и направления продюсерской деятельности на этапе девелопмента проекта аудиовизуального произведения заключаются в решении таких следующих важнейших задач: определение актуальной как для творческого коллектива, зрителя, так и в целом сферы кино и телевидения идеи фильма; разработка и контроль реализации задания авторам фильма, соответствующего техническим возможностям и бюджету проекта; проработка постановочного

проекта; выполнение ряда юридических процедур по «очистке прав», т. е. заключение договоров с правообладателями на коммерческое использование объектов авторского и смежного прав. Решение поставленных задач в своей совокупности позволит обеспечить повышение эффективности продюсерской деятельности, сократить финансовые, технические и трудовые затраты на кинопроизводство, а также реализовать проект аудиовизуального произведения в установленные сроки.

Список литературы

1. Федеральный закон «О государственной поддержке кинематографии Российской Федерации» от 22.08.1996 № 126-ФЗ.
2. *Алексеева П. А., Данилов П. В.* Сравнительный анализ методов государственного управления структурными составляющими медиаиндустрии: возможности и ограничения // Петербургский экономический журнал. 2016. № 1. С. 38–43.
3. Экспертно-исследовательская организация «КиноЭкспертиза». URL: <http://kinoexp.ru/> (дата обращения: 02.12.2016).

ФОРМИРОВАНИЕ СИСТЕМЫ УПРАВЛЕНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬЮ ХОЗЯЙСТВУЮЩИХ СУБЪЕКТОВ КИНОПОКАЗА

COMPETITIVENESS CONTROL SYSTEM FORMATION OF ECONOMIC SUBJECTS OF THE CINEMA

УДК 338



КОЛОБОВА Евгения Юрьевна

старший преподаватель кафедры медиакоммуникационных технологий Санкт-Петербургского государственного института кино и телевидения, кандидат экономических наук, jenechos@list.ru

KOLOBOVA, Evgeniya Yurievna

Assistant Professor at the Media Communications Technologies Department of the Saint-Petersburg State Institute of Film and Television, jenechos@list.ru

Аннотация.

Статья посвящена проблеме управления конкурентоспособностью организаций кинопоказа в современных экономических условиях. В статье проанализированы наиболее эффективные подходы к управлению конкурентоспособностью, применимые в сфере оказания кинозрелищных услуг. Автором разработана система управления конкурентоспособностью хозяйствующих субъектов кинопоказа на основе соблюдения принципов разнообразия, целостности, внешних дополнений и обратной связи. Успеху в достижении экономических и социальных целей организацией кинопоказа способствует эффективное функционирование таких подсистем в системе управления конкурентоспособностью, как управляемая, управляющая и обеспечивающая обратную связь в процессе управления конкурентоспособностью.

Ключевые слова: кинопоказ, конкурентные преимущества, конкурентоспособность, система управления.

Abstract.

The article is devoted to the problem of competitiveness management of cinema organizations in current economic conditions. Scientific analysis of the most effective and widely practiced approaches to the competitiveness management are presented in the article. The author developed the system of competitiveness management inside the economic entities in the cinema industry which is based upon the principles of diversity, integrity, external additions and feedback. The effective functioning of managed, managing, and providing feedback in the process of competitiveness management subsystems in the system of competitiveness management leads to the success in achieving economic and social goals of the cinema organization.

Key words: cinema, competitive advantages, competitive ability, control system.

Развитие сферы кинематографии, с одной стороны, свидетельствует об обеспечении доступа населения к услугам кинопоказа, с другой стороны, отражает усиление конкурентоспособности на рынке кинозрелищных услуг, в связи с чем возникает необходимость формирования универсальной системы управления конкурентоспособностью хозяйствующих субъектов кинопоказа.

В современной научной литературе отсутствует методологически формальное законченное определение управления конкурентоспособностью. Ряд ученых-экономистов [1; 2; 3] под управлением конкурентоспособностью понимают воздействие на производственно-экономические системы, изменяющее оптимальным образом факторы конкурентоспособности товара для достижения поставленной цели в условиях воздействия среды. Р. А. Фатхутдинов отмечает, что управление конкурентоспособностью должно основываться на теории потребностей, ценностей, управления качеством, ресурсоемкостью и должно учитывать психологические, технические, административные, организационные элементы управления [4]. Таким образом, представляется целесообразным представить *управление конкурентоспособностью организации в виде процесса непрерывного анализа его возможностей, конкурентного окружения, разработки и реализации конкурентной стратегии, на основании которой формируются конкурентные преимущества, необходимые для достижения наилучших результатов по рынку в течение определенного периода времени.*

С учетом актуальных точек зрения в современных рыночных условиях, по мнению автора, *управление конкурентоспособностью хозяйствующего субъекта кинематографической отрасли представляет собой комплекс мер, направленных на повышение экономических результатов как формы выражения роста конкурентоспособности организации кинематографии, противодействия негативному влиянию факторов внешних и внутренних сред.*

Задачи управления конкурентоспособностью хозяйствующего субъекта в полной мере определяются рыночными условиями

и целевой аудиторией, сегментированной по соответствующим признакам. В зависимости от вида целевой функции Н. З. Сафиуллин и Л. Н. Сафиуллин [1, с. 120] рассматривают две задачи, стоящие перед управлением конкурентоспособностью: стабилизация запаса конкурентоспособности и слежение за запасом конкурентоспособности. Необходимо добавить не менее важную задачу – не только обеспечение, но и увеличение запасов конкурентоспособности. При этом на основе факторного анализа внутренней, внешней среды и конкурентов необходимо осуществить исследование окружения для обеспечения сравнимости состояния организации с этими конкурентами.

Разработка мероприятий для обеспечения конкурентоспособности хозяйствующего субъекта должна осуществляться на основе таких принципов, как системность; комплексная оценка факторов; функциональная направленность; учет специфики деятельности; иерархичность показателей; информационное обеспечение; обеспечение сопоставимости; непрерывность; использование современных технологий и инструментов; своевременность и оперативность принятия управленческих решений.

Принцип своевременности и оперативности принятия управленческих решений требует от системы управления хозяйствующими субъектами сферы кинематографии быстрой и качественной реакции на изменения, происходящие во внутренней и внешней среде субъекта хозяйствования, что позволит в максимальной степени использовать ее конкурентный потенциал с целью создания благоприятных условий для роста основных показателей производственно-предпринимательской деятельности. Для повышения конкурентоспособности хозяйствующих субъектов необходимо своевременно использовать положительно влияющие внешние факторы, дающие возможность привлечь потенциальных кинозрителей, а также дополнительные финансовые ресурсы за счет средств инвесторов для развития предприятия.

Среди указанных принципов управления конкурентоспособностью организации наибольшее значение имеет принцип комплекс-

ной оценки факторов, предполагающий всестороннюю оценку их состава и механизма влияния, поскольку от этого зависит весь ход дальнейшей аналитической и практической деятельности.

Особенности деятельности хозяйствующего субъекта, а также внешние и внутренние факторы влияют на выбор метода управления, который должен обеспечить быстроту реагирования на изменения условий хозяйствования, а также повышение существующего уровня конкурентоспособности. Вместе с этим особенности управления конкурентоспособностью в сфере кинематографии предполагает возможность использования таких подходов, как системного, процессного, воспроизводственно-эволюционного, инновационного, комплексного (междисциплинарного), глобального, интеграционного, маркетингового, эксклюзивного, функционального, ситуационного (вариантного).

Учет особенностей деятельности организаций в кинесфере связан с необходимостью применения системного и процессного подходов, являющихся универсальными для формирования системы управления конкурентоспособностью предприятия кинематографии. При этом процессный подход применим для тех кинокомпаний, которые реализуют весь спектр функций. Процесс управления является комплексом непрерывных взаимосвязанных действий по планированию, организации, учету и контролю, мотивации, регулированию, координации.

Функция планирования позволяет обеспечить взаимосвязь между поставленными целями и имеющимися ресурсами. Функция организации реализуется через комплекс управленческих и производственных процессов в ходе реализации кинопроектов по установлению связей, организации взаимодействия и согласованности работы компонентов системы. Функции учета и контроля предполагают управление по расстановке экономических ресурсов на разных этапах создания кинопродукта и обеспечение выполнения планов, реализующих управленческие решения. Функция регулирования своим функциональным назначением направлена

на корректировку результатов деятельности из-за влияния факторов внешней среды посредством мер, приводящих в соответствие развитие организации кинопоказа с планируемыми экономическими и социальными результатами.

Функция мотивации отражается в побуждении сотрудников для достижения поставленных целей предприятия кинематографии. Подобное специфическое управление, направленное на развитие осознанного эффективного труда персонала, реализуется за счет материальных и нематериальных форм воздействия. Функция координации служит для установления взаимосвязей, организации взаимодействия и согласованности работы компонентов системы управления. В кинематографии ключевую роль играет функция координации полного цикла кинопроизводства, начиная от планирования и проектирования, предварительной подготовки и съемки и заканчивая пост-производством и распространением кинопродукции.

Системный подход предполагает построение системы управления, содержание которой в научной литературе регламентировано в разных аспектах. Система управления конкурентоспособностью является сложной стохастической системой, что вызвано влиянием внутренних и внешних факторов, таких как изменения ценности для кинозрителей, наличие и свойства конкурентов на рынке, сложность производства кинопродукции. Таким образом, повышение конкурентоспособности субъектов хозяйствования неразрывно связано с формированием системы управления с учетом неконтролируемых воздействий внешних факторов. Процесс управления конкурентоспособностью подразумевает взаимодействие объекта управления с управляющей подсистемой, заключающееся в обмене информационными, ресурсными и финансовыми потоками между собой, а также внутренней и внешней средой.

В современной экономической науке продолжают попытки создания универсальной системы управления для такой отрасли, как кинематография. В этой связи возникает проблема необходимости создания общей

системы управления конкурентоспособностью с выявлением основных задач каждой подсистемы. Управление конкурентоспособностью хозяйствующих субъектов осуществляется через оптимизацию показателей всех подсистем, взаимодействующих для достижения поставленных целей. При этом в процессе управления необходимо определить уровни конкурентоспособности субъекта хозяйствования, в частности, базы сравнения. В качестве базовых показателей могут выступать: среднотраслевые показатели, например, в виде объема фильмотеки кинокомпании (количество прав на фильмы), величины кассовых сборов, экономических показателей результата хозяйственной деятельности организации.

Поскольку в процессе управления происходит взаимодействие между объектом управления, заключающееся в обмене информационными, материальными и финансовыми потоками между собой, внутренней и внешней средой [5], то управление конкурентоспособностью осуществляется на основе оказания управляющего воздействия на все этапы создания и реализации кинопродукции с целью изменения оптимальным образом факторов конкурентоспособности кинопродукции для достижения поставленных целей с учетом факторов влияния внешней среды. Поэтому важным аспектом управления конкурентоспособностью хозяйствующих субъектов кинематографии является четкое определение всех ее структурных составляющих, отражающих следующие основные процессы деятельности организации: подготовительный этап процесса создания киноленты, съемочный процесс, создание кинопродукции, обеспечение финансирования, продвижение и продажа кинопроекта, PR и реклама кинопроекта, правовое обеспечение кинопроекта, а также осуществление кинопоказа через кинотеатр, телевидение, розничную сеть, торгующей DVD (рисунок 1).

Следует отметить, что кинокомпания достаточно редко реализует весь спектр таких функций, как все стадии производства фильма (pre-production, production, post-production); обеспечение финансирования съемочного процесса; продвижение на рынок и продажа

фильма; пиар и реклама кинопроекта, а также защита интеллектуальных прав на фильм. В связи с этим в доктрине менеджмента в сфере кинозрелищных услуг выделяются производственные, продюсерские и дистрибьюторские (прокатные) кинокомпании.

Производственная кинокомпания осуществляет планирование работы над фильмом и осуществляет производство кинопроекта. После получения средств от продюсера производственная компания начинает взаимодействие с различными вендорами, т. е. с дистрибьюторской (прокатной) кинокомпанией и ритейлерами. При этом созданная добавленная стоимость базируется на консолидации различных ресурсов, привлеченных для работы над фильмом. Производственные компании представляют наибольший интерес как субъект реализации кинопроектов, финансируемых из средств государственного бюджета государства.

Производственная компания имеет портфель проектов с различными условиями создания кинопродукции и продолжительности, вследствие чего снижаются риски по всему портфелю проектов, стабилизируется денежный поток, а также появляется возможность перекрестного реинвестирования проектов. С течением времени портфель изменяется, однако оставшиеся права на кинопроекты продолжают обеспечивать положительным финансовым результатом. Поэтому главным конкурентным преимуществом производственной кинокомпании являются права на библиотеки проектов, как собственных, так и приобретенных. Таким образом, основное отличие схемы формирования прибыли отдельного кинопроекта от механизма формирования прибыли кинокомпании заключается во владении правами кинокомпаний на множество кинофильмов, способных обеспечивать постоянный доход.

Продюсерская компания занимается поиском и разработкой идеи, контролирует процесс создания фильма и рассчитывает оптимальные условия реализации прав на фильм. Продюсеры имеют существенную региональную специфику работы. В частности, по меркам американских экономистов, кино-

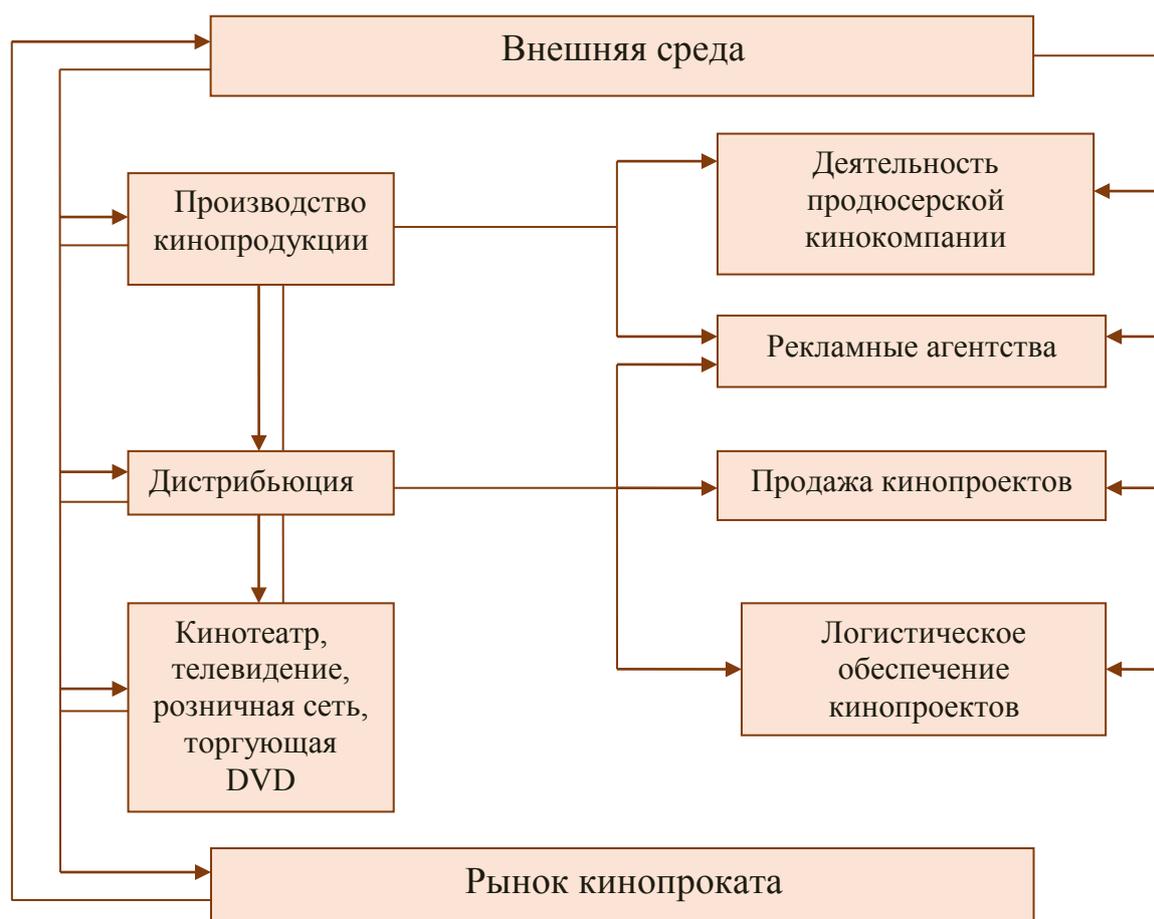


Рисунок 1

Схема взаимодействия структурных составляющих кинематографической отрасли с внешней средой

проект с бюджетом 15 млн долл. США считается низкобюджетным для национального рынка [6], но при оценке даже европейского кинопроекта с аналогичным бюджетом его вряд ли сочтут малобюджетным. Существенно влияет специфика регионального кинорынка и на структуру доходов продюсеров. Экономический эффект от деятельности продюсера фильма является результатом комплекса доходов: получения государственной поддержки, рекламы и размещения товара или торговой марки в киноиндустрии (product placement), реализации прав на выпуск фильмокопий на различных носителях, реализации прав на показ по телевидению, бокс-офис кинотеатров [7, с. 67–78]. Расходы на создание кинофильма образуются в результате заказа у авторов про-

изведений, необходимых для создания фильма или приобретения прав на экранизацию уже существующего сценария, затрат на съемку и монтаж, оплаты стоимости тиражирования копий и рекламной кампании кинопроекта.

Деятельность дистрибьюторской (прокатной) кинокомпании сводится к покупке прав на аудиовизуальные произведения с последующей их перепродажей или непосредственным осуществлением кинопроката. Дистрибьюторская кинокомпания формирует конкурентные преимущества по отдельному кинопроекту. На самом деле функции дистрибьютора намного шире и охватывают логистическое обеспечение кинопроекта, его таможенную очистку, создание маркетинговой схемы проката с учетом особенностей национального

кинорынка, разработку рекламной продукции и пиар кинопроекта. Затраты дистрибьюторской кинокомпании включают в себя покупку прав, расходы на логистику, тиражирование и маркетинг. Рентабельность каждого кинопроекта зависит от маржи, которая возникает между прямыми затратами и сборами от эксплуатации прав.

Дистрибьюторской кинокомпании необходимо управлять значительным количеством кинопроектов, находящихся в конкурентной среде. Конкуренция заставляет кинопрокатные компании быстро и правильно оценивать рыночный потенциал каждого фильма, определять его целевую аудиторию и точно рассчитывать время выхода на экран с учетом активности конкурентов в тот или иной период времени.

Между хозяйствующими субъектами кинематографии, имеющими отношение к созданию, продвижению и реализации кинопродукции зрительской аудитории, возникают конкурентные отношения, которые выражаются в столкновении экономических интересов субъектов, занимающих аналогичные ниши на рынке. При этом главная задача любой киностудии состоит в формировании интереса целевой аудитории и обеспечении тем самым высокого уровня конкурентоспособности кинокартины. В связи с этим студия ведет постоянный поиск новых способов и инструментов формирования и закрепления конкурентных преимуществ, трудно копируемых конкурентами, а также лоббирует административные барьеры для потенциальных конкурентов на национальном уровне.

Отметим, что особенность функционирования деятельности хозяйствующих субъектов кинематографии предполагает выделение конечной организационной структурой по реализации кинопродукции – кинопроката, при котором различные формы кинопоказа выступают основными источниками получения дохода всеми предприятиями отрасли. Таким образом, от деятельности организаций кинозрелищных услуг зависит положительное развитие всей сферы кинематографии. В связи с этим возникает необходимость в повышении уровня конкурентоспособности

кинотеатральных организаций, что требует определения уровня взаимодействия элементов всей системы управления конкурентоспособностью хозяйствующих субъектов кинопоказа для достижения конечной цели (рисунок 2).

Входная информация системы отражает все возможности, которые получает субъект хозяйствования для разработки и реализации стратегии повышения конкурентоспособности, а именно: ресурсы всех видов, методические документы, нормативно-правовые акты. Важным компонентом системы управления конкурентоспособностью предприятия кинопоказа является степень воздействия государства на развитие кинематографии путем осуществления инвестиционной, налоговой политики, а также в результате формирования и реализации целевых программ по поддержке кинематографии.

Выходные целевые ориентиры системы управления представлены такими показателями, как объем оказанных услуг хозяйствующими субъектами, количество проданных билетов, DVD-дисков. Для обеспечения конкурентоспособности при этом следует учитывать: качество стратегических маркетинговых исследований, обеспечение конкурентоспособных параметров процесса управления в системе, учитывающих потребности кинозрителя; применение эффективных стратегий рекламы кинопроекта, каналов его распространения.

В процессе формирования системы управления необходимо определить цели, функции, принципы, методы и структуру управления конкурентоспособностью хозяйствующих субъектов кинозрелищных услуг. Система управления конкурентоспособностью хозяйствующих субъектов кинопоказа сформирована на основе соблюдения принципов разнообразия, целостности, внешних дополнений и обратной связи.

По определению Р. Эшби, фундаментальный принцип кибернетики заключается в том, что разнообразие сложной системы требует управления, которое само обладает некоторым разнообразием [8]. Такой принцип свидетельствует о необходимости упорядоченности



Рисунок 2
Взаимодействие элементов системы управления конкурентоспособностью хозяйствующих субъектов кинопоказа

сложной системы управления, которая должна состоять из необходимого управляемого числа таких подсистем, как управляемая, управляющая, обеспечивающая во взаимосвязи с

процессом управления конкурентоспособностью, – обеспечивающих выдачу каждого из них определенного результата в достижении конечной цели.

Принцип целостности отражает следующее свойство системы управления: чем больше система и чем больше различий в размерах и структуре между частью и целым, тем выше вероятность того, что свойства целого могут отличаться от свойств частей [8]. Такие различия возникают вследствие объединения в структуре системы однородных элементов, в результате чего возможны отклонения целостности и несовпадения отдельных целей подсистем с конечной целью всей системы. Поэтому принимать решения необходимо на основе анализа и синтеза, что обеспечит целостность всей системы.

Принцип внешних дополнений состоит в том, что любой план не в состоянии предусмотреть всех возможных отклонений, возникающих в процессе его реализации. В системе управления конкурентоспособностью хозяйствующих субъектов кинопоказа необходимо учитывать влияние внешних факторов, при этом иметь существенный запас резервов, обеспечивающих эффективность реализации системы управления.

Принцип обратной связи свидетельствует о невозможности организации эффективного управления системой без наличия обратной связи. Формирование системы управления конкурентоспособностью хозяйствующих субъектов кинопоказа основано на технологической замкнутости ее структуры с учетом подбора необходимых подсистем.

Целевая функция данной системы управления организацией кинопоказа ориентирована на достижение планируемых экономических и социальных результатов, выявление существующих и возможных конкурентов на рынке кинозрелищных услуг, установление вероятной стратегии конкурентов, повышение спроса на отдельные киноленты, качества выполняемых услуг, расширение сети кинопоказа. Организационная структура системы управления необходима для достижения целей обеспечения конкурентоспособности организации кинозрелищных услуг во взаимосвязи с функциями и методами управления.

Управляемая подсистема представляет собой совокупность объектов воздействия управляющей подсистемы с использованием

обеспечивающей подсистемы на отдельные типы хозяйствующих субъектов кинематографии, в частности, организации кинопоказа. Объект управления состоит из структурных составляющих хозяйствующих субъектов кинозрелищных услуг, его внутренних процессов деятельности, включающих в себя процесс реализации кинопродукции.

Обеспечивающая подсистема состоит из методических, ресурсных, информационных и правовых компонентов обеспечения. Так, правовое обеспечение выражается в мерах государственной поддержки кинематографии в виде принятия законов и иных нормативных правовых актов в области кинематографии; частичном государственном финансировании производства, проката и показа национальных фильмов.

Процесс управления конкурентоспособностью организаций кинопоказа включает в себя управление факторами конкурентоспособности. Воздействие на факторы конкурентоспособности организации предполагает изменение уровня конкурентоспособности хозяйствующих субъектов кинопоказа, при этом необходимо учитывать влияние каждого фактора на изменение показателей конкурентоспособности.

Специфическими факторами конкурентоспособности организаций кинопоказа могут выступать: географическое положение кинотеатра, удобство кинозалов, новизна оборудования, средняя цена билета, репертуарная политика, уровень качества обслуживания, наличие скидок, количество кинозалов кинотеатра, информативность web-сайтов, наличие дополнительных услуг, время сеансов и время выхода премьерных кинолент.

Анализ уровня конкурентоспособности организации кинопоказа предполагает анализ специфических факторов рынка кинозрелищных услуг, определение показателей для оценки конкурентоспособности субъекта хозяйствования, оценки конкурентоспособности организации кинопоказа.

Прогнозирование экономических результатов деятельности организации кинопоказа подразумевает прогнозирование кассовых сборов как среднесрочных оценок уровней

конкурентоспособности хозяйствующих субъектов кинопоказа, необходимого для планирования дальнейшего социально-экономического развития кинотеатральной организации.

Максимальное наличие конкурентного потенциала дает возможность формировать и реализовать конкурентные преимущества организации кинопоказа, повышая ее уровень конкурентоспособности на рынке кинозрелищных услуг. На конкурентоспособность хозяйствующих субъектов кинопоказа оказывают влияние конкурентоспособность предоставляемой ими кинозрелищных услуг и конкурентные преимущества организации, к которым могут относиться ее миссия, имидж, уровень культуры, система кадрового управления. После выявления факторов конкурентоспособности на начальном этапе процесса управления, необходимо разработать ряд мероприятий по превращению этих факторов в отдельное конкурентное преимущество, которое должно воплощаться в качестве предоставляемой киноуслуги организации кинопоказа для обеспечения ее конкурентоспособности.

Управляющее воздействие на внутреннюю среду хозяйствующего субъекта осуществляется посредством оптимизации использования технологий, материальных ресурсов, маркетинга, менеджмента, необходимых для формирования конкурентного потенциала. Внешняя среда влияет на конкурентоспособность хозяйствующего субъекта посредством комплекса факторов, которые, в свою очередь, могут воздействовать прямым и косвенным образом. Факторами внешнего окружения в сфере кинематографии могут выступать политические, налоговые, экономические, научно-технические и социальные. Налоговая политика государства в сфере кинематографии оказывает положительное влияние на развитие кинокомпаний, тем самым формируя конкурентные преимущества для киностудий в виде льготного финансирования производства российских кинолент, а также для прокатных кинокомпаний в виде специального налогового режима (с. 149 Налогового кодекса РФ), согласно которому деятельность кинотеатров на территории Российской Федерации

освобождается от налогообложения, т. е. НДС составляет 0%.

Независимые кинокомпании создают специальную службу контроллинга для анализа влияния всех факторов на кинобизнес. Контролинг является неотъемлемым элементом системы управления, координируя, интегрируя и направляя весь процесс управления конкурентоспособностью на достижение поставленных целей с учетом воздействия на внутреннюю и внешнюю деятельность субъекта хозяйствования. Служба маркетинга передает информацию о преимуществах и недостатках конкурентов, а также об изменениях в предпочтениях потребителей киноуслуг. Анализом представленной информации и управлением состоянием подсистем производства и реализации кинопродукции занимается специальная подсистема контроллинга, которая предназначена для формирования оптимального управляющего воздействия, направленного на эффективность и оперативность управления конкурентоспособностью кинокомпании.

Контролинг, реализуя свои функции, а именно: планирования, анализа, учета, контроля и регулирования, основывается на таких положениях системного подхода, как интеграция, взаимосвязь при определении комплексной методологии управления субъектом хозяйствования, учет всех уровней и сфер управления организацией.

Прогнозируемый уровень конкурентоспособности хозяйствующего субъекта кинопоказа на «выходе» системы зависит от качества всех поступающих на «входе» системы ресурсов, методических документов и нормативно-правовых актов. Вследствие этого возрастает роль формирования обратной связи, эффективность которой зависит от качественной оценки конкурентоспособности хозяйствующего субъекта.

Данная система предоставляет возможность принимать во внимание существующие различия между отдельной отраслевой составляющей (кинопоказ) и в целом кинематографии, осуществлять конкретные меры, учитывающие индивидуальную отраслевую целевую ориентацию к достижению цели всей

кинематографии; принимать во внимание достижение экономических и социальных результатов, возможных отклонений, возникающих в процессе деятельности организации кинозрелищных услуг.

Таким образом, формирование системы управления конкурентоспособностью хозяйствующих субъектов кинопоказа предполагает учет таких особенностей, как применение инструментов управления конкурентоспособностью на основе принципов разнообразия, целостности, внешних дополнений и обратной связи; определение структурных составляющих хозяйствующих

субъектов кинематографии, направленное на оказание управляющего воздействия на этапы создания и реализации кинопродукции для изменения оптимальным образом факторов конкурентоспособности. Система управления конкурентоспособностью хозяйствующих субъектов кинопоказа предполагает функционирование во взаимосвязи таких подсистем, как управляемая, управляющая, обеспечивающая во взаимосвязи с процессом управления конкурентоспособностью, которые определяют успех организации кинопоказа в достижении их экономических и социальных целей.

Список литературы

1. Сафиуллин Н. З., Сафиуллин Л. Н. Управление конкурентоспособностью предприятий: монография. Казань: Изд-во Каз. ун-та, 2008. 189 с.
2. West Churchman C., Ackoff R. L., Arnoff E. L. Introduction to Operations Research (New York: Wiley, 1957).
3. Davis P. Spatial competition in retail markets: movie theaters. London School of Economics, Applied Economics Ltd., and CEPR // The RAND Journal of Economics. 2006. December. Volume 37. Issue 4. P. 964–982.
4. Фатхутдинов Р. А. Конкурентоспособность организации в условиях кризиса: экономика, маркетинг, менеджмент. М.: Издательско-книготорговый центр «Маркетинг», 2012. 882 с.
5. Четыркина Н. Ю. Управление конкурентоспособностью организаций сферы услуг: учебное пособие. СПб.: Изд-во СПбГУЭФ, 2009. 128 с.
6. Крол А. Битва титанов. Часть 1: Модели прибыли крупного кинобизнеса // Сними Фильм. 2010. URL: <http://snimifilm.com> (дата обращения: 04.10.2016).
7. Колобова Е. Ю., Алексеев Г. В. Экономические и правовые аспекты сотрудничества и конкуренции в мировой киноиндустрии // Управленческое консультирование: научно-практический журнал. 2014. № 12 (72). С. 67–78.
8. Абчук В. А. Менеджмент: учебник. СПб.: Издательство «Союз», 2002. 463 с. (Серия «Высшая школа»).
9. Колобова Е. Ю. Методика анализа конкурентоспособности хозяйствующих субъектов кинопоказа // Петербургский экономический журнал: научно-практический рецензируемый журнал. 2015. №2. С. 74–80.

ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ И ПРАКТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ ПРОДЮСИРОВАНИЯ НА РАДИО

THEORETICAL AND PRACTICAL ASPECTS OF PRODUCING ON RADIO

УДК 7.096



АЛЕКСЕЕВА Полина Александровна

старший преподаватель кафедры продюсирования кино и телевидения Санкт-Петербургского государственного института кино и телевидения, кандидат экономических наук, policha1@yandex.ru

ALEKSEEVA, Polina Aleksandrovna

Assistant Professor at the Producing Business of Film and Television Department, Saint-Petersburg State Institute of Film and Television, Candidate of Economic Sciences, policha1@ya.ru



КАРЕВ Вадим Юрьевич

доцент кафедры продюсирования кино и телевидения Санкт-Петербургского государственного института кино и телевидения, karevv601310@gmail.com

KAREV, Vadim Yurievich

Assistant Professor the Producing Business of Film and Television Department, Saint-Petersburg State Institute of Film and Television, karevv601310@gmail.com

Аннотация.

В статье раскрываются теоретические и практические аспекты продюсирования на радио, которые в своей совокупности могут послужить основой для становления современной системы радиовещания в Российской Федерации. Также проведен анализ отечественного и зарубежного опыта управления радиоккомпаниями. На основе полученных данных предлагается комплекс мероприятий, направленных на совершенствование процесса продюсирования на радио.

Ключевые слова: радио, радиовещание, продюсирование на радио, управление радио, отраслевое управление.

Abstract.

The article shows theoretical and practical aspects of producing on the radio, which together can form the basis for the development of modern radio systems in the Russian Federation. Also, the paper analyses management experience of domestic and foreign radio stations. On the basis of the data obtained it suggests a set of measures aimed at improving the producing process on radio.

Key words: *radio, broadcasting, radio producing, radio control, branch management.*

История развития радиовещания прошла сложный путь, в котором сама необходимость в радио не раз подвергалась сомнению, так как стремительное развитие телевидения угрожало не только радио, но и театру, и кино.

Возможность сохранения конкурентных преимуществ радио по отношению к другим средствам массовой информации (СМИ) обусловливается тремя основными свойствами радиовещания: являясь неотъемлемой частью современных средств массовой информации, в XXI в. радиовещание обладает уникальной технической возможностью выходить в прямой эфир из любой точки мира и, благодаря этому, сообщать максимально быстро и оперативно, опережая прессу и телевидение, информацию о происходящих событиях, сохраняя при это способность приглашать к микрофону как самых известных деятелей, так и непосредственных участников происходящих событий. Из всех средств массовой информации радио является самым удобным для восприятия. Так, для того чтобы слушать радио, нет необходимости отрываться от повседневных дел, оно не мешает работать, его можно слушать, находясь в дороге за рулем. Радио, ориентированное прежде всего на слуховое восприятие информации, стимулирует воображение человека, ассоциативное мышление, так как человек неосознанно переводит звуковые впечатления в зрительные. Таким образом, радио высвобождает воображение и определенным образом компенсирует тот эмоциональный и мыслительный застой, те навыки автоматизма в поведении и реакциях,

которые выработаны привычным жизненным опытом [1].

Таким образом, представленные уникальные свойства радиовещания позволяют ему успешно конкурировать и в то же время взаимодействовать с другими СМИ, сохраняя при этом уникальные методы и формы воздействия на целевую аудиторию, а также поддерживая ее постоянный интерес.

В системе СМИ особое значение имеет взаимодействие центрального и регионального вещания, которые дополняют друг друга. Так, радио наряду с другими местными СМИ участвует в создании единого информационного пространства как регионов, так и страны в целом.

Также система радиовещания неразрывно связана со всеми СМИ посредством широкого обмена кадрами, информационного обмена, проведения общих политических, культурных, рекламных акций, пропагандистских кампаний и проектов, обогащения и миграции форм, жанров, методов в системе СМИ в целом.

Важно отметить, что в XXI в., в связи с широким распространением сети Интернет, перед многими радиостанциями встал вопрос расширения своей целевой аудитории, что, в свою очередь, привело к появлению нового формата вещания – Real Audio. Впервые вещание в сети Интернет было осуществлено радиостанцией «Европа Плюс» в 1996 г., после чего появилось в сетке вещания «Эхо Москвы», «Серебряный дождь» и «Ракурс». Помимо вещания в режиме Real Audio, практически все радиостанции в

целях расширения своей целевой аудитории создали в сети Интернет свои web-сайты, при помощи которых у слушателей появилась возможность получить следующую информацию и дополнительные сервисы: живое вещание в Интернете (life internet broadcasting), данные об учредителях радиостанции, формате радиостанции, рекламных тарифах, сетке вещания, информацию о последних новостях, данные о ведущих, возможность написать письмо в редакцию по e-mail, заказать музыкальную композицию, он-лайн общение с другими радиослушателями.

Радиовещание как одно из средств массовой информации сочетает в себе множество функций, которые, в свою очередь, можно сгруппировать следующим образом: информационные; обеспечивающие социальное управление обществом; культурно-просветительские [2].

Информационная функция является основной не только для радио, но и для других СМИ, так как она позволяет удовлетворить такую основную потребность целевой аудитории, как потребность в своевременной, правдивой и точной информации. Также неразрывно с информационной функцией связана рекламная, так как она, в свою очередь, представляет радиослушателю информацию о рекламируемых в эфире товарах и услугах, которые могут быть интересны целевой аудитории радиостанции.

К функциям, обеспечивающим социальное управление обществом, относятся: интегративная функция; функция выражения и формирования общественного мнения; функция общения; воспитательная функция; агитационно-пропагандистская и организаторская функции.

К культурно-просветительским функциям относятся следующие: эстетическая функция; функция просвещения; функция развлечения.

Таким образом, реализуя широкий спектр различных функций, радиовещание играет важную роль в развитии общества, сохраняет и расширяет свои конкурентные преимущества по сравнению с другими СМИ.

Являясь основой системы радиовещания, музыкальные и музыкально-информационные

радиостанции в процессе своего развития подвергались воздействию различных групп факторов, которые, в свою очередь, способствовали становлению данной сферы. В настоящее время можно выделить следующие основные факторы, оказывающие влияние на структуру организации информационно-музыкальных и музыкальных радиостанций, а также на принципы подбора персонала и сетки их вещания: размер потенциальной аудитории; выбранный тип вещания; объем рекламы и ее место в общем объеме вещания; уровень технической оснащенности станции.

Отметим, что тип вещания подразделяется на два вида: многопрофильный, который предполагает подготовку и выпуск в эфир различных направлений, начиная с информационных и заканчивая развлекательными; локальный, который предполагает определенный вид вещания для одной конкретной группы слушателей.

В настоящее время принципы организации работы коммерческих информационно-музыкальных и музыкальных радиостанций определяются тремя основными понятиями: целесообразность, окупаемость и мобильность. Эти принципы обусловлены необходимостью того, что коллектив радиостанций должен работать не только как слаженный механизм, но и быть взаимозаменяемым, что, в свою очередь, способствует минимизации ошибок в эфире.

С течением времени постоянно видоизменялась и стратегия программирования на коммерческих радиостанциях. Если ранее (до середины 1950-х гг.) программирование на радиостанциях осуществлялось по горизонтальному принципу или принципу всеохватности, то в настоящее время используется узкое или специализированное вертикальное программирование [3].

В основе горизонтального планирования лежал принцип всеохватности, т. е. в процессе составления сетки вещания руководство станции старалось распределить передачи таким образом, чтобы удовлетворить потребности широкой аудитории, не прибегая к ее разделению на конкретные группы.

Вертикальное программирование предполагает полное соответствие стилю жизни кон-

кретной целевой группы. Таким образом, все радиостанции были вынуждены выбрать для себя свою определенную целевую аудиторию и уже впоследствии занимать только ее информационными, эстетическими, культурными и другими потребностями.

Именно с появлением стратегии вертикального программирования появилось понятие «формат» радиостанции, который представляет собой концепцию радиостанции, включающую в себя содержание, ритмы вещания, эстетические нормы программирования, манеры работы ведущих и другие специфические особенности организации передач, а также структурирование программных элементов в соответствии с потребностями целевой аудитории [3].

В настоящее время существует большое количество форматных разновидностей, которые можно разделить на следующие группы: музыкальные форматы (основой эфира является музыкальное наполнение); разговорные форматы (основой эфира являются передачи разговорного жанра); новостные форматы (основой эфира являются выпуски новостей) [3].

В процессе выбора формата для радиостанции необходимо основываться на следующих данных: результаты анализа половозрастных и социальных характеристик населения региона, в котором планируется осуществление вещания; результаты исследования специфических особенностей образа жизни населения того региона, где будет осуществляться вещание; результаты анализа рынка радиовещания в регионе, в котором оно будет осуществляться с целью определения уровня конкуренции.

После того, как выбран формат радиостанции, начинается процесс программирования, за который на всех радиостанциях мира отвечает программный директор.

В процессе программирования одним из немаловажных факторов является определение прайм-тайма радиостанции. Важно отметить, что для каждого радио прайм-тайм может отличаться по времени в зависимости от целевой аудитории. В работе радиостанции выделяется утренний и вечерний прайм-тайм, которые подразумевают иные принципы программирования, нежели в

остальное время вещания. Этот факт связан с тем, что прайм-тайм, являясь самым слушаемым временем, также является самым выгодным с точки зрения рекламы, именно по этой причине чаще всего на эти часы и программируется большее количество рекламных роликов. Также в зависимости от типа радиостанции в это время выходит значительное количество выпусков новостей, а музыкальные композиции, звучащие в эфире, подбираются особенно тщательно.

Можно выделить еще две важные группы факторов, влияющих на процесс программирования радиостанции. Это уровень технической оснащённости радиостанции, который влияет на качество звучания материала в эфире, и размер финансирования, который, в свою очередь, влияет на всю работу станции.

В процессе программирования радиостанции обязательными элементами являются определение темпа вещания, сетки вещания и разработка манеры поведения ведущих у микрофона.

Темп вещания определяет хронометраж всех программируемых элементов. Выделяют два темпа вещания: медленный темп, предполагает заполнение сетки вещания крупными программными элементами, хронометраж которых составляет от 30 до 60 минут звучания в эфире, которые зачастую записываются заранее и ставятся в эфир в записи. Анонс выхода в эфир таких программ осуществляется заранее, а сами программы не предполагают каких-либо изменений в их содержании. Медленный темп в основном используется государственными и общественными радиостанциями. Быстрый темп вещания предполагает заполнение сетки вещания небольшими программными элементами, чей хронометраж составляет порядка 15–20 минут и используется в основном на информационно-музыкальных и музыкальных радиостанциях.

Сетка вещания информационно-музыкальных радиостанций формируется из сочетания четырех видов основных программных элементов: передач/выпусков новостей; музыкальных композиций; рекламных и промо-блоков; элементов оформления эфира (анонсы передач, заставки, реклама ведущих и пр.).

Для повышения эффективности программирования на радиостанциях используется методика «программного колеса», также оно еще может называться «звуковой час» или «клок» [4]. При использовании данного метода программный директор определяет содержание каждого часа, проверяя при этом, что все программные элементы расположены верно внутри часа и хорошо воспринимаются целевой аудиторией. Программное колесо позволяет сделать так, что все обязательные элементы равномерно представлены и распределены внутри часа. При этом важно отметить, что для каждого определенного отрезка времени может быть составлено свое программное колесо, например, для утреннего, вечернего прайм-тайма и дневного эфира в отдельности.

Программное колесо, или звуковой час всегда составляется с учетом выбранного темпа радиостанции и жизненного ритма целевой аудитории с целью максимального привлечения внимания радиослушателей и оптимизации восприятия передаваемой информации.

Музыкальное программирование в настоящее время осуществляется на радиостанциях одним из двух способов: либо на основе выбранного в рамках формата радиостанции определенного музыкального направления, либо по принципу «свободного музыкального эфира», когда музыка подбирается музыкальным редактором или автором передачи на основе собственного вкуса и предпочтения. Второй способ используется только теми радиостанциями, программная политика которых не предполагает получение прибыли от музыкального вещания.

На музыкальных коммерческих радиостанциях не существует коммерческой ротации музыкальных композиций. Все музыкальные композиции попадают в эфир только после прохождения специального музыкального тестирования. В настоящее время музыкальную политику радиостанции определяют сами радиослушатели и поклонники музыкального жанра, составляющего основу звучания конкретной станции. Такое музыкальное тестирование осуществляется при помощи фокус-групп, которые формируются компа-

ниями, специализирующимися на маркетинговых исследованиях. Так как за отведенное время физически невозможно прослушать полностью большое количество музыкального материала, композиции превращаются в музыкальные «хуксы» (фрагменты), длительностью 7–8 секунд.

На музыкальных тестах тестируются не только те музыкальные композиции, которые ранее не звучали в эфире и которые планируется взять в ротацию, но и те, которые звучат уже не один год, так как зачастую слушателю нужна музыка, уже хорошо ему знакомая. Соотношение старых и новых песен делает звучание радиостанции наиболее ярким.

Музыкальные композиции, попавшие в эфир после тестирования, составляют основу не только музыкальной ротации, но и всех специальных программ. Плей-лист каждого дня составляется музыкальным редактором и является неизменным, в том числе в программе «по заявкам» радиоведущий имеет право оперировать только этими песнями [4].

На коммерческих радиостанциях в основные функциональные обязанности продюсера входит строгий контроль за работой всех подразделений радиостанции (программный отдел, коммерческий отдел, технический отдел, администрация, PR-отдел, информационный отдел). Руководство осуществляется в строгом иерархическом порядке.

На рисунке 1 представлена организационная структура коммерческой радиостанции.

На коммерческих радиостанциях в основе эфира – музыкальные блоки, составленные в строгом соответствии с форматом той или иной радиостанции. Важно отметить, что сетка вещания в будние и выходные дни имеет значительные отличия.

Таким образом, как видно из данных, представленных в таблице 1, все эфирное время буднего дня на коммерческой музыкальной радиостанции можно условно разделить на шесть основных частей, в состав которых в обязательном порядке входят музыкальные блоки, обязательные программные элементы и специальные программы. При этом структура часа в будние дни также отличается от выходных.

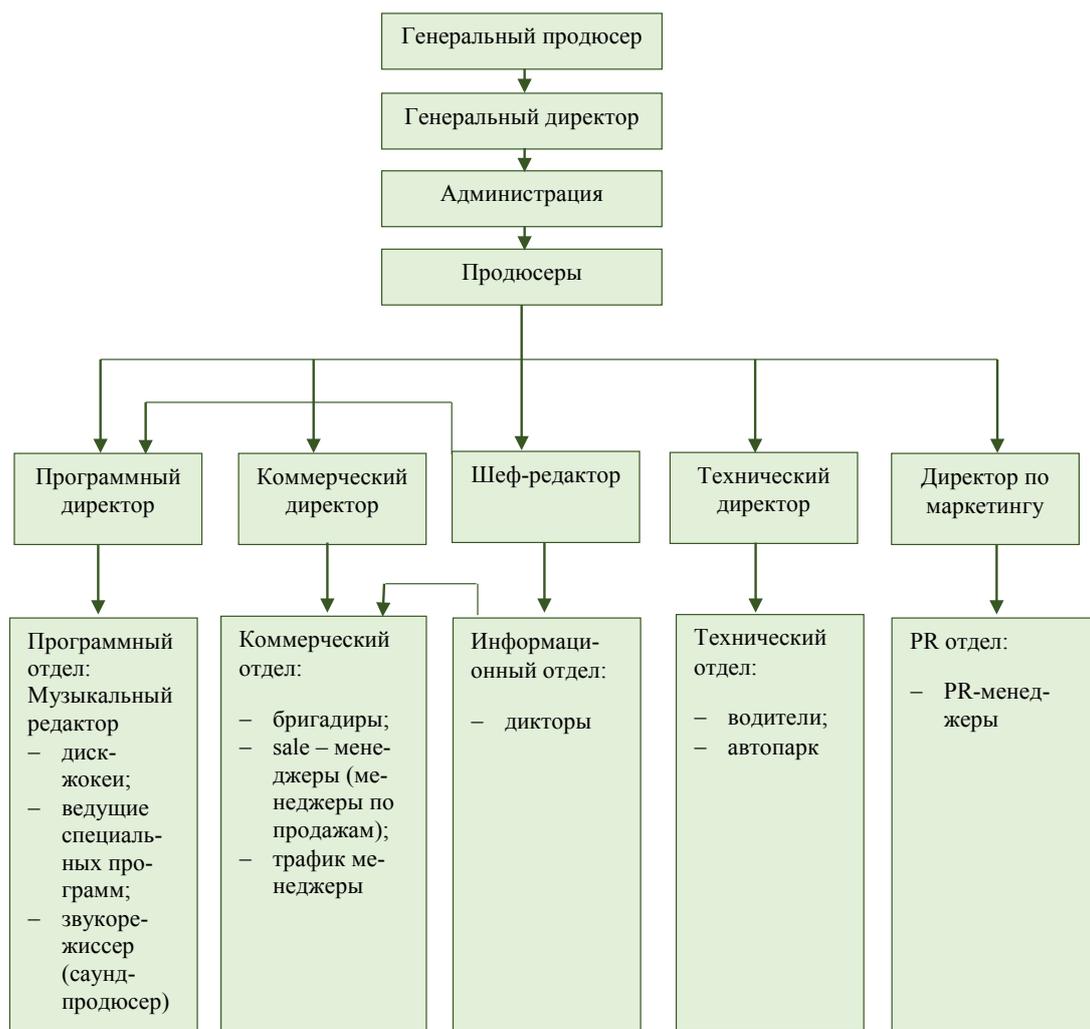


Рисунок 1
Организационная структура коммерческой радиостанции

Как отмечалось ранее, сетка вещания выходного дня на коммерческой музыкальной радиостанции отличается от буднего и выглядит следующим образом (таблица 2).

Как видно из таблицы 2, сетка вещания выходного дня в основном состоит из музыкальных ротаций, время обязательных программных элементов значительно сокращено (за исключением срочных выпусков новостей, связанных со значительными событиями в жизни общества). В то же время структура часа изменяется незначительно (сокращается количество выходов ведущего в прямой эфир с 5 до 3 выходов в час).

Таким образом, сетка вещания на коммерческой музыкальной радиостанции ежедневно

согласовывается и контролируется продюсером, который в первую очередь контролирует выход обязательных программных элементов, рекламных блоков, промо роликов, а также всего, что говорится радиоведущим и слушателями (в случае специальных программ при наличии интерактивного общения со слушателями) в прямом эфире.

Таким образом, структура вещания коммерческой радиостанции отличается от государственной в первую очередь тем, что все эфирное время разбивается на отдельные часы (клоки). В этой связи структура часа на коммерческой музыкальной радиостанции может быть представлена следующим образом (таблица 3).

Таблица 1

Сетка вещания буднего дня на коммерческой музыкальной радиостанции

Временной промежуток	Программа
7:00 – 11:00	Утреннее шоу (прайм-тайм)
11:00 – 16:00 <i>В том числе:</i> 12:00 – 13:00 15:00 – 16:00	Музыкальные блоки, обязательные программные элементы <i>Программы по заявкам (квест-шоу)</i>
16:00 – 20:00 <i>В том числе:</i> 18:00 – 20:00	Музыкальные блоки, обязательные программные элементы <i>Вечерний прайм-тайм</i>
20:00 – 21:00	Специальные программы
21:00 – 00:00	Вечернее/ночное шоу
00:00 – 7:00	Музыкальная ротация

Таблица 2

Сетка вещания выходного дня на коммерческой музыкальной радиостанции

Временной промежуток	Программа
7:00 – 11:00 <i>В том числе:</i> 9:00	Музыкальная ротация <i>Новости, прогноз погоды, пробки</i>
11:00 – 16:00 <i>В том числе:</i> 12:00 – 13:00 15:00 – 16:00	Музыкальная ротация с участием ведущего <i>Программы по заявкам (квест-шоу)</i>
16:00 – 20:00 <i>В том числе:</i> До 18:00	Музыкальная ротация с участием ведущего <i>Новости, прогноз погоды, пробки</i>
18:00 – 19:00	<i>Возможны специальные программы</i>
20:00 – 21:00	Музыкальная ротация, короткие специальные программы
21:00 – 07:00	Музыкальная ротация

Таблица 3
Структура часа на коммерческой музыкальной радиостанции

Генеральный джингл (заставка радиостанции)
Одна музыкальная композиция
Первый выход ведущего (приветствие 30 секунд)
Три музыкальные композиции
Второй выход ведущего (1,5 минуты)
Одна музыкальная композиция
Рекламный блок
Одна музыкальная композиция
Третий выход ведущего (1,5 минуты)
Две музыкальные композиции
Промо ролик
Две музыкальные композиции
Анонс новостей
Две музыкальные композиции
Четвертый выход ведущего (1,5 минуты)
Две музыкальные композиции
Рекламный блок
Две музыкальные композиции
Пятый выход ведущего (закрытие часа)
Одна музыкальная композиция
Новости, прогноз погоды, пробки на дорогах
Генеральный джингл (заставка радиостанции) переход в следующий час

Как видно из таблицы 3, один стандартный музыкальный час (кlock) без специальных программ на музыкальной радиостанции представляет собой последовательность обязательных составляющих программных элементов. При этом схема часа может варьироваться в зависимости от формата радиостанции и практически во всех случаях является уникальной.

Структура управления коммерческой информационной радиостанции будет отличаться от музыкальной тем, что в ней отсутствует генеральный продюсер, а все

руководство радиостанцией осуществляется главным редактором. Также важно отметить, что информационные радиостанции не имеют четко разработанной стратегии продвижения и позиционирования на рынке. Этот факт обусловлен тем, что финансовое обеспечение работы радиостанции осуществляется не столько за счет средств, полученных от продажи рекламного времени в эфире, а за счет средств, выделенных из федерального или регионального бюджетов.

Организация часа вещания на государственных и коммерческих радиостанциях су-

щественно отличается. Этот факт обусловлен не только отличием в целевой аудитории, но и характером программирования и ведения эфира.

Система государственного радиовещания в нашей стране на протяжении долгого времени находилась в прямом подчинении Гостелерадио СССР. Всесоюзное радио, являясь частью огромной структуры, отвечало за все вопросы материально-технического обеспечения вещания, планирование и подготовку передач, идеологический контроль за ними, подготовку кадров, международные связи и руководство местными вещательными организациями [5].

В настоящее время программная политика государственных радиостанций предполагает в первую очередь перечень постоянных информационных программ, но в отличие от информационных радиостанций не отрицает звучания в своем эфире музыки различных музыкальных направлений от классики до рока. При этом государственная радиостанция не имеет жесткого

музыкального плей-листа, а музыка формируется исключительно под ту или иную программу или конкретного исполнителя.

Если выход в эфир на коммерческой радиостанции у ведущего имеет ограниченный временной промежуток, то программы на государственном радио формируются в большей степени как телевизионные, посвященные одной конкретной теме. На протяжении всего времени существования государственных радиостанций были такие программы, как литературные чтения, музыкальная классика в эфире, театр у микрофона, трансляция футбольных и хоккейных матчей, утренняя зарядка, производственная гимнастика.

Эфир государственного радио строится по принципу построения телевизионного эфира, который представляет собой набор законченных программ разного направления и рассчитан на все возрастные категории слушателей. Пример эфира буднего дня государственной радиостанции представлен в таблице 4.

Таблица 4
Пример эфира буднего дня государственной радиостанции

Время	Программа
6:00	Информационно-публицистический канал «День за днем» (16+)
7:00	Новости
7:07	«Петербургская панорама». Анонс «Петербургской панорамы». Зарядка. «Здоровье для всех». «В этот день»: даты и персоны дня. Прогноз погоды
8:00	«Родная речь». Обзор газет. Прогноз погоды
9:00	Новости
9:07	Гости дня
11:00	Новости
11:07	«Музейные истории». «Актерское фойе»
11:57	Прогноз погоды на ближайшие трое суток
12:00	Новости
12:07	«Полдень». Календарь (В. Мулявин, Р. Паулс, Н. Носков). «Звонит январская вьюга» — концерт

Основной особенностью государственной радиостанции является то, что она представляет собой государственную бюджетную структуру, которая в состоянии содержать большой штат сотрудников и большое количество отделов и редакций [6].

Руководство государственной радиостанцией осуществляется главным редактором, главным режиссером и генеральным директором. На государственном радио существует информационный отдел, музыкальная редакция, спортивная редакция, редакция

программ для детей и молодежи, литературная редакция, художественная редакция, аналитический отдел, большие студии звукозаписи. Как правило, государственное радио является частью большой структуры, в которую входит не только радио, но и телевизионный канал, а само вещание выстраивается согласно общепринятой программной политике.

Таким образом, в настоящее время модель продюсирования на радио можно представить в виде рисунка 2. Важно отметить, что процесс продюсирования на радиостанции



Рисунок 2
Модель продюсирования на радио

должен строиться с учетом стратегии радиокomпании и соответствовать стратегии развития радиовещания в России в целом. В этой связи основными целями продюсирования на радио будут являться: обеспечение населения информацией; обеспечение социального управления обществом; обеспечение населения развлекательным контентом.

Для достижения целей продюсирования должна проводиться постоянная оценка ресурсного потенциала радиостанции (трудовых, информационных, материально-технических ресурсов), которая позволяет определить насколько эффективно работает система управления в условиях постоянного влияния внутренней и внешней сред. По результатам анализа эффективности продюсирования

на радио составляется ряд корректировок, которые вносятся в генеральную стратегию радиокomпании.

Проведенный анализ теоретических и практических аспектов процесса продюсирования на радио позволил установить, что в настоящее время требуется адаптация индустрии к новой экономической ситуации.

Ключевые направления совершенствования процесса продюсирования на радио, представленные на рисунке 3, направлены в своей совокупности на развитие как региональных, так и центральных станций.

При этом важно отметить, что в настоящее время для региональных радиостанций наиболее актуальным является развитие самого FM вещания, повышение его качества, со-

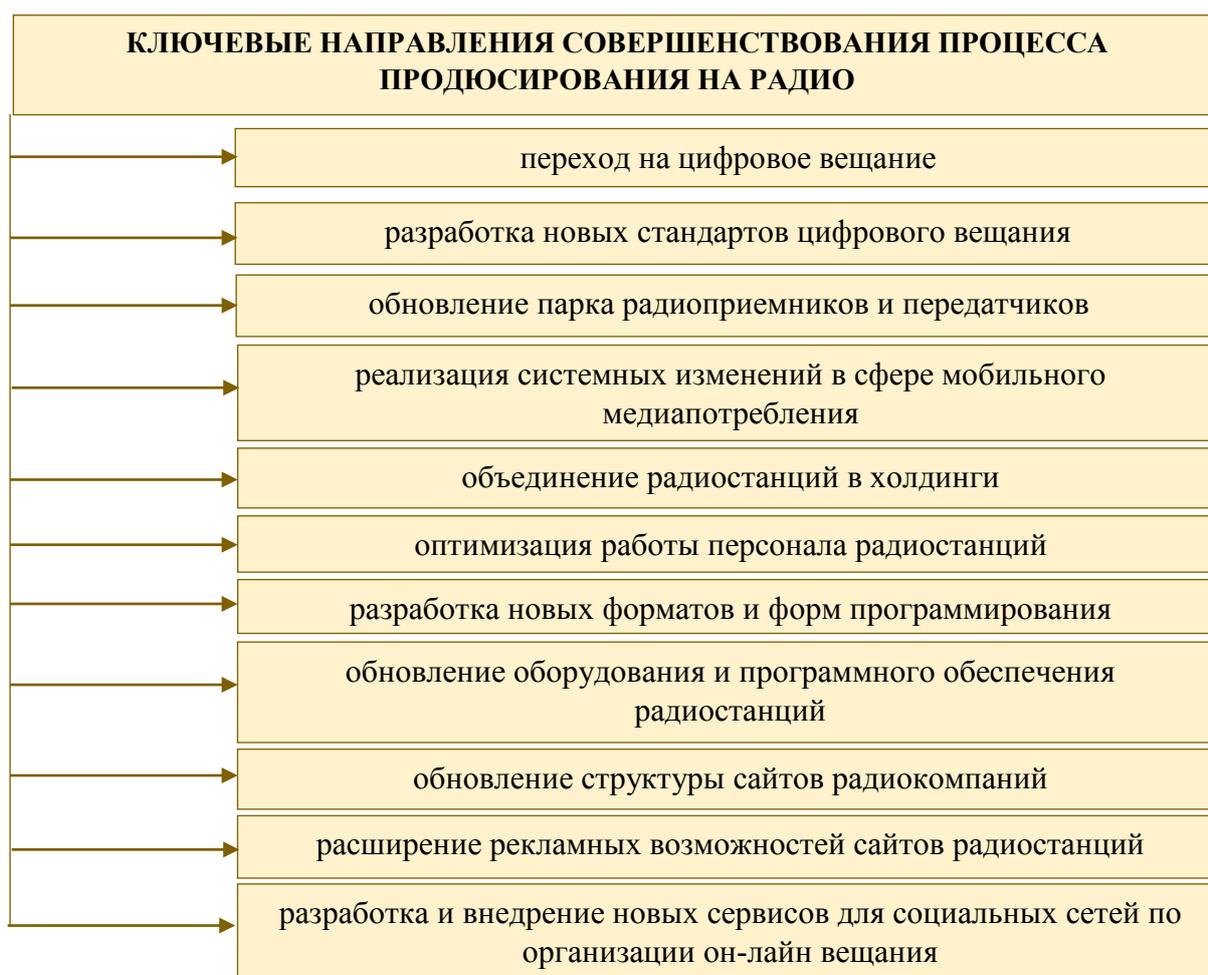


Рисунок 3
Ключевые направления совершенствования процесса продюсирования на радио

вершенствование программной политики, в то время как для центральных радиостанций наиболее эффективным является интеграция в Интернет и создание своих приложений и подкастов (регулярно обновляемых серий файлов, публикуемых на ресурсах Интернета с возможностью подписки).

Таким образом, методические рекомендации по совершенствованию процесса продюсирования на радио представляют собой следующий перечень ключевых направлений, требующих внедрения: переход на цифровое вещание; разработка новых стандартов цифрового вещания; обновление парка радиоприемников и передатчиков; реализация системных изменений в сфере мобильного медиапотребления; объединение радиостанций в холдинги; оптимизация работы пер-

сонала радиостанций; разработка новых форматов и форм программирования; обновление оборудования и программного обеспечения радиостанций; обновление структуры сайтов радиокompаний; расширение рекламных возможностей сайтов радиостанций; разработка и внедрение новых сервисов для социальных сетей по организации он-лайн вещания. Предложенная модель продюсирования в совокупности с реализацией ключевых направлений совершенствования процесса продюсирования на радио позволяют достичь в среднесрочном и долгосрочном периоде времени высоких показателей эффективности работы радиостанции, повысить качество производимого программного продукта, расширить спектр конкурентных преимуществ, увеличить целевую аудиторию, а также привлечь новых рекламодателей.

Список литературы

1. Постановление Правительства РФ от 21.06.2012 № 617 об изменениях в Федеральной целевой программе «Развитие телерадиовещания в Российской Федерации на 2009–2015 годы».
2. Постановление Правительства РФ от 02.09.2014 № 890 «О внесении изменений в Федеральную целевую программу «Развитие телерадиовещания в Российской Федерации на 2009–2015 годы».
3. Публичный доклад Роскомнадзора 2015. С. 38–39. URL: http://rkn.gov.ru/press/annual_reports/ (дата обращения: 16.09.2016).
4. Горяева Т. М. Радио России. М.: РОССПЭН, 2000. 158 с.
5. Алексеева П. А., Данилов П. В. Сравнительный анализ методов государственного управления структурными составляющими медиаиндустрии: возможности и ограничения // Петербургский экономический журнал. 2016. № 1. С. 38–43.
6. «Стратегия развития телерадиовещания в Российской Федерации до 2025 года» URL: <http://minsvyaz.ru/uploaded/presentations/mdstrategiya-tv-2025-moskva-09092015volin.pdf> (дата обращения: 16.09.2016).

СПИСОК НОВОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

- Алексеева М. Б., Ветренко П. П. Анализ инновационной деятельности: учебник и практикум. М.: Юрайт, 2017. 303 с.
- Альпидовская М. Л. Макроэкономика: учебник. Ростов н/Д: Феникс, 2017. 411 с.
- Беляев В. И. Маркетинг: основы теории и практики: учебник. М.: Кнорус, 2018. 680 с.
- Бирман Л. А. Лидерство: учебник. М.: Кнорус, 2017. 200 с.
- Бисько И. А., Маевская В. А., Пасюткина Е. А. Организация обслуживания туристов. Tourism service organization: учебное пособие. М.: Кнорус, 2017. 216 с.
- Богаченко В. М., Кириллова Н. А. Бухгалтерский учёт: практикум. Ростов н/Д: Феникс, 2017. 398 с.
- Булгакова С. В. Управленческий учет: учебник. М.: Кнорус, 2017. 288 с.
- Ворошилов В. В. Теория и практика массовой информации: учебник. М.: Кнорус, 2017. 464 с.
- Гелета И. В., Коваленко А. В. Экономика и социология труда: учебное пособие. Ростов н/Д: Феникс, 2017. 249 с.
- География туризма: учебник / под ред. А. Ю. Александровой. М.: Кнорус, 2018. 592 с.
- Герасимов А. Н. Эконометрика: учебное пособие. Ростов н/Д: Феникс, 2017. 540 с.
- Герасимова В. Д. Анализ и диагностика финансово-хозяйственной деятельности промышленного предприятия: учебное пособие. М.: Кнорус, 2017. 360 с.
- Герасимова С. А. Культурология и теория телекоммуникации: учебное пособие. М.: Кнорус, 2017. 200 с.
- Григоренко О. В., Мыльникова А. Н., Садовничая И. О. Экономика предприятия и управление организацией: учебное пособие. М.: Русайнс, 2017. 272 с.
- Демография: учебное пособие / под ред. В. Г. Глушкова, О. Б. Хорева. М.: Кнорус, 2017. 272 с.
- Дмитриев И. Н., Черненко А. Ф. Налоги и налогообложение: учебное пособие. Ростов н/Д: Феникс, 2017. 587 с.
- Долакова М. И. Экономические и правовые основы художественного рынка: учебно-методическое пособие. М.: Русайнс, 2017. 128 с.
- Дудин М. Н., Лясников Н. В., Фролова Е. Е. Самоменеджмент. (Интеллектуальный практикум): учебное пособие. М.: Русайнс, 2017. 208 с.
- Егорова И. С. Аудит: учебное пособие. М.: Кнорус, 2017. 544 с.
- Заика И. Т., Гительсон Н. И. Документирование системы менеджмента качества: учебное пособие. М.: Кнорус, 2018. 192 с.
- Ивасенко А. Г., Никонова Я. И. Страхование: учебное пособие. М.: Кнорус, 2018. 320 с.
- Кабушкин Н. И. Менеджмент гостиниц и ресторанов: учебное пособие. М.: Кнорус, 416 с.
- Касьяненко Т. Г., Маховикова Г. А. Анализ и оценка рисков в бизнесе: учебник и практикум. 2-е изд., перераб. и доп. М.: Юрайт, 2017. 381 с.
- Кибанов А. Я., Захаров Д. К., Коновалова В. Г. Этика деловых отношений: учебник. М.: Инфра-М, 2017. 383 с.
- Краудинвестинг: современная система организации и финансирования проектной деятельности: монография / А. А. Зейналов [и др.]. М.: Русайнс, 2017. 168 с.
- Курнышев В. В., Глушкова В. Г. Региональная экономика. Основы теории и методы исследования: учебное пособие. М.: Кнорус, 2018. 280 с.
- Липсиц И. В. Микроэкономика. Макроэкономика: учебник. М.: Кнорус, 2018. 608 с.
- Логистика для бакалавров: учебник / Финансовый ун-т при Правительстве РФ; ред. С. В. Карпова. М.: Вузовский учебник; ИНФРА-М, 2016. 323 с.

- Малугин В. А., Фадеева Л. Н. Количественный анализ в экономике и менеджменте: учебник. М.: Инфра-М, 2017. 615 с.
- Менеджмент в организациях профессионального образования: учебное пособие / под ред. М. М. Бутакова, В. И. Беляева. М.: Кнорус, 2018. 288 с.
- Мысляева И. Н. Государственные и муниципальные финансы: учебник. 3-е изд., перераб. и доп. М.: ИНФРА-М, 2017. 393 с.
- Носова С. С. Региональная и инновационная экономика: кластеры: монография. М.: Русайнс, 2017. 288 с.
- Осовцев В. А., Сердюк Р. И., Радина О. И. Развитие национальной модели вузовского маркетинга отношений: монография. М.: Русайнс, 2017. 160 с.
- Подлесных В. И., Кузнецов Н. В. Организация и механизмы ускоренного развития бизнеса на основе инновационных концепций, принципов и методов управления: научно-практическое пособие. 3-е изд., доп. и перераб. М.: Русайнс, 2017. 312 с.
- Портер М. Конкурентная стратегия: Методика анализа отраслей и конкурентов. М.: Альпина Паблишер, 2017. 453 с.
- Психология делового общения / под ред. Н. В. Бордовской. М.: Кнорус, 2017. 296 с.
- Пугачев В. П., Опарина Н. Н. Стратегическое управление человеческими ресурсами организации: учебное пособие. М.: Кнорус, 2017. 208 с.
- Рофе А. И. Экономика труда: учебник. М.: Кнорус, 2017. 376 с.
- Руденко А. М. Управление персоналом: учебное пособие. Ростов н/Д: Феникс, 2017. 414 с.
- Рыжиков С. Н. Стратегическое управление профессиональной образовательной организацией: методы и модели. Том 2: учебное пособие. М.: Русайнс, 2017. 288 с.
- Совершенствование регулирования развития малого бизнеса в Российской Федерации: монография / Ручкина Г. Ф. [и др.]. М.: Русайнс, 2017. 192 с.
- Стеклова Т. Н. Теория экономического анализа: учебное пособие. Ростов н/Д: Феникс, 2017. 299 с.
- Степанова С. А., Крыга А. В. Экономика предприятия туризма: учебник. М.: ИНФРА-М, 2017. 346 с.
- Столяренко Л. Д. Основы психологии: учебник. Ростов н/Д: Феникс, 2017. 475 с.
- Цыпин Г. М. Психология творческой деятельности. Музыка и другие искусства: монография. М.: Юрайт, 2017. 203 с.
- Цыпин И. С., Веснин В. Р. Государственное регулирование экономики: учебник. М.: Инфра-М, 2017. 296 с.
- Черненко В. А., Шведова Н. Ю. Антикризисное управление: учебник и практикум. М.: Юрайт, 2017. 409 с.
- Шапиро С. А. Организационная культура: учебное пособие. М.: Кнорус, 2017. 256 с.
- Шляго Н. Н. Контроллинг: учебник и практикум. М.: Юрайт, 2017. 277 с.

ОБЗОР НОВОЙ ЛИТЕРАТУРЫ



Теория менеджмента: учебник: в 2 ч. / Е. А. Байков [и др.]; ред. А. Д. Евменов. СПб.: СПбГИКиТ, 2017. Ч. 1: Теоретические основы менеджмента (бакалавриат). 331 с.

В учебнике излагаются основные понятия и концепции теории менеджмента, прослеживается история управленческой мысли и обосновываются современные тенденции развития теории и практики менеджмента. Рассматриваются общие и специальные функции менеджмента. Даются основы теории организации и организационного поведения. Особое внимание уделяется проблематике менеджмента в социально-культурной сфере.

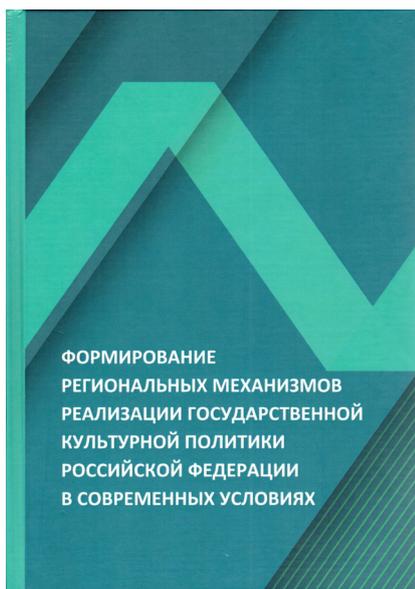
Учебник соответствует действующему Федеральному государственному образовательному стандарту высшего образования нового поколения.



Теория менеджмента: учебник: в 2 ч. / Е. А. Байков [и др.]; ред. А. Д. Евменов. СПб.: СПбГИКиТ, 2017. Ч. 2: Методологические и прикладные аспекты менеджмента (магистратура). 543 с.

В учебнике излагаются методологические подходы и методы, применяющиеся при проведении исследований в менеджменте. Проводится классификация моделей менеджмента и анализируются основные из них. Рассматриваются такие современные виды и аспекты менеджмента, как тайм-менеджмент и самоменеджмент, инновационный и командный менеджмент, управление проектами, риск-менеджмент, менеджмент в сетевой экономике, этика менеджмента и его социальная ответственность, а также целый ряд других. Особое внимание уделяется проблематике менеджмента в медиаиндустрии.

Учебник соответствует действующему Федеральному государственному образовательному стандарту высшего образования нового поколения.



Формирование региональных механизмов реализации государственной культурной политики Российской Федерации в современных условиях: монография / Е. А. Байков [и др.]; ред. А. Д. Евменов. СПб.: СПбГИКиТ, 2017. 216 с.

В монографии рассматриваются роль сферы культуры как фактора национальной конкурентоспособности, новые аспекты стратегии и тактики ее развития в условиях системного кризиса и его негативных последствий. Дается общая характеристика развития сферы культуры РФ в современных условиях, прогнозируется ее развитие на период до 2020 года. Оценивается влияние уровня социально-экономического развития регионов на качество культурной жизни населения, приводится классификация регионов по уровню обеспеченности населения культурными услугами. На основе мониторинга культурной жизни российских регионов определяются формы участия в культурной жизни и потребительские предпочтения при выборе культурных благ и услуг. Разработаны региональные механизмы управления развитием сферы культуры, обеспечивающие равные для всех граждан возможности доступа к культурным ценностям и участию в различных формах культурной деятельности. Обоснованы методические рекомендации по формированию конкурентных преимуществ регионов на основе развития потенциала культурного комплекса.

Издание предназначено для преподавателей, научных работников, соискателей, аспирантов и студентов высших и средних профильных учебных заведений, а также практических работников сферы культуры.



Плешакова М. В., Чигиринская Н. В., Шаховская Л. С. Деловые игры в экономике: методология и практика: учебное пособие. М.: Кнорус, 2018. 240 с.

Учебное пособие направлено на формирование исследовательских умений и навыков студентов в изучении экономических явлений и объектов при помощи деловых игр. Рассматриваются история развития деловых игр, их различные методики. Деловые игры приводятся по мере возрастания их сложности.

Для студентов экономических специальностей и факультетов, а также преподавателей, аспирантов, организаторов деловых игр и практикумов.

ПРАВИЛА ОФОРМЛЕНИЯ СТАТЕЙ

1. Статья должна соответствовать профилю издания, одному из его тематических разделов (рубрик) и направлений.

2. Статья должна иметь ограниченный объем машинописного текста формата А4 (от 10 до 18 страниц), книжной ориентации, поля 2,5 см со всех сторон, шрифт Times New Roman, цвет – черный, размер шрифта – 14, межстрочный интервал – 1,5.

3. Оформление статьи осуществляется следующим образом: вначале даются сведения об авторе (фамилия, имя и отчество, должность и организация, которую представляет автор статьи, ученая степень, ученое звание, контактный телефон и адрес электронной почты), УДК (обязательно), название статьи, аннотация, ключевые слова и далее текст статьи.

Пример:

Иванов Иван Иванович – доцент кафедры экономики кино и телевидения Санкт-Петербургского государственного института кино и телевидения, кандидат экономических наук, доцент, контактный телефон и адрес электронной почты.

УДК

МЕХАНИЦИЗМ В КУЛЬТУРЕ НОВОГО ВРЕМЕНИ

4. При наличии в статье поясняющих рисунков и таблиц в тексте статьи обязательно должны быть ссылки на них, например (рисунок 1). Если в тексте статьи приводится только один рисунок, то он не нумеруется.

Пример:

Рисунок 1

Схема взаимосвязи хозяйственных факторов

5. Название таблицы указывается над нею. Слово «таблица» пишется над названием таблицы и нумеруется. Если в тексте статьи приводится только одна таблица, то она не нумеруется.

Пример:

Таблица 1

Показатели реализации ресурсного потенциала предприятия

6. Математические формулы и уравнения набираются в редакторе формул (приложение программы Microsoft Word). Те из них, на которые в последующем тексте будут ссылаться, нумеруются цифрами. Номер ставится у правого края в круглых скобках.

Пример:

$$\left(\frac{R_x}{R_x^m} \times \frac{R_y}{R_y^m} \right) \times \frac{R_z}{R_z^m} = 1, \quad (1)$$

где R_x и R_y – результативность использования (отдача) потенциалов субъектов x и y (внутренней и внешней сторон экономических отношений) с позиции индивидуальных экономических интересов, которая определяется по их вкладу в конечный результат предприятия; R_z – результативность использования (отдача) общего потенциала системы z (предприятия в целом).

7. Ссылки на источники, использованные в тексте статьи, даются в квадратных скобках после упоминания материала источника или цитирования согласно

номеру, под которым источник приведен в списке использованной литературы, например [6] или [2; 3; 4]. Библиографическое описание использованных источников дается в строгом соответствии с ГОСТ Р 7.05–2008. В случае цитирования после номера источника через запятую ставится номер страницы, с которой взят цитируемый материал, например [5, с. 48] или [5; 6, с. 21]. При ссылке на интернет-ресурсы необходимо указать название статьи, название сайта, электронный адрес ресурса и дату обращения к нему.

Пример:

1. Пикунов Н. И. Организация работы налоговых органов США. URL: www.lexaudit.ru (дата обращения: 26.06.2012).

8. Список использованной литературы формируется согласно порядку упоминания ссылок в тексте статьи. В статье рекомендуется использовать не более 20 литературных источников, допустимое количество публикаций автора(ов) статьи (самоцитирование) в списке литературы должно быть не более трех.

9. Количество авторов не должно превышать трех человек. К статье прилагается фотография автора (авторов), разрешение не менее 300 пикс/дюйм.

10. Фамилия, имя и отчество автора, название статьи, аннотация (объемом 4–6 предложений, 60–120 слов), перечень ключевых слов (5–7 слов), сведения об авторе должны быть в статье на русском и английском языках. Название статьи должно содержать не более десяти слов.

11. Схемы и рисунки должны быть выполнены в приложениях программы Microsoft Word, фотографии должны быть сохранены в формате JPEG.

12. Сокращения величин и мер допускаются только в соответствии с Международной системой единиц.

13. Статья на публикацию высылается по электронной почте (e-mail: gukit-journal@mail.ru). Файлы необходимо именовать согласно фамилии первого автора. Не рекомендуется в одном файле помещать несколько статей.

14. Авторы, разрабатывающие докторские и кандидатские диссертации, а также не имеющие ученых степеней, одновременно со статьей направляют в редакцию рецензию на нее известных в данной научной отрасли ученых (специалистов) или выписку из протокола заседания профильной кафедры с рекомендацией статьи к публикации.

15. Несоблюдение указанных требований может явиться основанием для отказа в публикации или увеличения срока подготовки материала к печати.

16. Редакция оставляет за собой право отклонить статью по одной или нескольким из следующих причин:

- а) несоответствие тематики статьи профилю журнала;
- б) недостаточная актуальность и значимость результатов исследования, представленных в статье;
- в) качество раскрытия темы статьи не соответствует современному уровню научных исследований;
- г) статья написана недостаточно литературным или недостаточно научным языком;
- д) оформление статьи не соответствует требованиям, описанным в настоящих правилах оформления статей;
- е) на статью получена отрицательная рецензия.

**Перечень специальностей и направлений подготовки,
по которым осуществляется прием
в ФГБОУ ВО «Санкт-Петербургский государственный институт
кино и телевидения» в 2017 году**

КОД И НАИМЕНОВАНИЕ	Формы обучения		
	Очная	Очно-заочная	Заочная
Направления подготовки – бакалавриат			
11.03.01 Радиотехника <i>Профиль: Аудиовизуальная техника</i>	+		+*
11.03.04 Электроника и наноэлектроника <i>Профиль: Технологии кино и телевидения</i>	+		
42.03.01 Реклама и связи с общественностью <i>Профиль: Реклама и связи с общественностью в кино- и телеиндустрии</i>	+	+*	
42.03.04 Телевидение <i>Профиль: Телевизионное производство и вещание</i>	+	+	+*
51.03.02 Народная художественная культура <i>Профиль: Руководство студией кино-, фото- и видеотворчества</i>	+		+*
52.03.06 Драматургия <i>Профиль: Кинодраматург</i>	+		
54.03.01 Дизайн <i>Профиль: Дизайн в медиаиндустрии</i>	+		+
54.03.04 Реставрация <i>Профиль: Реставрация кинофото документов</i>	+		
Специальности	Очная	Очно-заочная	Заочная
52.05.01 Актерское искусство <i>Специализация: Актер драматического театра и кино</i>	+		
54.05.03 Графика <i>Специализация: Художник анимации и компьютерной графики</i>	+		
55.05.01 Режиссура кино и телевидения <i>Специализации:</i>			
Режиссер игрового кино- и телефильма	+	+	
Режиссер неигрового кино- и телефильма	+		
Режиссер анимации и компьютерной графики	+		
Режиссер телевизионных фильмов, телепрограмм	+		
Режиссер мультимедиа	+		
55.05.02 Звукорежиссура аудиовизуальных искусств	+	+	+
55.05.03 Кинооператорство <i>Специализации:</i>			
Кинооператор	+		
Телеоператор	+		+
55.05.04 Продюсерство <i>Специализации:</i>			
Продюсер кино и телевидения	+	+*	+*
Линейный продюсер	+	+*	+*
Продюсер телевизионных и радиопрограмм	+	+*	+*
55.05.05 Киноведение	+		
Направления подготовки – магистратура	Очная		
11.04.01 Радиотехника	+		
12.04.01 Приборостроение	+		
51.04.02 Народная художественная культура	+		
52.04.02 Драматургия	+		

* обучение с применением дистанционных образовательных технологий

ISSN 2307-5368



9 772307 536131 >